

1  
P2

# Direct selling in Canada

1973

# La vente directe au Canada

1973



**STATISTICS CANADA — STATISTIQUE CANADA**

Merchandising and Services Division — Division du commerce et des services

**DIRECT SELLING IN CANADA**

**LA VENTE DIRECTE AU CANADA**

**1973**

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

*Publication autorisée par*  
**Le ministre de l'Industrie et du Commerce**

October - 1974 - Octobre  
5-3405-541

Price—Prix: 70 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

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.

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.

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 éleveurs; 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.

**Statistiques:** 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 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 of 1973 Survey

The results of the 1973 survey are based on returns from a sample of about 800 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 1973, Canadian household consumers spent \$1,034 million on direct purchases of consumer goods in addition to the \$38,239 million purchased through regular retail outlets. Close to two thirds (63.4%) of this extra spending (\$655.8 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 \$233 million and newspapers another \$128 million. Other sizeable items of expenditure made at home were on cosmetics and costume jewellery (\$101.6 million); household electrical appliances, including vacuum cleaners (\$62.7 million); dinnerware, kitchenware and utensils (\$88.7 million); brushes, brooms and household cleaners (\$26.1 million); and books (\$23.1 million).

Mail-order purchases by household consumers accounted for a further 15% of all direct sales, amounting to \$154.7 million, comprising chiefly books (\$48.9 million); newspaper and magazine subscriptions (\$34.2 million); phonograph records and tapes (\$23.2 million); and a wide range of household appliances, books, binoculars, cameras, jewellery, watches, radios, etc., offered to credit-card holders of gasoline oil companies (\$70.5 million).

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 (catalogue 63-005) 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 de l'enquête de 1973

Les résultats de l'enquête de 1973 sont fondés sur les déclarations reçues d'un échantillon d'environ 800 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 1973, les achats directs de biens de consommation des consommateurs canadiens se sont élevés à 1,034 millions de dollars. Ce montant s'ajoute aux 38,239 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 (63.4 %) des dépenses d'achat direct, soit 655.8 millions de dollars. Le pain, le lait et les produits laitiers livrés à domicile sont intervenus dans cette somme pour 233 millions et les journaux pour 128 millions. Les consommateurs ont aussi dépensé chez eux une somme importante en cosmétiques et bijoux de toilette (101.6 millions), en appareils électro-ménagers, y compris les aspirateurs (62.7 millions), en couverts et en articles et batteries de cuisine (88.7 millions), en brosses, balais et nettoyeurs d'usage ménager (26.1 millions) et en livres (23.1 millions).

Les achats par correspondance des ménages ont rendu compte de 15 % de toutes les ventes directes, s'établissant à 154.7 millions de dollars. Ils consistaient surtout en livres (48.9 millions), journaux et revues (abonnements) (34.2 millions), disques et bandes magnétiques (23.2 million), 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 (70.5 millions).

Direct purchases from downtown and premises of manufacturing companies or primary producers, amounted to \$190 million (18.4% of total direct sales), and included such items as furniture repair and re-upholstery (\$39.3 million); frozen food plans (\$29.4 million); greenhouse flowers and nursery stocks (\$14.3 million); household electrical appliances (\$22 million); sail boats and pleasure craft (\$12.5 million); aluminum doors, windows, screens and awnings, etc. (\$9.6 million).

Finally, consumers also made \$33.6 million purchases during 1973 of greenhouse flowers, fruits, vegetables, etc. from temporary roadside stands and market stalls; meals and alcoholic beverages on airlines, ferries and railways, 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 firms estimates are dependent on the census figures.

Table A below shows a comparison of the magnitude of direct sales to retail sales, from 1969 to 1973. In this table retail sales data have been adjusted to exclude sales of commodities which are not ordinarily made through direct-selling channels. From 1969 to 1973 total direct sales increased from \$809.4 million to \$1,034.1 million at an average annual rate of 6.3%, a slower pace than the 8.7% experienced by total retail sales over the same period.

autres  
succes-  
ventes  
répara-  
fourni-  
fleurs  
les ap-  
les bi-  
reill

lions  
dans  
rent,  
en av-  
ies d'  
dans

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.

Le tableau A compare les chiffres de la vente au détail à ceux des ventes directes pour la période 1969-1973. 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 1969 à 1973, les ventes directes totales ont grimpé de 809.4 millions à 1,034.1 millions de dollars; le taux annuel de croissance moyen, qui s'est établi à 6.3 %, a été inférieur à celui des ventes totales au détail pour la même période (8.7 %).

TABLE A. Value of Direct Sales Compared with Retail Sales

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

	Change 1973/1972 Variation %	1973	1972	1971	1970	1969
\$'000						
Retail sales - Total - Ensembles des ventes au détail .....	+ 12.7	38,239,188	33,929,716	30,646,137	28,033,905	27,401,419
Less - Moins:						
Fuel dealers - Ventes de combustible .....	+ 6.8	618,062	578,965	523,261	473,052	465,672
Motor vehicle dealers - Ventes de véhicules automobiles .....	+ 19.5	6,764,408	5,662,932	4,924,650	4,197,249	4,795,928
Used car dealers - Ventes de voitures d'occasion .....	+ 7.9	295,670	274,009	248,887	209,027	211,587
Garages and service stations - Ventes des garages et stations-service .....	+ 9.7	3,172,836	2,892,099	2,694,890	2,530,675	2,318,185
Liquor, beer and wine stores - Ventes de boissons alcooliques, de bière et de vin ..	+ 11.9	1,824,241	1,630,756	1,486,518	1,350,913	1,244,528
Sub-total - Total partiel .....	+ 14.8	12,675,217	11,038,761	9,878,206	8,760,916	9,035,900
Comparable retail sales - Ventes au détail comparables .....	+ 11.7	25,563,971	22,890,955	20,767,931	19,272,989	18,365,519
Direct sales - Ventes directes .....	+ 10.6	1,034,133	934,660 <sup>r</sup>	849,470 <sup>r</sup>	817,873 <sup>r</sup>	809,439 <sup>r</sup>
Percentage - Pourcentage .....		4.0	4.1	4.1	4.2	4.4

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 10.6% was exceeded in the case of several of the commodities shown; notably, by household electrical appliances, frozen foods and dinnerware with only phonograph records and tapes and brushes, brooms and cleaners showing absolute declines.

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, en ce qui concerne la croissance des ventes directes, plusieurs produits visés et en particulier les appareils-ménagers, les aliments congelés et les couverts, articles de cuisine et ustensiles ont dépassé le taux de croissance moyen total de 10.6 %; seuls les disques et bandes magnétiques ainsi que les brosses, balais, vadrouilles, savons et nettoyeurs d'usage ménager ont accusé une baisse en chiffres absolus.

TABLE B. Annual Percentage Change in Direct Sales — By Channel of Distribution and Selected Commodities, 1968-1973

TABLEAU B. Variation procentuelle annuelle des ventes directes, par moyen de distribution et pour certaines marchandises, 1968-1973

Channels and commodities — Moyens des distributions et marchandises	1973	1972	1971	1970	1969
	— 1972	— 1971	— 1970	— 1969	— 1968
<b>Channel of distribution — Moyen de distribution:</b>					
From premises — Chez le fabricant .....	+ 13.9	+ 11.9	..	..	..
By mail-order — Par la poste .....	+ 10.4	+ 16.1	..	..	..
Door-to-door sales — Démarchage .....	+ 10.1	+ 8.1	..	..	..
Other channels — Autres moyens .....	+ 4.9	+ 11.8	..	..	..
Direct sales — Total — Des ventes directes .....	+ 10.6	+ 10.0	+ 3.9	+ 1.0	+ 2.3
<b>Selected commodities — Certaines marchandises:</b>					
Frozen food plans — Contrats d'achats d'aliments congelés .....	+ 24.5	+ 30.5	- 6.3	- 15.6	- 10.7
Bakery products — Produits de boulangerie .....	+ 8.2	- 1.9	+ 1.0	- 9.6	- 16.7
Clothing — Vêtements .....	+ 6.9	- 28.8	- 2.3	- 2.5	- 0.2
Furniture — re-upholstery and repairs — Meubles, rembourrage et réparation .....	+ 9.2	+ 10.6	+ 4.6	- 3.1	+ 9.2
Books — Livres .....	+ 13.8	+ 17.3	+ 5.4	- 5.7	+ 3.8
Newspapers — Journaux .....	+ 7.0	+ 5.1	+ 8.3	+ 8.8	+ 4.2
Magazines — Revues .....	+ 10.5	+ 11.5	+ 16.7	+ 16.5	+ 19.0
Dinnerware, kitchenware and utensils — Couverts, articles de cuisine et ustensiles .....	+ 22.5	+ 23.8	- 4.9	+ 8.9	- 3.7
Household electrical appliances — Appareils électriques ménagers .....	+ 34.4	+ 35.4	+ 22.1	- 3.0	+ 4.9
Brushes, brooms, mops and household soaps and cleaners — Brosses, balais, vadrouilles, savons et nettoyeurs d'usage ménager .....	- 4.6	+ 16.5	+ 5.4	+ 7.7	+ 1.4
Cosmetics and costume jewellery — Cosmétiques et bijoux .....	+ 12.7	+ 17.5	+ 0.6	+ 7.3	+ 4.6
Phonograph records and tapes — Disques et bandes magnétiques .....	- 12.2	+ 85.3	+ 0.6	+ 12.4	- 25.1
Greenhouse flowers and nursery products — Fleurs de serre et produits de pépinière .....	+ 15.9	+ 29.3	+ 18.3	- 12.7	+ 19.5

Table C summarises the percentage composition of total direct sales by selected commodities since 1968. The loss in market share by bakery, dairy and frozen food products amounting to 7.8 percentage points since 1968 has been made up by small increases in share, by 1973, of almost all the other commodity groups shown, with household appliances making the largest gain of 3.5 percentage points.

Le tableau C récapitule la composition en pourcentage des ventes directes totales de certains produits depuis 1968. Au cours des cinq dernières années, le recul de 7.8 points de l'importance relative sur le marché subi par des produits de boulangerie, des produits laitiers et des contrats d'achats d'aliments congelés, fut compensé par de petites augmentations observées pour presque tous les autres groupes représentés et surtout pour le groupe des appareils électro-ménagers qui a enregistré une augmentation de 3.5 points.

TABLE C. Direct Sales of Selected Commodities Shown as Percentages of Direct Sales in Canada, 1968-1973

TABLEAU C. Ventes directes de certaines marchandises données en pourcentage de l'ensemble des ventes directes au Canada, 1968-1973

Commodities — Marchandises	1973	1972	1971	1970	1969	1968
	percentage — pourcentage					
Dairy products — Produits laitiers .....	18.2	19.7	21.8	22.5	22.6	22.9
Newspapers — Journaux .....	14.1	14.6	15.3	14.7	13.6	13.4
Cosmetics and costume jewellery — Cosmétiques et bijoux .....	10.0	9.8	9.2	9.4	8.9	8.7
Books — Livres .....	7.0	6.8	6.4	6.3	6.7	6.6
Household electrical appliances — Appareils électriques ménagers .....	8.2	6.7	5.5	4.7	4.9	4.7
Bakery products — Produits de boulangerie .....	4.4	4.5	5.0	5.2	5.8	7.1
Furniture, re-upholstery and repairs — Meubles, rembourrage et réparation .....	3.8	3.8	3.8	3.8	4.0	3.7
Dinnerware, kitchenware and utensils — Couverts, articles de cuisine et ustensiles .....	3.7	3.4	3.0	3.3	3.0	3.2
Brushes, brooms, mops and household soaps and cleaners — Brossettes, balais, vadrouilles et savons et nettoyeurs d'usage ménager .....	2.5	2.9	2.8	2.7	2.6	2.6
Frozen food plans — Contrats d'achats d'aliments congelés .....	2.8	2.5	2.1	2.4	2.8	3.2
Phonograph records and tapes — Disques et bandes magnétiques .....	2.2	2.8	1.7	1.7	1.6	2.1
Aluminum windows, doors, screens and awnings — Fenêtres, grillages, portes et auvents d'aluminium .....	2.1	2.0	2.0	1.9	2.2	1.9
Greenhouse flowers and nursery seeds, stocks, etc. — Fleurs de serre et produits de pépinière .....	2.9	2.7	2.3	2.0	2.4	2.0
Sub-total — Total partiel .....	81.9	82.2	80.9	80.6	81.1	82.1
Other — Autres .....	18.1	17.8	19.1	19.4	18.9	17.9
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 1972 and 1973. 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.

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 1972 et 1973, 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.

TABLE 1. Direct Selling in Canada, by Commodity, 1968 to 1973

TABLEAU 1. Vente directe au Canada, par marchandises, 1968 à 1973

Commodities — Marchandises	1973	1972	1971	1970	1969	1968
	thousands of dollars — milliers de dollars					
All commodities — Toutes marchandises .....	1,034,133	934,660 <sup>r</sup>	849,470 <sup>r</sup>	817,873 <sup>r</sup>	809,449 <sup>r</sup>	791,587 <sup>r</sup>
Meat, fish and poultry — Viande, poisson et volaille .....	14,263	12,571	11,612	10,672	9,356	8,040
Frozen food plans — Contrats d'achats d'aliments congelés .....	29,352	23,568	18,062	19,282	22,838	25,572
Dairy products — Produits laitiers .....	187,757P	184,075 <sup>r</sup>	185,000	184,000	183,000	181,000
Bakery products — Produits de boulangerie .....	45,533P	42,082 <sup>r</sup>	42,897	42,471	46,983	56,400
All other foods and beverages(1) — Tous autres aliments et boissons(1) .....	35,712	34,362 <sup>r</sup>	33,148 <sup>r</sup>	34,308 <sup>r</sup>	34,086 <sup>r</sup>	30,926 <sup>r</sup>
Canvas, awnings, sails, tents, etc. — Auvents, tentes, voiles, etc. de toile .....	6,032	5,549	6,437	5,314	5,053	4,587
Clothing — Vêtements .....	9,878	9,244	12,981	13,284	13,628	13,661
Fur goods — Articles de fourrure .....	8,262	7,067	7,046	6,115	5,200	4,285
Furniture, re-upholstery and repairs — Meubles, rembourrage et réparation .....	39,290	35,980 <sup>r</sup>	32,535	31,000	32,000	29,300
Books — Livres .....	72,022	63,287	53,975	51,197	54,295	52,290
Newspapers — Journaux .....	146,237P	136,670 <sup>r</sup>	130,000	120,005	110,257	105,847
Magazines — Revues .....	20,135	18,227	16,348	14,013	12,030	10,110
Aluminum windows, doors, screens and awnings — Fenêtres, grilles, portes et auvents d'aluminium .....	21,354	18,386	16,944	15,656	17,910	15,349
Dinnerware, kitchenware and utensils — Couverts, articles de cuisine et ustensiles .....	38,731	31,625	25,535	26,863	24,657	25,596
Sail boats and pleasure craft — Bateaux à voiles et embarcations de plaisance .....	12,528	9,186	8,799	8,397	8,388	6,857
Household electrical appliances — Appareils électriques ménagers .....	84,750	63,053	46,582	38,154	39,341	37,516
Pharmaceuticals and medicines — Médicaments et produits pharmaceutiques .....	3,455	5,172	4,897	5,964	5,250	5,423
Brushes, brooms, mops and household soaps and cleaners — Brosses, balais, vadrouilles et savons et nettoyeurs d'usage ménager .....	26,099	27,352	23,471	22,270	20,679	20,398
Cosmetics and costume jewellery — Cosmétiques et bijoux .....	102,972	91,386	77,744	77,266	71,995	68,822
Phonograph records and tapes — Disques et bandes magnétiques .....	23,190	26,421	14,260	14,180	12,617	16,852
Greenhouse flowers and nursery seeds, stocks, etc. — Fleurs de serre et produits de pépinière .....	29,499	25,461	19,688	16,643	19,060	15,952
Miscellaneous(2) — Articles divers(2) .....	77,082	63,936	61,509	60,819	60,826	56,804

(1) Data revised to include sales of meals and alcoholic beverages on airlines and railways. — Données rectifiées afin d'inclure les ventes de repas et de boissons alcooliques en cours de voyages en avion, en traversier et en chemin de fer.

(2) 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, 1972 and 1973

TABLEAU 2. Vente directe au Canada — par mode de distribution, par marchandises, 1972 et 1973

Commodities — Marchandises	Total direct sales	From premises	By mail	By door- to-door canvassing	Through other channels(1)
	Ventes directes totales	Chez le fabricant	Par la poste	Démarchage	Autres moyens(1)
	thousands of dollars — milliers de dollars				
All commodities — Toutes marchandises .....	1973 1,034,133	189,949	154,715	655,826	33,643
	1972 934,660 <sup>r</sup>	166,816 <sup>r</sup>	140,079 <sup>r</sup>	595,694 <sup>r</sup>	32,071 <sup>r</sup>
Meat, fish and poultry — Viande, poisson et volaille ..	1973 14,263	12,280	—	—	1,983
	1972 12,571	11,113	—	—	1,458
Frozen food plans — Contrats d'achats d'aliments congelés.	1973 29,352	29,352	—	—	—
	1972 23,568	23,568	—	—	—
Dairy products — Produits laitiers .....	1973 187,757 <sup>P</sup>	—	—	187,757 <sup>P</sup>	—
	1972 184,075 <sup>r</sup>	—	—	184,075 <sup>r</sup>	—
Bakery products — Produits de boulangerie .....	1973 45,533 <sup>P</sup>	—	—	45,533 <sup>P</sup>	—
	1972 42,082 <sup>r</sup>	—	—	42,082 <sup>r</sup>	—
All other foods and beverages — Tous autres aliments et boissons.	1973 35,712	1,484	—	21,340	12,888
	1972 34,362 <sup>r</sup>	3,558	—	16,098	14,706 <sup>r</sup>
Canvas, awnings, sails, tents, etc. — Auvents, tentes, voiles, etc. de toile.	1973 6,032	5,574	—	458	—
	1972 5,549	5,100	—	449	—
Clothing — Vêtements .....	1973 9,878	7,715	—	2,163	—
	1972 9,244	7,322	—	1,922	—
Fur goods — Articles de fourrure .....	1973 8,262	8,262	—	—	—
	1972 7,067	7,067	—	—	—
Furniture, re-upholstery and repairs — Meubles, rembourrage et réparation.	1973 39,290	39,290	—	—	—
	1972 35,980 <sup>r</sup>	35,980 <sup>r</sup>	—	—	—
Books — Livres .....	1973 72,022	—	48,903	23,119	—
	1972 63,287	340	43,411	19,536	—
Newspapers — Journaux .....	1973 146,237 <sup>P</sup>	440 <sup>P</sup>	14,040 <sup>P</sup>	128,100 <sup>P</sup>	3,657 <sup>P</sup>
	1972 136,670 <sup>r</sup>	410 <sup>r</sup>	13,120 <sup>r</sup>	119,723 <sup>r</sup>	3,417 <sup>r</sup>
Magazines — Revues .....	1973 20,135	—	20,135	—	—
	1972 18,227	—	18,227	—	—
Aluminum windows, doors, screens and awnings — Fenêtres, grillages, portes et auvents d'aluminium.	1973 21,354	9,588	—	11,766	—
	1972 18,386	13,036	—	5,350	—
Dinnerware, kitchenware and utensils — Couverts, articles de cuisine et ustensiles.	1973 38,731	—	—	38,731	—
	1972 31,625	—	—	31,625	—
Sail boats and pleasure craft — Bateaux à voiles et embarcations de plaisance.	1973 12,528	12,528	—	—	—
	1972 9,186	9,186	—	—	—
Household electrical appliances — Appareils électriques ménagers.	1973 84,750	22,035	—	62,715	—
	1972 63,053	13,730	—	49,323	—
Pharmaceuticals and medicines — Médicaments et produits pharmaceutiques.	1973 3,455	—	435	3,020	—
	1972 5,172	383	243	4,546	—
Brushes, brooms, mops and household soaps and cleaners — Brosse, balais, vadrouilles et savons et nettoyeurs d'usage ménager.	1973 26,099	—	—	26,099	—
	1972 27,352	155	—	27,197	—
Cosmetics and costume jewellery — Cosmétiques et bijoux	1973 102,972	1,339	—	101,633	—
	1972 91,386	1,070	—	90,316	—
Phonograph records — Disques .....	1973 23,190	—	23,190	—	—
	1972 26,421	—	26,421	—	—
Greenhouse flowers and nursery seeds, stocks, etc. — Fleurs de serre et produits de pépinière.	1973 29,499	14,316	2,303	—	12,880
	1972 25,461	12,922	1,339	—	11,200
Miscellaneous — Articles divers .....	1973 77,082	25,746	45,709	3,392	2,235
	1972 63,936	21,876	37,318	3,452	1,290

(1) Other channels indicated were: roadside stands, market stalls, dining facilities on airlines, ferries and railways, kiosks, off-premises' shows, exhibitions, and other display and demonstration venues. — Les autres moyens de distribution indiqués étaient: les étalages au bord de la route, à un marché, achats de nourriture et boissons en cours de voyages en avion, en traversier et en chemin de fer, les kiosques, les étalages hors des locaux, les expositions, et d'autres formes d'étalage et démonstration.

TABLE 3. Percentage Distribution of Direct Sales in Canada Among Channels of Distribution, by Commodity, 1972 and 1973

TABLEAU 3. Répartition proportionnelle des ventes directes au Canada, suivant les moyens de distribution, par marchandise, 1972 et 1973

Commodities — Marchandises		Total direct sales	From premises	By mail	By door- to-door canvassing	Through other channels
		— Ventes directes totales	— Chez le fabriquant	— Par la poste	— Démarchage	— Autres moyens
		\$'000	percentage — pourcentage			
All commodities — Toutes marchandises .....	1973	1,034,133	18.4	15.0	63.4	3.2
	1972	934,660 <sup>r</sup>	17.9 <sup>r</sup>	15.0 <sup>r</sup>	63.7 <sup>r</sup>	3.4 <sup>r</sup>
Meat, fish and poultry — Viande, poisson et volaille ..	1973	14,263	86.1	—	—	13.9
	1972	12,571	88.4	—	—	11.6
Frozen food plans — Contrats d'achats d'aliments congelés.	1973	29,352	100.0	—	—	—
	1972	23,568	100.0	—	—	—
Dairy products — Produits laitiers .....	1973	187,757 <sup>P</sup>	—	—	100.0	—
	1972	184,075 <sup>r</sup>	—	—	100.0	—
Bakery products — Produits de boulangerie .....	1973	45,533 <sup>P</sup>	—	—	100.0	—
	1972	42,082 <sup>r</sup>	—	—	100.0	—
All other foods and beverages — Tous autres aliments et boissons.	1973	35,712	4.1	—	59.8	36.1
	1972	34,362 <sup>r</sup>	10.4 <sup>r</sup>	—	46.8 <sup>r</sup>	42.8 <sup>r</sup>
Canvas, awnings, sails, tents, etc. — Auvents, tentes, voiles, etc. de toile.	1973	6,032	92.4	—	7.6	—
	1972	5,549	91.9	—	8.1	—
Clothing — Vêtements .....	1973	9,878	78.1	—	21.9	—
	1972	9,244	79.2	—	20.8	—
Fur goods — Articles de fourrure .....	1973	8,262	100.0	—	—	—
	1972	7,067	100.0	—	—	—
Furniture, re-upholstery and repairs — Meubles, rembourrage et réparation.	1973	39,290	100.0	—	—	—
	1972	35,980 <sup>r</sup>	100.0	—	—	—
Books — Livres .....	1973	72,022	—	67.9	32.1	—
	1972	63,287	0.5	68.6	30.9	—
Newspapers — Journaux .....	1973	146,237 <sup>P</sup>	0.3	9.6	87.6	2.5
	1972	136,670 <sup>r</sup>	0.3	9.6	87.6	2.5
Magazines — Revues .....	1973	20,135	—	100.0	—	—
	1972	18,227	—	100.0	—	—
Aluminum windows, doors, screens and awnings — Fenêtres, grillages, portes et auvents d'aluminium.	1973	21,354	44.9	—	55.1	—
	1972	18,386	70.9	—	29.1	—
Dinnerware, kitchenware and utensils — Couverts, articles de cuisine et ustensiles.	1973	38,731	—	—	100.0	—
	1972	31,625	—	—	100.0	—
Sail boats and pleasure craft — Bateaux à voiles et embarcations de plaisance.	1973	12,528	100.0	—	—	—
	1972	9,186	100.0	—	—	—
Household electrical appliances — Appareils électriques ménagers.	1973	84,750	26.0	—	74.0	—
	1972	63,053	21.8	—	78.2	—
Pharmaceuticals and medicines — Médicaments et produits pharmaceutiques.	1973	3,455	—	12.6	87.4	—
	1972	5,172	7.4	4.7	87.9	—
Brushes, brooms, mops and household soaps and cleaners — Brosses, balais, vadrouilles et savons et nettoyeurs d'usage ménager.	1973	26,099	—	—	100.0	—
	1972	27,352	0.6	—	99.4	—
Cosmetics and costume jewellery — Cosmétiques et bijoux	1973	102,972	1.3	—	98.7	—
	1972	91,386	1.2	—	98.8	—
Phonograph records — Disques .....	1973	23,190	—	100.0	—	—
	1972	26,421	—	100.0	—	—
Greenhouse flowers and nursery seeds, stocks, etc. — Fleurs de serre et produits de pépinière.	1973	29,499	48.5	7.8	—	43.7
	1972	25,461	50.7	5.3	—	44.0
Miscellaneous — Articles divers .....	1973	77,082	33.4	59.3	4.4	2.9
	1972	63,936	34.2	58.4	5.4	2.0



Statistics Canada Statistique Canada

Merchandising and Services Division

**SURVEY OF DIRECT SELLING  
IN CANADA  
1973**

Complete and mail one copy within 30 days  
of receipt.

(Exemplaires français disponibles  
sur demande)

Revise name or address if not correct

**PLEASE READ BEFORE COMPLETING QUESTIONNAIRE**

1. This survey is undertaken in conformity with the Statistics Act, Chapter 15, Statutes of Canada 1970-71-72. The completion and return of this questionnaire within 30 days is a legal requirement. The Act ensures that any information you supply must be treated in the strictest confidence and divulged to no one outside Statistics Canada, not even another government department or agency, without your written permission.
2. This form is being sent to primary producers, manufacturers, and wholesale merchants and other distributors who sell all or part of their goods directly to the individual household consumer for his personal or household use.
3. "Direct sales" are retail sales which by-pass the regular retail outlets, such as, chain, department or independent retail stores. These sales are made on factory premises (to employees), through manufacturers' showrooms and counter-sales, by mail-order and subscriptions, via door-to-door canvassing, at house-parties, fairs, exhibition booths, market stalls, etc.
4. Please report for your normal business year ending at any time between 1st April 1973 and 31st March 1974. A self-addressed envelope is enclosed for your convenience.
5. The results of this survey, which are published in the report Direct Selling in Canada (Catalogue No. 63-218), are useful to the business community as well as to the government.
6. For any information regarding this survey please contact the Special Projects Section, Merchandising and Services Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V4, Ontario (Telephone No. 613-996-9301) or telex 053-3585.

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

1973

		<b>VALUE OF SALES</b>	
		Total net sales*	Cost to the consumer**
		\$ (omit cents)	
<b>1. Report the value of merchandise sold in 1973 by the following methods:</b>			
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) <b>TOTAL A</b> (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. .....			
<b>TOTAL SALES (A + B)</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 as a percentage of Total 1A (v) above: ( $\approx 100.0\%$ )**

COMMODITY	%	COMMODITY	%
1.	3.	2.	4.
3.	4.	4.	5.

**3. Employment: Indicate the number of persons who were actually engaged in selling your products directly to household consumers (Total 1A (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

Division du commerce et des services

**ENQUÊTE SUR LA VENTE DIRECTE  
AU CANADA  
1973**

Renvoyer un exemplaire dûment rempli  
dans les 30 jours suivant la réception.

(English copies available on request)

Corriger le nom et l'adresse s'il y a lieu

**PRIÈRE DE LIRE AVANT DE RÉPONDRE AU QUESTIONNAIRE**

1. La présente enquête est menée en vertu de la Loi sur la statistique, chapitre 15 des Statuts du Canada de 1970-71-72, selon laquelle vous êtes tenu de remplir ce questionnaire et de nous le renvoyer dans les 30 jours qui suivent la date de réception. En vertu de la loi, Statistique Canada s'engage à traiter dans la plus stricte confidentialité les renseignements que vous fournirez et à ne pas divulguer sans votre consentement écrit, à qui que ce soit hors de Statistique Canada, même pas à d'autres ministères ou organismes publics.
2. Ce questionnaire est envoyé aux producteurs primaires, aux fabricants et aux marchands de gros ainsi qu'à d'autres distributeurs qui vendent la totalité ou une partie de leurs produits **directement au consommateur** pour son usage domestique ou personnel.
3. Par ventes directes, on entend les ventes au détail qui ne passent pas par les points de vente au détail habituels, c'est-à-dire les magasins à succursales, les grands magasins, et les magasins de détaillants indépendants. Ces ventes peuvent s'effectuer sur les lieux mêmes de l'entreprise (aux employés), par le truchement de salles d'exposition et d'étagères, par catalogue ou abonnements, par démarchage, ou encore par démonstrations à domicile, foires, kiosques d'exposition, stands au marché, etc.
4. Veuillez faire porter votre déclaration sur votre année financière (année normale d'affaires) se terminant entre le 1<sup>er</sup> avril 1973 et le 31 mars 1974. Servez-vous de l'enveloppe réponse ci-jointe pour nous la faire parvenir.
5. Les résultats de l'enquête sont publiés dans le bulletin intitulé **La vente directe au Canada** (N° 63-218 au catalogue) et servent aussi bien au monde des affaires qu'à l'administration publique.
6. Pour tout renseignement au sujet de cette enquête, veuillez communiquer avec la Section des travaux spéciaux, Division du commerce et des services, Statistique Canada, Ottawa (Ontario) K1A 0V4 (N° de téléphone: 613-996-9301 ou télex 053-3585).

## ENQUÊTE SUR LA VENTE DIRECTE

(Vente de marchandises directement au consommateur ménager)

1973

**1. Indiquez la valeur des marchandises vendues en 1973 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.

Précisez .....

(v) **TOTAL A** (somme de (i) à (iv)) .....

B. **Toutes autres ventes:** par exemple par vos propres magasins de gros et de détail; à d'autres débouchés de gros, de détail et de service; à des clubs, établissements, organismes, associations, autres utilisateurs commerciaux, etc. .....

**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 marge brute de commission, sans les taxes de vente.

**2. Énumérez les principales marchandises vendues et donnez la distribution procentuelle du Total 1A (v) ci-dessus: (= 100.0 %)**

MARCHANDISE	%	MARCHANDISE	%
1.		3.	
2.		4.	

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

nombre

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

du \_\_\_\_\_ 19 \_\_\_\_\_ au \_\_\_\_\_ 19 \_\_\_\_\_

Nom (en lettres moulées)

Titre officiel

Signature

Numéro de téléphone

Adresse d'affaires

Date de ce rapport

STATISTICS CANADA LIBRARY  
BIBLIOTHÈQUE STATISTIQUE CANADA



1010714508