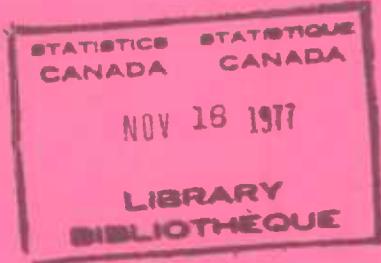


Direct selling in Canada

1976

La vente directe au Canada

1976



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

DIRECT SELLING IN CANADA

LA VENTE DIRECTE AU CANADA

1976

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

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

November - 1977 - Novembre
5-3406-541

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

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

INTRODUCTION

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.

Summary of Results of 1976 Survey

During 1976, Canadian household consumers spent \$1,593 million on direct purchases of consumer goods in addition to the \$57,167 million purchased through regular retail outlets. About three-fifths (59.1%) of this extra spending (\$942.1 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 \$300 million and newspapers another \$162 million. Other sizeable items of expenditure made at home were on

For 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.

Résumé des données de l'enquête de 1976

En 1976, les achats directs de biens de consommation des consommateurs canadiens se sont élevés à \$1,593 millions. Ce montant s'ajoute aux \$57,167 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 presque trois cinquièmes (59.1 %) des achats directs, soit \$942.1 millions.

Le pain, le lait et les produits laitiers livrés à domicile sont intervenus dans cette somme pour \$300 millions et les journaux pour \$162 millions. Les consommateurs ont aussi dépensé chez

cosmetics and costume jewellery (\$136.4 million), household electrical appliances, including vacuum cleaners (\$114.7 million), dinnerware, kitchenware and utensils (\$70.1 million), household cleaners, soaps, brushes, brooms and mops (\$37.6 million), and books (\$39.0 million).

Mail-order purchases by household consumers accounted for a further 16.1% of all direct sales, amounting to \$256.9 million. Such purchases included books (\$80.0 million), newspaper and magazine subscriptions (\$45.0 million), phonograph records and tapes (\$13.3 million), a wide range of household appliances, books, binoculars, cameras, jewellery, watches, radios, etc., bought by credit-card holders of gasoline oil companies (\$21.9 million), as well as, on this occasion, commemorative coins, stamps, small sculptures and medallions (\$40.8 million).

Direct purchases from showrooms and premises of manufacturing companies or primary producers, amounted to \$299 million (18.8% of total direct sales), and included such items as furniture repair and re-upholstery (\$59.7 million), frozen food plans (\$21.6 million), greenhouse flowers and nursery stocks (\$27.8 million), household electrical appliances (\$18.2 million), sail boats and pleasure craft (\$16.4 million), aluminum doors, windows, screens and awnings, etc. (\$15.4 million).

Finally, consumers also made \$95.9 million purchases during 1976 of greenhouse flowers, fruits, vegetables, etc., from temporary roadside stands and market stalls; meals and alcoholic beverages on air-lines, ferries and railways; newspapers from honour boxes; and other miscellaneous commodities at exhibitions and shows.

Table A shows a comparison of the magnitude of direct sales to retail sales, from 1972-1976. In this table retail sales data have been adjusted to exclude sales of commodities which are not ordinarily made through direct-selling channels. Between 1972 and 1976, total direct sales increased from \$934.7 million to \$1,593.4 million at an average annual rate of 14.2%, a pace which exceeds the 13.8% experienced by total retail sales over the same period.

eux une somme importante en cosmétiques et bijoux de toilette (\$136.4 millions), en appareils électroménagers, y compris les aspirateurs (\$114.7 millions), en couverts et en articles et batteries de cuisine (\$70.1 millions), nettoyeurs d'usage ménager, savons, brosses, balais et vadrouilles (\$37.6 millions) et en livres (\$39.0 millions).

Les commandes postales placées par les ménages ont rendu compte de 16.1 % de l'ensemble des ventes directes, et se sont établies à \$256.9 millions. Elles portaient sur des livres (\$80.0 millions), journaux et magazines (abonnements) (\$45.0 millions), disques et bandes stéréophoniques (\$13.3 millions), et 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 (\$21.9 millions), ainsi que sur des pièces, timbres, petites sculptures et médailles commémoratives (\$40.8 millions).

Les ventes directes dans des salles d'expositions et autres locaux propres des sociétés manufacturières ou des producteurs primaires se sont élevées à \$299 millions (18.8 % des ventes directes totales), elles visaient des éléments comme la réparation et le rembourrage de meubles (\$59.7 millions), la fourniture d'aliments congelés par contrat (\$21.6 millions), les fleurs de serre et les produits de pépinière (\$27.8 millions), les appareils électro-ménagers (\$18.2 millions), les voiliers et les bateaux de plaisance (\$16.4 millions), les portes, fenêtres, treillis et auvents en aluminium, etc. (\$15.4 millions).

En 1976, les consommateurs ont enfin dépensé \$95.9 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 divers articles dans des expositions.

Le tableau A compare les chiffres de la vente au détail à ceux des ventes directes pour la période 1972-1976. 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 1972 à 1976, les ventes directes totales ont grimpé de \$934.7 millions à \$1,593.4 millions; le taux annuel de croissance moyen, qui s'est établi à 14.2 % a été supérieur à celui des ventes totales au détail pour la même période (13.8%).

TABLE A. Value of Direct Sales Compared with Retail Sales

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

	Change 1976/1975 Variation	1976	1975	1974	1973	1972
thousands of dollars — milliers de dollars						
Retail sales — Total — Ensembles des ventes au détail	+ 11.2	57,166,947	51,408,454 ^r	44,751,159 ^r	38,335,226	34,107,040
Less — Moins:						
Motor vehicle dealers — Ventes de véhicules automobiles	+ 8.6	11,057,909	10,183,703	8,303,286	7,422,390	6,240,435
Used car dealers — Ventes de voitures d'occasion	+ 2.1	186,378	182,596	142,393	130,218	118,716
Garages and service stations — Ventes des garages et stations- service	+ 19.2	4,595,941	3,856,967	3,595,065	2,978,321	2,686,917
Liquor, beer and wine stores — Ventes de boissons alcooliques, de bière et de vin ...	+ 7.3	2,583,498	2,406,716 ^r	2,087,690	1,838,283	1,666,155
Sub-total — Total partiel	+ 10.8	18,423,726	16,629,982	14,128,434	12,369,212	10,712,223
Comparable retail sales — Ventes au détail com- parables	+ 11.4	38,743,221	34,778,472	30,622,725	25,966,014	23,394,817
Direct sales — Ventes directes	+ 18.1	1,593,438	1,349,029 ^r	1,230,215 ^r	1,041,238 ^r	934,660
Percentage — Pourcentage		4.1	3.9	4.0	4.0	4.0

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 18.1% for total direct sales was exceeded in the case of several of the commodities shown, notably by greenhouse flowers and nursery products; dinnerware, kitchenware and utensils; clothing; books; magazines; and cosmetics and costume jewellery. Frozen food plans as well as phonograph records and tapes show decreases in sales 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, le taux d'accroissement de 18.1 % pour le total des ventes directes a été dépassé dans le cas de plusieurs produits, en particulier les fleurs de serre et produits de pépinière; les couverts, articles de cuisine et ustensiles; les vêtements; les livres; les revues; de même que les cosmétiques et bijoux. Les contrats d'achats d'aliments congelés ainsi que les disques et bandes stéréophoniques ont accusé une diminution de leurs ventes au cours de la dernière année.

TABLE B. Annual Percentage Change in Direct Sales, by Channel of Distribution and Selected Commodities, 1971-1976

TABLEAU B. Variation procentuelle annuelle des ventes directes, par canal de distribution et pour certaines marchandises, 1971-1976

Channels and commodities — Marchandises et canaux de distribution	1976 1975	1975 1974	1974 1973	1973 1972	1972 1971
Channel of distribution — Canal de distribution:					
From premises — Chez le fabricant	+ 22.3	+ 11.1	+ 14.6	+ 14.9	+ 11.9
By mail-order — Par la poste	+ 25.5	+ 5.5	+ 25.4	+ 10.4	+ 16.1
Door-to-door sales — Démarchage	+ 12.0	+ 10.3	+ 16.3	+ 10.1	+ 8.1
Other channels — Autres moyens	+ 61.5	+ 16.7	+ 23.2	+ 28.7	+ 11.8
Direct sales — Total — Ventes directes	+ 18.1	+ 9.7	+ 18.1	+ 11.4	+ 10.0
Selected commodities — Certaines marchandises:					
Frozen food plans — Contrats d'achats d'aliments congelés	- 20.7	- 11.3	+ 4.6	+ 24.5	+ 30.5
Bakery products — Produits de boulangerie	+ 11.7	+ 2.4	+ 2.7	+ 8.2	- 1.9
Clothing — Vêtements	+ 28.0	+ 6.7	+ 15.0	+ 6.9	- 28.8
Furniture, re-upholstery and repairs — Meubles, rembourrage et réparation	+ 10.0	+ 7.8	+ 20.8	+ 17.3	+ 10.2
Books — Livres	+ 32.0	+ 9.7	+ 15.1	+ 13.8	+ 17.2
Newspapers — Journaux	+ 5.8	+ 14.0	+ 6.7	+ 5.3	+ 5.1
Magazines — Revues	+ 21.4	+ 7.7	+ 3.5	+ 10.5	+ 11.5
Dinnerware, kitchenware and utensils — Couverts, articles de cuisine et ustensiles	+ 35.3	+ 36.5	+ 28.6	+ 22.5	+ 23.8
Household electrical appliances — Appareils électriques ménagers	+ 15.0	+ 16.8	+ 22.1	+ 34.4	+ 35.4
Household cleaners, soaps, brushes, brooms and mops — Nettoyeurs d'usage ménager, savons, brosses, balais et vadrouilles	+ 5.5	+ 15.3	+ 20.0	- 4.6	+ 16.5
Cosmetics and costume jewellery — Cosmétiques et bijoux ...	+ 20.0	+ 0.9	+ 20.2	+ 12.7	+ 17.5
Phonograph records and tapes — Disques et bandes stéréophoniques	- 29.7	- 28.5	+ 13.6	- 12.2	+ 85.3
Greenhouse flowers and nursery seeds, stocks, etc. — Fleurs de serre et produits de pépinière	+ 27.2	+ 25.9	+ 37.1	+ 41.5	+ 29.3

Table C summarizes the percentage composition of total direct sales by selected commodities since 1971. The loss in market share by bakery, dairy and frozen food products, newspapers, household cleaners and records and tapes, amounting to 13.6 percentage points since 1971, has been made up by small increases in share, by 1976, of almost all the other commodity groups shown, with household appliances; dinnerware, kitchenware and utensils; greenhouse flowers and nursery seeds and stocks, and the other miscellaneous category contributing 12.3 percentage points towards the compensatory expansion in market share.

Le tableau C récapitule la composition en pourcentage des ventes directes totales de certains produits depuis 1971. Entre 1971 et 1976, le recul de 13.6 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, ainsi que par des journaux, des nettoyeurs d'usage ménager, de même que par des disques et bandes stéréophoniques, fut compensé par de petites augmentations observées pour presque tous les autres groupes représentés et surtout pour le groupe des appareils électroménagers, des couverts, articles de cuisine et ustensiles, des fleurs de serre et produits de pépinière, et de la catégorie des articles divers, dans l'ensemble, tous ces groupes ont enregistré une augmentation de 12.3 points.

TABLE C. Direct Sales of Selected Commodities Shown as Percentages of Direct Sales in Canada, 1971-1976

TABLEAU C. Ventes directes de certaines marchandises données en pourcentage de l'ensemble des ventes directes au Canada, 1971-1976

Commodities — Marchandises	1976	1975	1974	1973	1972	1971
	per cent — pourcentage					
Dairy products — Produits laitiers	15.5	16.7 ^r	16.6	18.0	19.7	21.8
Newspapers — Journaux	11.6	13.0 ^r	12.5 ^r	13.8 ^r	14.6	15.3
Cosmetics and costume jewellery — Cosmétiques et bijoux	9.4	9.3 ^r	10.1	9.9	9.8	9.2
Books — Livres	7.5	6.7 ^r	6.7 ^r	6.9	6.8	6.4
Household electrical appliances — Appareils électriques ménagers	8.7	9.0 ^r	8.4	8.1	6.7	5.5
Bakery products — Produits de boulangerie	3.4	3.6 ^r	3.8	4.4	4.5	5.0
Furniture, re-upholstery and repairs — Meubles, rembourrage et réparation	3.8	4.1 ^r	4.1 ^r	4.1 ^r	3.8	3.8
Dinnerware, kitchenware and utensils — Couverts, articles de cuisine et ustensiles	5.8	5.0 ^r	4.0 ^r	3.7	3.4	3.0
Household cleaners, soaps, brushes, brooms and mops — Nettoyeurs d'usage ménager, savons, brosses, balais et vadrouilles	2.4	2.7 ^r	2.5 ^r	2.5	2.9	2.8
Frozen food plans — Contrats d'achats d'aliments congelés	1.4	2.0	2.5	2.8	2.5	2.1
Phonograph records and tapes — Disques et bandes stéréophoniques	0.8	1.4	2.1	2.2	2.8	1.7
Aluminum windows, doors, screens and awnings — Fenêtres, grillages, portes et auvents d'aluminium	2.0	2.0	2.0	2.1 ^r	2.0	2.0
Greenhouse flowers and nursery seeds, stocks, etc. — Fleurs de serre et produits de pépinière	5.0	4.6 ^r	4.0 ^r	3.5	2.7	2.3
Sub-total — Total partiel	77.3	80.1 ^r	79.3 ^r	82.0	82.2	80.9
Other — Autres	22.7	19.9 ^r	20.7 ^r	18.0	17.8	19.1
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 of selected commodities, by channels of distribution, for both 1975 and 1976. 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 questionnaires.

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 1975 et 1976, 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.

Quality of Data

The results of the 1976 Survey of Direct Selling in Canada are based on returns from a sample of 600 manufacturing establishments, published data from current Census of Manufacturers and other current surveys conducted by Statistics Canada. Benchmark data on direct sales of consumer goods to household consumers by manufacturers were obtained in the 1971 Census of Manufacturing. This "channels of distribution" type survey was conducted in conjunction with the 1971 Census of Merchandising and Services. Approximately half the establishments surveyed submitted usable returns which have provided both the benchmark data and the survey frame for subsequent annual surveys. While the concept underlying the 1971 survey and subsequent annual surveys, as set out in the introductory paragraphs of this publication, would appear to be fairly clear and simple, experience garnered in the 1971 Census Survey indicated that many respondents had undue difficulty in differentiating between "consumer" and "customer", "direct" and "store" sales, and "total net sales" and "cost to consumer". Responses to questions on employment and payroll on that occasion were not considered satisfactory for publication.

A list of specialized direct-sellers is maintained by the division, updated in co-operation with a trade association of a segment of the industry, and through following up advertisements appearing in the national press and other information on developments in this form of merchandising.

Current estimates for the commodity groups shown in the principal tables in this publication are produced using a "ratio-estimate" technique. This technique enables current levels to be determined in relationship to benchmark data (1971) from observations of changes in the matched samples representing each commodity group. However, users of the data should be aware that the reliability of the data decreases with the passing of time from the benchmark data.

Qualité des données

Les résultats de l'enquête de 1976 sur la vente directe au Canada sont fondés sur les déclarations provenant d'un échantillon de 600 établissements manufacturiers ainsi que sur les résultats publiés du recensement courant des manufacturiers et d'autres enquêtes courantes effectuées par Statistique Canada. Les données repères sur les ventes directes de biens de consommation aux consommateurs effectuées par les fabricants ont été tirées du recensement des manufactures de 1971. Cette enquête du type "canaux de distribution" a été menée dans le cadre du recensement du commerce et des services de 1971. Environ la moitié des établissements enquêtés ont envoyé des déclarations qui ont permis d'établir à la fois les données repères et le cadre des prochaines enquêtes annuelles. Bien que le concept sous-jacent à l'enquête de 1971 et aux enquêtes annuelles ultérieures, tel qu'il est énoncé dans les premiers paragraphes de la présente publication, puisse paraître assez clair et simple, l'expérience acquise lors du recensement de 1971 nous démontre que de nombreux répondants ont eu beaucoup de difficulté à faire la distinction entre "consommateur" et "client", ventes "directes" et ventes "au magasin", "total des ventes nettes" et "prix au consommateur". Les réponses obtenues à cette occasion au sujet des emplois et de la rémunération ont été jugées inacceptables aux fins de publications.

Une liste des établissements spécialisés dans la vente directe est gardée à la division; elle est tenue à jour grâce à la collaboration d'associations commerciales d'une partie de la branche d'activité, par le suivi de la publicité faite dans la presse nationale et par d'autres renseignements sur l'évolution de cette forme de commerce.

Les estimations relatives aux groupes de marchandises, apparaissant dans les principaux tableaux de la présente publication, sont produites à l'aide d'une technique d'"estimation par ratio". Cette technique permet de déterminer les niveaux actuels par rapport aux données repères (1971) à partir des variations observées dans les échantillons couplés représentant chaque groupe de produits. Les utilisateurs doivent néanmoins savoir que la fiabilité des données décroît à mesure que les données repères s'éloignent dans le temps.

TABLE 1. Direct Selling in Canada, by Commodity, 1971-1976

TABLÉAU 1. Vente directe au Canada, par marchandises, 1971-1976

Commodities — Marchandises	1976	1975	1974	1973	1972	1971
thousands of dollars — milliers de dollars						
All commodities — Toutes marchandises	1,593,438	1,349,029 ^r	1,230,215 ^r	1,041,238 ^r	934,660	849,470
Meat, fish and poultry — Viande, poisson et volaille	18,655	16,754	15,658	14,263	12,571	11,612
Frozen food plans — Contrats d'achats d'aliments congelés	21,580	27,220	30,701	29,352	23,568	18,062
Dairy products — Produits laitiers	246,600 ^p	225,500 ^r	203,716	187,757	184,075	185,000
Bakery products — Produits de boulangerie	53,500 ^p	47,900 ^r	46,763	45,533	42,082	42,897
All other foods and beverages — Tous autres aliments et boissons	44,105	43,685	42,584	35,712	34,362	33,148
Canvas awnings, sails, tents, etc. — Auvents, tentes, voiles, etc., de toile	8,201	8,305	6,967	6,032	5,549	6,437
Clothing — Vêtements	15,516	12,123	11,362	9,878	9,244	12,981
Fur goods — Articles de fourrure	15,409	11,713	9,818	8,262	7,067	7,046
Furniture, re-upholstery and repairs — Meubles, rembourrage et réparation	60,500	55,000 ^r	51,000 ^r	42,204	35,980	32,535
Books — Livres	120,010	90,909	82,889	72,022	63,287	53,975
Newspapers — Journaux	185,176 ^p	174,955 ^r	153,528 ^r	143,900 ^r	136,670	130,000
Magazines — Revues	27,250	22,452	20,839	20,135	18,227	16,348
Aluminum windows, doors, screens and awnings — Fenêtres, grillages, portes et auvents d'aluminium	31,632	27,220	24,109	21,354	18,386	16,944
Dinnerware, kitchenware and utensils — Couverts, articles de cuisine et ustensiles	92,007	67,981	49,806	38,731	31,625	25,535
Sail boats and pleasure craft — Bateaux à voiles et embarcations de plaisance	16,412	15,718	12,568	12,528	9,186	8,799
Household electrical appliances — Appareils électriques ménagers	139,015	120,929	103,519	84,750	63,053	46,582
Pharmaceuticals and medicines — Médicaments et produits pharmaceutiques	2,842	2,809	2,882	3,455	5,172	4,897
Household cleaners, soaps, brushes, brooms and mops — Nettoyeurs d'usage ménager, savons, brosses, balais et vadrouilles	38,110	36,115 ^r	31,331	26,099	27,352	23,471
Cosmetics and costume jewellery — Cosmétiques et bijoux	149,912	124,925	123,758	102,972	91,386	77,744
Phonograph records and tapes — Disques et bandes stéréophoniques	13,250	18,845	26,352	23,190	26,421	14,260
Greenhouse flowers and nursery seeds, stocks, etc. — Fleurs de serre et produits de pépinière	79,078 ^p	62,158 ^r	49,389 ^r	36,027	25,461	19,688
Miscellaneous(1) — Articles divers(1)	214,678	135,813 ^r	130,676	77,082	63,936	61,509

(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, 1975 and 1976

TABLEAU 2. Vente directe au Canada — Par mode de distribution, par marchandises, 1975 et 1976

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	1976 1,593,438	298,590	256,876	942,088	95,884
	1975 1,349,029 ^r	244,049	204,675	840,950	59,355
Meat, fish and poultry — Viande, poisson et volaille	1976 18,655	16,249	—	—	2,406
	1975 16,754	14,827	—	—	1,927
Frozen food plans — Contrats d'achats d'aliments congelés	1976 21,580	21,580	—	—	—
	1975 27,220	27,220	—	—	—
Dairy products — Produits laitiers	1976 246,600 ^p	—	—	246,600	—
	1975 225,500 ^r	—	—	225,500	—
Bakery products — Produits de boulangerie	1976 53,500 ^p	—	—	53,500	—
	1975 47,900 ^r	—	—	47,900	—
All other foods and beverages — Tous autres aliments et boissons	1976 44,105	838	—	23,905	19,362
	1975 43,685	568 ^r	—	23,939 ^r	19,178 ^r
Canvas awnings, sails, tents, etc. — Auvents, tentes, voiles, etc., de toile	1976 8,201	7,012	156	1,033	—
	1975 8,305	6,993	—	1,312	—
Clothing — Vêtements	1976 15,516	6,920	6,362	2,234	—
	1975 12,123	6,098	4,134	1,891	—
Fur goods — Articles de fourrure	1976 15,409	15,409	—	—	—
	1975 11,713	11,713	—	—	—
Furniture, re-upholstery and repairs — Meubles, rembourrage et réparation	1976 60,500	59,714	—	789	—
	1975 55,000 ^r	55,000	—	—	—
Books-Livres	1976 120,010	600	80,047	39,001	360
	1975 90,909	—	61,545	29,364	—
Newspapers — Journaux	1976 185,176 ^p	556	17,777	162,214	4,679
	1975 174,955 ^r	524	16,796	153,261	4,374
Magazines — Revues	1976 27,250	—	27,250	—	—
	1975 22,452	—	22,452	—	—
Aluminum windows, doors, screens and awnings — Fenêtres, grillages, portes et auvents d'aluminium	1976 31,632	15,405	—	16,227	—
	1975 27,220	11,650	—	15,570	—
Dinnerware, kitchenware and utensils — Couverts, articles de cuisine et ustensiles	1976 92,007	—	7,913	70,109	13,985
	1975 67,981	—	—	67,981	—
Sail boats and pleasure craft — Bateaux à voiles et embarcations de plaisance	1976 16,412	16,412	—	—	—
	1975 15,718	15,718	—	—	—
Household electrical appliances — Appareils électriques ménagers	1976 139,015	18,211	6,117	114,687	—
	1975 120,929	29,628	—	91,301	—
Pharmaceuticals and medicines — Médicaments et produits pharmaceutiques	1976 2,842	185	324	2,333	—
	1975 2,809	—	624	2,185	—
Household cleaners, soaps, brushes, brooms and mops — Nettoyeurs d'usage ménager, savons, brosses, balais et vadrouilles	1976 38,110	—	495	37,615	—
	1975 36,115 ^r	—	—	36,115	—
Cosmetics and costume jewellery — Cosmétiques et bijoux	1976 149,912	1,499	11,993	136,420	—
	1975 124,925	1,374	8,120	115,431	—
Phonograph records and tapes — Disques et bandes stéréophoniques	1976 13,250	—	13,250	—	—
	1975 18,845	—	18,845	—	—
Greenhouse flowers and nursery seeds, stocks, etc. — Fleurs de serre et produits de pépinière	1976 79,078 ^p	27,835	7,908	—	43,335
	1975 62,158 ^r	22,128	6,154	—	33,876
Miscellaneous — Articles divers	1976 214,678	90,165	77,284	35,422	11,807
	1975 135,813 ^r	40,608	66,005	29,200	—

(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 magasins, les expositions, et d'autres formes d'affichage et démonstration.

TABLE 3. Percentage Distribution of Direct Sales in Canada Among Channels of Distribution,
by Commodity, 1975 and 1976

TABLEAU 3. Répartition proportionnelle des ventes directes au Canada, suivant les moyens
de distribution, par marchandise, 1975 et 1976

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	per cent — pourcentage				
All commodities — Toutes marchandises	1976	1,593,438	18.8	16.1	59.1	6.0
	1975	1,349,029 ^r	18.1	15.2	62.3	4.4
Meat, fish and poultry — Viande, poisson et volaille	1976	18,655	87.1	—	—	12.9
	1975	16,754	88.5	—	—	11.5
Frozen food plans — Contrats d'achats d'aliments congelés	1976	21,580	100.0	—	—	—
	1975	27,220	100.0	—	—	—
Dairy products — Produits laitiers	1976	246,600 ^p	—	—	100.0	—
	1975	225,500 ^r	—	—	100.0	—
Bakery products — Produits de boulangerie	1976	53,500 ^p	—	—	100.0	—
	1975	47,900 ^r	—	—	100.0	—
All other foods and beverages — Tous autres aliments et boissons.	1976	44,105	1.9	—	54.2	43.9
	1975	43,685	1.3	—	54.8	43.9
Canvas awnings, sails, tents, etc. — Auvents, tentes, voiles, etc., de toile.	1976	8,201	85.5	1.9	12.6	—
	1975	8,305	84.2	—	15.8	—
Clothing — Vêtements	1976	15,516	44.6	41.0	14.4	—
	1975	12,123	50.3	34.1	15.6	—
Fur goods — Articles de fourrure	1976	15,409	100.0	—	—	—
	1975	11,713	100.0	—	—	—
Furniture, re-upholstery and repairs — Meubles, rembourrage et réparation.	1976	60,500	98.7	—	1.3	—
	1975	55,000 ^r	100.0	—	—	—
Books — Livres	1976	120,010	0.5	66.7	32.5	0.3
	1975	90,909	—	67.7	32.3	—
Newspapers — Journaux	1976	185,176 ^p	0.3	9.6	87.6	2.5
	1975	174,955 ^r	0.3	9.6	87.6	2.5
Magazines — Revues	1976	27,250	—	100.0	—	—
	1975	22,452	—	100.0	—	—
Aluminum windows, doors, screens and awnings — Fenêtres, grillages, portes et auvents d'aluminium.	1976	31,632	48.7	—	51.3	—
	1975	27,220	42.8	—	57.2	—
Dinnerware, kitchenware and utensils — Couverts, articles de cuisine et ustensiles.	1976	92,007	—	8.6	76.2	15.2
	1975	67,981	—	—	100.0	—
Sail boats and pleasure craft — Bateaux à voiles et embarcations de plaisance.	1976	16,412	100.0	—	—	—
	1975	15,718	100.0	—	—	—
Household electrical appliances — Appareils électriques ménagers.	1976	139,015	13.1	4.4	82.5	—
	1975	120,929	24.5	—	75.5	—
Pharmaceuticals and medicines — Médicaments et produits pharmaceutiques.	1976	2,842	6.5	11.4	82.1	—
	1975	2,809	—	22.2	77.8	—
Household cleaners, soaps, brushes, brooms and mops — Nettoyeurs d'usage ménager, savons, brosses, balais et vadrouilles.	1976	38,110	—	1.3	98.7	—
	1975	36,115 ^r	—	—	100.0	—
Cosmetica and costume jewellery — Cosmétiques et bijoux	1976	149,912	1.0	8.0	91.0	—
	1975	124,925	1.1	6.5	92.4	—
Phonograph records and tapes — Disques et bandes stéréophoniques.	1976	13,250	—	100.0	—	—
	1975	18,845	—	100.0	—	—
Greenhouse flowers and nursery seeds, stocks, etc. — Fleurs de serre et produits de pépinière.	1976	79,078 ^p	35.2	10.0	—	54.8
	1975	62,158 ^r	35.6	9.9	—	54.5
Miscellaneous — Articles divers	1976	214,678	42.0	36.0	16.5	5.5
	1975	135,813 ^r	29.9	48.6	21.5	—



Statistics Canada Statistique Canada

Merchandising and Services Division

**SURVEY OF DIRECT SELLING
IN CANADA**

1976

CONFIDENTIAL

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 1976 and 31st March 1977. 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 Retail Trade Section, Merchandising and Services Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V4, Ontario (Telephone No. 613-996-9304 or Telex 053-3585).

DIRECT SELLING SURVEY
 (Sales of goods to household consumers)
 1976

1. Report the value of merchandise sold in 1976 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.		
2.	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			



Statistique Canada Statistique Canada

Division du commerce et des services

**ENQUÊTE SUR LA VENTE DIRECTE
AU CANADA
1976**

CONFIDENTIEL

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 quel 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 1976 et le 31 mars 1977. 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 du commerce de détail, Division du commerce et des services, Statistique Canada, Ottawa (Ontario) K1A 0V4 (N° de téléphone: 613-996-9304 ou Téléx 053-3585).

ENQUÊTE SUR LA VENTE DIRECTE

(Vente de marchandises directement au consommateur ménager)

1976

1. Indiquez la valeur des marchandises vendues en 1976 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.

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) 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	Numéro de téléphone et indicatif régional
	Date de ce rapport

STATISTICS CANADA LIBRARY
BIBLIOTHÈQUE STATISTIQUE CANADA



1010714517