

Direct selling in Canada

1974

La vente directe au Canada

1974



STATISTICS CANADA — STATISTIQUE CANADA
Merchandising and Services Division — Division du commerce et des services

DIRECT SELLING IN CANADA

LA VENTE DIRECTE AU CANADA

1974

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

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

December - 1975 - Décembre
5-3411-541

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.

... figures not appropriate or not applicable.

- nil or zero.

-- amount too small to be expressed.

P preliminary figures.

r revised figures.

x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

SIGNES CONVENTIONNELS

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

.. nombres indisponibles.

... n'ayant pas lieu de figurer.

- néant ou zéro.

-- nombres infimes.

P nombres provisoires.

r nombres rectifiés.

x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

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 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 1974 Survey

The results of the 1974 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 1974, Canadian household consumers spent \$1,227 million on direct purchases of consumer goods in addition to the \$44,569 million purchased through regular retail outlets. Close to three-fifths (62.1%) of this extra spending (\$762.4 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 \$250 million and newspapers another \$146 million. Other sizeable items of expenditure made at home were on cosmetics and costume jewellery (\$122.5 million); household electrical appliances, including vacuum cleaners (\$75.1 million); dinnerware, kitchenware and utensils (\$49.8 million); brushes, brooms and household cleaners (\$31.3 million); and books (\$28.5 million).

Mail-order purchases by household consumers accounted for a further 15.8% of all direct sales, amounting to \$194.0 million, comprising chiefly books (\$54.4 million); newspaper and magazine subscriptions (\$31.9 million); phonograph records and tapes (\$26.4 million); and included among the miscellaneous category a wide range of household appliances, books, binoculars, cameras, jewellery, watches, radios, etc., bought by credit-card holders of gasoline oil companies (\$22.2 million); as well as, on this occasion, commemorative coins and medallions (\$35.0 million).

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 de l'enquête de 1974

Les résultats de l'enquête de 1974 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 1974, les achats directs de biens de consommation des consommateurs canadiens se sont élevés à \$1,227 millions. Ce montant s'ajoute aux \$44,569 millions dépensés aux points de vente au détail ordinaires. Les dépenses directes engagées à domicile par les consommateurs auprès des représentants ou des démarcheurs se sont élevées à près des trois cinquièmes (62.1 %) des achats directs, soit \$762.4 millions.

Le pain, le lait et les produits laitiers livrés à domicile sont intervenus dans cette somme pour \$250 millions et les journaux pour \$146 millions. Les consommateurs ont aussi dépensé chez eux une somme importante en cosmétiques et bijoux de toilette (\$122.5 millions), en appareils électro-ménagers, y compris les aspirateurs (\$75.1 millions), en couverts et en articles et batteries de cuisine (\$49.8 millions), en brosses, balais et nettoyeurs d'usage ménager (\$31.3 millions) et en livres (\$28.5 millions).

Les commandes postales placées par les ménages ont rendu compte de 15.8 % de l'ensemble des ventes directes, et se sont établies à \$194.0 millions. Elles portaient sur des livres (\$54.4 millions), journaux et magazines (abonnements) (\$31.9 millions), disques et bandes magnétiques (\$26.4 millions) et dans le groupe "articles divers", sur 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 (\$22.2 millions); ainsi que sur des pièces et médailles commémoratives (\$35.0 millions).

Direct purchases from showrooms and premises of manufacturing companies or primary producers, amounted to \$220 million (17.9% of total direct sales), and included such items as furniture repair and re-upholstery (\$47.7 million); frozen food plans (\$30.7 million); greenhouse flowers and nursery stocks (\$13.9 million); household electrical appliances (\$28.4 million); sail boats and pleasure craft (\$12.6 million); aluminum doors, windows, screens and awnings, etc. (\$10.4 million).

Finally, consumers also made \$50.9 million purchases during 1974 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 firm estimates are dependent on the census figures.

Table A below shows a comparison of the magnitude of direct sales to retail sales, from 1970-1974. In this table retail sales data have been adjusted to exclude sales of commodities which are not ordinarily made through direct-selling channels. From 1970-1974 total direct sales increased from \$817.9 million to \$1,227.0 million at an average annual rate of 10.7%, a slower pace than the 13.7% experienced by total retail sales over the same period.

Les ventes directes dans des salles d'expositions et autres locaux propres des sociétés manufacturières ou des producteurs primaires se sont élevées à \$220 millions (17.9 % des ventes directes totales); elles visaient des éléments comme la réparation et le rembourrage de meubles (\$47.7 millions), la fourniture d'aliments congelés par contrat (\$30.7 millions), les fleurs de serre et les produits de pépinière (\$13.9 millions), les appareils électro-ménagers (\$28.4 millions), les voiliers et les bateaux de plaisance (\$12.6 millions), les portes, fenêtres, treillis et auvents en aluminium, etc. (\$10.4 millions).

En 1974, les consommateurs ont enfin dépensé \$50.9 millions en fleurs de serre, fruits, légumes, etc., dans les étalages le long des routes et les marchés en plein vent, en achats de nourriture et boissons en cours de voyages en avion, en traversier et en chemin de fer, 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.

Le tableau A compare les chiffres de la vente au détail à ceux des ventes directes pour la période 1970-1974. 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 1970-1974, les ventes directes totales ont grimpé de \$817.9 millions à \$1,227.0 millions; le taux annuel de croissance moyen, qui s'est établi à 10.7%, a été inférieur à celui des ventes totales au détail pour la même période (13.7%).

TABLE A. Value of Direct Sales compared with Retail Sales

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

	Change 1974/1973 - Variation 1974/1973	1974	1973	1972	1971	1970
thousands of dollars - milliers de dollars						
Retail sales - Total - Ensembles des ventes au détail	+ 16.3	44,568,902	38,335,226 ^r	34,107,040 ^r	32,079,753 ^r	27,560,853 ^r
Less - Moins:						
Motor vehicle dealers - Ventes de véhicules automobiles	+ 11.9	8,303,286	7,422,390 ^r	6,240,435 ^r	5,251,637 ^r	4,197,249
Used car dealers - Ventes de voitures d'occasion	+ 9.3	142,393	130,218 ^r	118,716 ^r	226,511 ^r	209,027
Garages and service stations - Ventes des garages et stations-service	+ 20.7	3,595,065	2,978,321 ^r	2,686,917 ^r	2,906,532 ^r	2,530,675
Liquor, beer and wine stores - Ventes de boissons alcooliques, de bière et de vin ..	+ 13.6	2,087,052	1,837,782 ^r	1,630,756	1,486,518	1,350,913
Sub-total - Total partiel	+ 14.2	14,127,796	12,368,711 ^r	10,676,824 ^r	9,871,198 ^r	8,287,864 ^r
Comparable retail sales - Ventes au détail comparables	+ 17.2	30,441,106	25,966,515 ^r	23,430,216 ^r	22,208,555 ^r	19,272,944
Direct sales - Ventes directes	+ 17.6	1,227,047	1,043,575	934,660	849,470	817,873
Percentage - Pourcentage		4.0	4.0	4.0	3.8	4.2

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 growth rate of 17.6% for total direct sales was exceeded in the case of several of the commodities shown, notably by housewares, cosmetics and costume jewellery. Frozen food plans, magazines and bakery products show the lowest increases in the latest year.

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 cosmétiques et les bijoux, ont dépassé le taux de croissance total de 17.6 %. Les contrats d'achats d'aliments congelés, revues et les produits de boulangerie ont accusé le plus faible taux de croissance.

TABLE B. Annual Percentage Change in Direct Sales, by Channel of Distribution and Selected Commodities, 1969-1974

TABLEAU B. Variation procentuelle annuelle des ventes directes, par canal de distribution et pour certaines marchandises, 1969-1974

Channels and commodities Marchandises et canaux de distribution	1974 1973	1973 1972	1972 1971	1971 1970	1970 1969
Channel of distribution - Canal de distribution:					
From premises - Chez le fabricant	+ 14.6	+ 14.9	+ 11.9
By mail-order - Par la poste	+ 25.4	+ 10.4	+ 16.1
Door-to-door sales - Démarchage	+ 16.3	+ 10.1	+ 8.1
Other channels - Autres moyens	+ 23.2	+ 28.7	+ 11.8
Direct sales - Total - Ventes directes	+ 17.6	+ 11.7	+ 10.0	+ 3.9	+ 1.0
Selected commodities - Certaines marchandises:					
Frozen food plans - Contrats d'achats d'aliments congelés	+ 4.6	+ 24.5	+ 30.5	- 6.3	- 15.6
Bakery products - Produits de boulangerie	+ 2.7	+ 8.2	- 1.9	+ 1.0	- 9.6
Clothing - Vêtements	+ 15.0	+ 6.9	- 28.8	- 2.3	- 2.5
Furniture, re-upholstery and repairs - Meubles, rembourrage et réparation	+ 10.5	+ 17.3	+ 10.6	+ 4.6	- 3.1
Books - Livres	+ 15.1	+ 13.8	+ 17.3	+ 5.4	- 5.7
Newspapers - Journaux	+ 12.7	+ 7.0	+ 5.1	+ 8.3	+ 8.8
Magazines - Revues	+ 3.5	+ 10.5	+ 11.5	+ 16.7	+ 16.5
Dinnerware, kitchenware and utensils - Couverts, articles de cuisine et ustensiles	+ 28.6	+ 22.5	+ 23.8	- 4.9	+ 8.9
Household electrical appliances - Appareils électriques ménagers	+ 22.1	+ 34.4	+ 35.4	+ 22.1	- 3.0
Brushes, brooms, mops and household soaps and cleaners - Brosses, balais, vadrouilles, savons et nettoyeurs d'usage ménager	+ 20.0	- 4.6	+ 16.5	+ 5.4	+ 7.7
Cosmetics and costume jewellery - Cosmétiques et bijoux	+ 20.2	+ 12.7	+ 17.5	+ 0.6	+ 7.3
Phonograph records and tapes - Disques et bandes magnétiques	+ 13.6	- 12.2	+ 85.3	+ 0.6	+ 12.4
Greenhouse flowers and nursery products - Fleurs de serre et produits de pépinière	+ 6.1	+ 41.5	+ 29.3	+ 18.3	- 12.7

Table C summarises the percentage composition of total direct sales by selected commodities since 1969. The loss in market share by bakery, dairy and frozen food products amounting to 8.3 percentage points since 1969 has been made up by small increases in share, by 1974, 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 1969. Au cours des cinq dernières années, le recul de 8.3 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, 1969-1974

TABLEAU C. Ventes directes de certaines marchandises données en pourcentage de l'ensemble des ventes directes au Canada, 1969-1974

Commodities - Marchandises	1974	1973	1972	1971	1970	1969
per cent - pourcentage						
Dairy products - Produits laitiers	16.6	18.0	19.7	21.8	22.5	22.6
Newspapers - Journaux	13.4	14.0	14.6	15.3	14.7	13.6
Cosmetics and costume jewellery - Cosmétiques et bijoux	10.1	9.9	9.8	9.2	9.4	8.9
Books - Livres	6.8	6.9	6.8	6.4	6.3	6.7
Household electrical appliances - Appareils électriques ménagers	8.4	8.1	6.7	5.5	4.7	4.9
Bakery products - Produits de boulangerie	3.8	4.4	4.5	5.0	5.2	5.8
Furniture, re-upholstery and repairs - Meubles, rembourrage et réparation	3.9	4.0	3.8	3.8	3.8	4.0
Dinnerware, kitchenware and utensils - Couverts, articles de cuisine et ustensiles	4.1	3.7	3.4	3.0	3.3	3.0
Brushes, brooms, mops and household soaps and cleaners - Brosse, balais, vadrouilles et savons et nettoyeurs d'usage ménager	2.6	2.5	2.9	2.8	2.7	2.6
Frozen food plans - Contrats d'achats d'aliments congelés	2.5	2.8	2.5	2.1	2.4	2.8
Phonograph records and tapes - Disques et bandes magnétiques	2.1	2.2	2.8	1.7	1.7	1.6
Aluminum windows, doors, screens and awnings - Fenêtres, grillages, portes et auvents d'aluminium	2.0	2.0	2.0	2.0	1.9	2.2
Greenhouse flowers and nursery seeds, stocks, etc. - Fleurs de serre et produits de pépinière	3.1	3.5	2.7	2.3	2.0	2.4
Sub-total - Total partiel	79.4	82.0	82.2	80.9	80.6	81.1
Other - Autres	20.6	18.0	17.8	19.1	19.4	18.9
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 1973 and 1974. 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 principales tables de ce bulletin, à savoir les tableaux 1, 2 et 3, présentent chronologiquement la valeur totale des ventes directes selon certaines marchandises, et, pour 1973 et 1974, 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, 1969 to 1974

TABLEAU 1. Vente directe au Canada, par marchandises, 1969 à 1974

Commodities — Marchandises	1974	1973	1972	1971	1970	1969
thousands of dollars — milliers de dollars						
All commodities — Toutes marchandises	1,227,047	1,043,575 ^r	934,660	849,470	817,873	809,449
Meat, fish and poultry — Viande, poisson et volaille	15,658	14,263	12,571	11,612	10,672	9,356
Frozen food plans — Contrats d'achats d'aliments congelés	30,701	29,352	23,568	18,062	19,282	22,838
Dairy products — Produits laitiers	203,716 ^P	187,757	184,075	185,000	184,000	183,000
Bakery products — Produits de boulangerie	46,763 ^P	45,533	42,082	42,897	42,471	46,983
All other foods and beverages — Tous autres aliments et boissons	42,584	35,712	34,362	33,148	34,308	34,086
Canvas, awnings, sails, tents, etc. — Auvents, tentes, voiles, etc. de toile	6,967	6,032	5,549	6,437	5,314	5,053
Clothing — Vêtements	11,362	9,878	9,244	12,981	13,284	13,628
Fur goods — Articles de fourrure	9,818	8,262	7,067	7,046	6,115	5,200
Furniture, re-upholstery and repairs — Meubles, rembourrage et réparation	47,733	42,204 ^r	35,980	32,535	31,000	32,000
Books — Livres	82,889	72,022	63,287	53,975	51,197	54,295
Newspapers — Journaux	164,800	146,237	136,670	130,000	120,005	110,257
Magazines — Revues	20,839	20,135	18,227	16,348	14,013	12,030
Aluminum windows, doors, screens and awnings — Fenêtres, grilles- ges, portes et auvents d'aluminium	24,109	21,354	18,386	16,944	15,656	17,910
Dinnerware, kitchenware and utensils — Couverts, articles de cuisine et ustensiles	49,806	38,731	31,625	25,535	26,863	24,657
Sail boats and pleasure craft — Bateaux à voiles et embarcations de plaisance	12,568	12,528	9,186	8,799	8,397	8,388
Household electrical appliances — Appareils électriques ménagers	103,519	84,750	63,053	46,582	38,154	39,341
Pharmaceuticals and medicines — Médicaments et produits pharma- ceutiques	2,882	3,455	5,172	4,897	5,964	5,250
Brushes, brooms, mops and household soaps and cleaners — Brosses, balais, vadrouilles et savons et nettoyeurs d'usage ménager ...	31,331	26,099	27,352	23,471	22,270	20,679
Cosmetics and costume jewellery — Cosmétiques et bijoux	123,758	102,972	91,386	77,744	77,266	71,995
Phonograph records and tapes — Disques et bandes magnétiques ...	26,352	23,190	26,421	14,260	14,180	12,617
Greenhouse flowers and nursery seeds, stocks, etc. — Fleurs de serre et produits de pépinière	38,216	36,027 ^r	25,461	19,688	16,643	19,060
Miscellaneous(1) — Articles divers(1)	130,676	77,082	63,936	61,509	60,819	60,826

(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, 1973 and 1974

TABLEAU 2. Vente directe au Canada - Par mode de distribution, par marchandises, 1973 et 1974

Commodities - Marchandises	Total direct sales - Ventes directes totales	From premises - Chez le fabricant	By mail - Par la poste	By door- to-door canvassing - Démarcage	Through other channels(1) - Autres moyens(1)
		thousands of dollars - milliers de dollars			
All commodities - Toutes marchandises	1974 1,227,047	219,735	194,048	762,411	50,853
	1973 1,043,575 ^r	191,749 ^r	154,715	655,826	41,285 ^r
Meat, fish and poultry - Viande, poisson et volaille ..	1974 15,658	13,888	-	-	1,770
	1973 14,263	12,280	-	-	1,983
Frozen food plans - Contrats d'achats d'aliments congelés.	1974 30,701	30,701	-	-	-
	1973 29,352	29,352	-	-	-
Dairy products - Produits laitiers	1974 203,716	-	-	203,716	-
	1973 187,757	-	-	187,757	-
Bakery products - Produits de boulangerie	1974 46,763	-	-	46,763	-
	1973 45,533	-	-	45,533	-
All other foods and beverages - Tous autres aliments et boissons.	1974 42,584	1,441	-	22,587	18,556
	1973 35,712	1,484	-	21,340	12,888
Canvas, awnings, sails, tents, etc. - Auvents, tentes, voiles, etc. de toile.	1974 6,967	5,964	-	1,003	-
	1973 6,032	5,574	-	458	-
Clothing - Vêtements	1974 11,362	9,612	-	1,750	-
	1973 9,878	7,715	-	2,163	-
Fur goods - Articles de fourrure	1974 9,818	9,818	-	-	-
	1973 8,262	8,262	-	-	-
Furniture, re-upholstery and repairs - Meubles, rembourrage et réparation.	1974 47,733	47,733	-	-	-
	1973 42,204 ^r	42,204 ^r	-	-	-
Books - Livres	1974 82,889	-	54,375	28,514	-
	1973 72,022	-	48,903	23,119	-
Newspapers - Journaux	1974 164,800	330	11,042	146,342	7,086
	1973 146,237	440	14,040	128,100	3,657
Magazines - Revues	1974 20,839	-	20,839	-	-
	1973 20,135	-	20,135	-	-
Aluminum windows, doors, screens and awnings - Fenêtres, grillages, portes et auvents d'aluminium.	1974 24,109	10,367	-	13,742	-
	1973 21,354	9,588	-	11,766	-
Dinnerware, kitchenware and utensils - Couverts, articles de cuisine et ustensiles.	1974 49,806	-	-	49,806	-
	1973 38,731	-	-	38,731	-
Sail boats and pleasure craft - Bateaux à voiles et embarcations de plaisance.	1974 12,568	12,568	-	-	-
	1973 12,528	12,528	-	-	-
Household electrical appliances - Appareils électriques ménagers.	1974 103,519	28,382	-	75,137	-
	1973 84,750	22,035	-	62,715	-
Pharmaceuticals and medicines - Médicaments et produits pharmaceutiques.	1974 2,882	-	1,273	1,609	-
	1973 3,455	-	435	3,020	-
Brushes, brooms, mops and household soaps and cleaners - Brosse, balais, vadrouilles et savons et nettoyeurs d'usage ménager.	1974 31,331	-	-	31,331	-
	1973 26,099	-	-	26,099	-
Cosmetics and costume jewellery - Cosmétiques et bijoux	1974 123,758	1,286	-	122,472	-
	1973 102,972	1,339	-	101,633	-
Phonograph records - Disques	1974 26,352	-	26,352	-	-
	1973 23,190	-	23,190	-	-
Greenhouse flowers and nursery seeds, stocks, etc. - Fleurs de serre et produits de pépinière.	1974 38,216	13,854	2,812	-	21,550
	1973 36,027 ^r	13,202 ^r	2,303	-	20,522 ^r
Miscellaneous - Articles divers	1974 130,676	33,791	77,355	17,639	1,891
	1973 77,082	25,746	45,709	3,392	2,135

(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, 1973 and 1974

TABLEAU 3. Répartition proportionnelle des ventes directes au Canada, suivant les moyens de distribution, par marchandise, 1973 et 1974

Commodities — Marchandises	Total direct sales — Ventes directes totales	From	By	By door-to-door canvassing	Through other channels	
		premises	mail	Démarchage	— Autres moyens	
		Chez le fabriquant	— Par la poste			
\$'000						
per cent - pourcentage						
All commodities — Toutes marchandises	1974 1,227,047	17.9	15.8	62.1	4.2	
	1973 1,043,575 ^r	18.4	14.8 ^r	62.8	4.0 ^r	
Meat, fish and poultry — Viande, poisson et volaille ..	1974 15,658	88.7	—	—	11.3	
	1973 14,263	86.1	—	—	13.9	
Frozen food plans — Contrats d'achats d'aliments congelés.	1974 30,701	100.0	—	—	—	
	1973 29,352	100.0	—	—	—	
Dairy products — Produits laitiers	1974 203,716	—	—	100.0	—	
	1973 187,757	—	—	100.0	—	
Bakery products — Produits de boulangerie	1974 46,763	—	—	100.0	—	
	1973 45,533	—	—	100.0	—	
All other foods and beverages — Tous autres aliments et boissons.	1974 42,584	3.4	—	53.0	43.6	
	1973 35,712	4.1	—	59.8	36.1	
Canvas, awnings, sails, tents, etc. — Auvents, tentes, voiles, etc. de toile.	1974 6,967	85.6	—	14.4	—	
	1973 6,032	92.4	—	7.6	—	
Clothing — Vêtements	1974 11,362	84.6	—	15.4	—	
	1973 9,878	78.1	—	21.9	—	
Fur goods — Articles de fourrure	1974 9,818	100.0	—	—	—	
	1973 8,262	100.0	—	—	—	
Furniture, re-upholstery and repairs — Meubles, rembourrage et réparation.	1974 47,733	100.0	—	—	—	
	1973 42,204 ^r	100.0	—	—	—	
Books — Livres	1974 82,889	—	65.6	34.4	—	
	1973 72,022	—	67.9	32.1	—	
Newspapers — Journaux	1974 164,800	0.2	6.7	88.8	4.3	
	1973 146,237	0.3	9.6	87.6	2.5	
Magazines — Revues	1974 20,839	—	100.0	—	—	
	1973 20,135	—	100.0	—	—	
Aluminum windows, doors, screens and awnings — Fenêtres, grillages, portes et auvents d'aluminium.	1974 24,109	43.0	—	57.0	—	
	1973 21,354	44.9	—	55.1	—	
Dinnerware, kitchenware and utensils — Couverts, articles de cuisine et ustensiles.	1974 49,806	—	—	100.0	—	
	1973 38,731	—	—	100.0	—	
Sail boats and pleasure craft — Bateaux à voiles et embarcations de plaisance.	1974 12,568	100.0	—	—	—	
	1973 12,528	100.0	—	—	—	
Household electrical appliances — Appareils électriques ménagers.	1974 103,519	27.4	—	72.6	—	
	1973 84,750	26.0	—	74.0	—	
Pharmaceuticals and medicines — Médicaments et produits pharmaceutiques.	1974 2,882	—	44.2	55.8	—	
	1973 3,455	—	12.6	87.4	—	
Brushes, brooms, mops and household soaps and cleaners — Brosse, balais, vadrouilles et savons et nettoyeurs d'usage ménager.	1974 31,331	—	—	100.0	—	
	1973 26,099	—	—	100.0	—	
Cosmetics and costume jewellery — Cosmétiques et bijoux	1974 123,758	1.0	—	99.0	—	
	1973 102,972	1.3	—	98.7	—	
Phonograph records — Disques	1974 26,352	—	100.0	—	—	
	1973 23,190	—	100.0	—	—	
Greenhouse flowers and nursery seeds, stocks, etc. — Fleurs de serre et produits de pépinière.	1974 38,216	36.2	7.4	—	56.4	
	1973 36,027 ^r	36.6 ^r	6.4 ^r	—	57.0 ^r	
Miscellaneous — Articles divers	1974 130,676	25.9	59.2	13.5	1.4	
	1973 77,082	33.4	59.3	4.4	2.9	



Statistics Canada Statistique Canada

Merchandising and Services Division

**SURVEY OF DIRECT SELLING
IN CANADA**

1974

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 1974 and 31st March 1975. 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 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. 613-996-9278 or Telex 053-3585).

DIRECT SELLING SURVEY
(Sales of goods to household consumers)
1974

1. Report the value of merchandise sold in 1974 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 as a percentage of **Total 1A (v) above**: (= 100.0%)

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

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 of person responsible for completed form (please print)	Title	
Address	Postal code	Telephone number and area code
Signature	Date of this report	



Statistics Canada Statistique Canada

Division du commerce et des services

**ENQUÊTE SUR LA VENTE DIRECTE
AU CANADA
1974**

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, emplacements au marché, etc.
4. Veuillez faire porter votre déclaration sur votre année financière (année normale d'affaires) se terminant entre le 1^{er} avril 1974 et le 31 mars 1975. 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** (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: 613-996-9278 ou Téléx 053-3585).

ENQUÊTE SUR LA VENTE DIRECTE

(Vente de marchandises directement au consommateur ménager)

1974

1. Indiquez la valeur des marchandises vendues en 1974 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, emplacements 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.

3. 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) Employées par vous comme vendeurs, préposés aux commandes postales ou à la distribution, etc.

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 de la personne qui a rempli la formule (en lettres moulées)	Titre
Adresse	Code postal
Signature	Date de ce rapport

STATISTICS CANADA LIBRARY
BIBLIOTHÈQUE STATISTIQUE CANADA



1010714511