

13

Direct selling in Canada

1977

La vente directe au Canada

1977



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

DIRECT SELLING IN CANADA

LA VENTE DIRECTE AU CANADA

1977

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

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

October - 1978 - Octobre
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.
- 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.

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 1977 Survey

During 1977, Canadian household consumers spent \$1,683 million on direct purchases of consumer goods in addition to the \$61,651 million purchased through regular retail outlets. Over three fifths (62.1%) of this particular spending (\$1,045.7 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 \$310 million and of newspapers \$177 million. Other sizeable items of expenditure made at home were on cosmetics and costume jewellery (\$162.0 million), household electrical appliances, including vacuum cleaners (\$134.0 million), dinnerware, kitchenware and utensils (\$104.3 million), household cleaners, soaps, brushes, brooms and mops (\$41.1 million), and books (\$39.4 million).

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.

Résumé des données de l'enquête de 1977

En 1977, les achats directs de biens de consommation des consommateurs canadiens se sont élevés à \$1,683 millions. Ce montant s'ajoute aux \$61,651 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 plus des trois cinquièmes (62.1 %) des achats directs, soit \$1,045.7 millions.

Le pain, le lait et les produits laitiers livrés à domicile sont intervenus dans cette somme pour \$310 millions et les journaux pour \$177 millions. Les consommateurs ont aussi dépensé chez eux une somme importante en cosmétiques et bijoux de toilette (\$162.0 millions), en appareils électroménagers, y compris les aspirateurs (\$134.0 millions), en couverts et en articles et batteries de cuisine (\$104.3 millions), en nettoyeurs d'usage ménager, savons, brosses, balais et vadrouilles (\$41.1 millions) et en livres (\$39.4 millions).

Mail-order purchases by household consumers accounted for a further 16.0% of all direct sales, amounting to \$284.0 million. Such purchases included books (\$97.0 million), newspaper and magazine subscriptions (\$42.6 million), a wide range of household appliances, books, binoculars, cameras, jewellery, watches, radios, etc., bought by credit card holders of gasoline oil companies and others (\$27.1 million), as well as, commemorative coins, stamps, hobbies, and other miscellaneous items (\$80.9 million).

Direct purchases from showrooms and premises of manufacturing companies or primary producers, amounted to \$262 million (15.6% of total direct sales), and included such items as furniture repair and re-upholstery (\$58.9 million), frozen food plans (\$14.1 million), greenhouse flowers and nursery stocks (\$33.5 million), household electrical appliances (\$21.1 million), sail boats and pleasure craft (\$11.0 million), aluminum doors, windows, screens and awnings, etc. (\$16.7 million).

Finally, consumers also made \$91.5 million purchases during 1977 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 1973-1977. In this table retail sales data have been adjusted to exclude sales of commodities which are not ordinarily made through direct-selling channels. Since 1973 direct sales have amounted to almost steady 4% of comparable retail sales with both kinds of sales increasing at the same annual average rate of 12.7% till 1977.

Les commandes postales placées par les ménages ont rendu compte de 16.0 % de l'ensemble des ventes directes, et se sont établies à \$284.0 millions. Elles portaient sur des livres (\$97.0 millions), journaux et magazines (abonnements) (\$42.6 millions), 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 et autres (\$27.1 millions), ainsi que sur des pièces de monnaie, timbres, matériel pour passe-temps et autres articles divers (\$80.9 millions).

Les ventes directes dans des salles d'expositions et autres locaux propres des sociétés manufacturières ou des producteurs primaires se sont élevées à \$262 millions (15.6 % des ventes directes totales), elles visaient des éléments comme la réparation et le rembourrage de meubles (\$58.9 millions), la fourniture d'aliments congelés par contrat (\$14.1 millions), les fleurs de serre et les produits de pépinière (\$33.5 millions), les appareils électro-ménagers (\$21.1 millions), les voiliers et les bateaux de plaisance (\$11.0 millions), les portes, fenêtres, treillis et auvents en aluminium, etc. (\$16.7 millions).

En 1977, les consommateurs ont enfin dépensé \$91.5 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 1973-1977. 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. Depuis 1973 les ventes directes se situent constamment aux environs de 4 % des ventes au détail comparables. Le taux annuel de croissance moyen a été jusqu'en 1977 le même pour les deux genres des ventes, soit 12.7 %.

TABLE A. Value of Direct Sales Compared with Retail Sales

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

	Change 1977/1976 Variation	1977	1976	1975	1974	1973
thousands of dollars - milliers de dollars						
Retail sales - Total - Ensembles des ventes au détail	+ 7.8	61,651,263	57,166,947	51,408,454	44,751,159	38,335,226
Less - Moins:						
Motor vehicle dealers - Ventes de véhicules automobiles	+ 6.3	11,749,681	11,057,909	10,183,703	8,303,286	7,422,390
Used car dealers - Ventes de voitures d'occasion	+ 13.4	211,341	186,378	182,596	142,393	130,218
Garages and service stations - Ventes des garages et stations- service	+ 10.4	5,072,393	4,595,941	3,856,967	3,595,065	2,978,321
Liquor, beer and wine stores - Ventes de boissons alcooliques, de bière et de vin ...	+ 9.5	2,829,554	2,584,684 ^r	2,391,597 ^r	2,057,506 ^r	1,869,468 ^r
Sub-total - Total partiel	+ 7.8	19,862,969	18,424,912 ^r	16,614,863 ^r	14,098,250 ^r	12,400,397 ^r
Comparable retail sales - Ventes au détail com- parables	+ 7.9	41,788,294	38,742,035 ^r	34,793,591 ^r	30,652,909 ^r	25,934,829 ^r
Direct sales - Ventes directes	+ 6.9	1,682,997	1,574,526 ^r	1,350,699 ^r	1,230,215	1,041,238
Percentage - Pourcentage		4.0	4.1	3.9	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 6.9% 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; books; magazines; cosmetics and costume jewellery and household electrical appliances. Frozen food plans as well as phonograph records and tapes again 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 6.9 % 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 livres; les revues; les cosmétiques et bijoux; de même que les appareils électroménagers. Les contrats d'achats d'aliments congelés ainsi que les disques et bandes stéréophoniques ont de nouveau 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, 1972-1977

TABLEAU B. Variation procentuelle annuelle des ventes directes, par canal de distribution et pour certaines marchandises, 1972-1977

Channels and commodities	1977 1976	1976 1975	1975 1974	1974 1973	1973 1972
Marchandises et canaux de distribution					
Channel of distribution - Canal de distribution:					
From premises - Chez le fabricant	- 10.2	+ 19.5 ^r	+ 11.1	+ 14.6	+ 14.9
By mail-order - Par la poste	+ 23.0	+ 12.8 ^r	+ 5.5	+ 25.4	+ 10.4
Door-to-door sales - Démarchage	+ 6.8	+ 16.2 ^r	+ 10.3	+ 16.3	+ 10.1
Other channels - Autres moyens	+ 24.8	+ 23.5 ^r	+ 16.7	+ 23.2	+ 28.7
Direct sales - Total - Ventes directes	+ 6.9	+ 16.6 ^r	+ 9.8 ^r	+ 18.1	+ 11.4
Selected commodities - Certaines marchandises:					
Frozen food plans - Contrats d'achats d'aliments congelés	- 34.4	- 20.7	- 11.3	+ 4.6	+ 24.5
Bakery products - Produits de boulangerie	+ 6.0	+ 6.3 ^r	+ 2.4	+ 2.7	+ 8.2
Clothing - Vêtements	+ 6.4	+ 28.0	+ 6.7	+ 15.0	+ 6.9
Furniture, re-upholstery and repairs - Meubles, rembourrage et réparation	+ 7.7	- 0.5 ^r	+ 7.8	+ 20.8	+ 17.3
Books - Livres	+ 12.0	+ 32.0	+ 9.7	+ 15.1	+ 13.8
Newspapers - Journaux	+ 3.6	+ 10.6 ^r	+ 14.0	+ 6.7	+ 5.3
Magazines - Revues	+ 10.0	+ 21.4	+ 7.7	+ 3.5	+ 10.5
Dinnerware, kitchenware and utensils - Couverts, articles de cuisine et ustensiles	+ 13.4	+ 35.3	+ 36.5	+ 28.6	+ 22.5
Household electrical appliances - Appareils électriques ménagers	+ 11.5	+ 15.0	+ 16.8	+ 22.1	+ 34.4
Household cleaners, soaps, brushes, brooms and mops - Nettoyeurs d'usage ménager, savons, brosses, balais et vadrouilles	+ 7.8	+ 5.5	+ 15.3	+ 20.0	- 4.6
Cosmetics and costume jewellery - Cosmétiques et bijoux ...	+ 15.1	+ 20.0	+ 0.9	+ 20.2	+ 12.7
Phonograph records and tapes - Disques et bandes stéréophoniques	- 12.4	- 29.7	- 28.5	+ 13.6	- 12.2
Greenhouse flowers and nursery seeds, stocks, etc. - Fleurs de serre et produits de pépinière	+ 16.3	+ 22.1 ^r	+ 25.9	+ 37.1	+ 41.5

Table C summarizes the percentage composition of total direct sales by selected commodities since 1972. The loss in market share by bakery, dairy and frozen food products, newspapers, household cleaners and phonograph records and tapes, amounting to 14.5 percentage points since 1972, has been made up by small increases in share, by 1977, of almost all the other commodity groups shown, with household appliances, dinnerware, kitchenware and utensils; greenhouse flowers and nursery seeds and stocks, books and the other miscellaneous category contributing 13.7 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 1972. Entre 1972 et 1977, le recul de 14.5 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, des livres, et de la catégorie des articles divers, dans l'ensemble, tous ces groupes ont enregistré une augmentation de 13.7 points.

TABLE C. Direct Sales of Selected Commodities Shown as Percentages of Direct Sales in Canada, 1972-1977

TABLEAU C. Ventes directes de certaines marchandises données en pourcentage de l'ensemble des ventes directes au Canada, 1972-1977

Commodities - Marchandises	1977	1976	1975	1974	1973	1972
per cent -- pourcentage						
Dairy products - Produits laitiers	15.1	15.7 ^r	16.7	16.6	18.0	19.7
Newspapers - Journaux	11.9	12.3 ^r	13.0	12.5	13.8	14.6
Cosmetics and costume jewellery - Cosmétiques et bijoux	10.3	9.5 ^r	9.3	10.1	9.9	9.8
Books - Livres	8.0	7.6 ^r	6.7	6.7	6.9	6.8
Household electrical appliances - Appareils électriques ménagers	9.2	8.8 ^r	9.0	8.4	8.1	6.7
Bakery products - Produits de boulangerie	3.3	3.3 ^r	3.7 ^r	3.8	4.4	4.5
Furniture, re-upholstery and repairs - Meubles, rembourrage et réparation	3.5	3.5 ^r	4.1	4.1	4.1	3.8
Dinnerware, kitchenware and utensils - Couverts, articles de cuisine et ustensiles	6.2	5.8	5.0	4.0	3.7	3.4
Household cleaners, soaps, brushes, brooms and mops - Nettoyeurs d'usage ménager, savons, brosses, balais et vadrouilles	2.4	2.4	2.7	2.5	2.5	2.9
Frozen food plans - Contrats d'achats d'aliments congelés	0.8	1.4	2.0	2.5	2.8	2.5
Phonograph records and tapes - Disques et bandes stéréophoniques	0.7	0.8	1.4	2.1	2.2	2.8
Aluminum windows, doors, screens and awnings - Fenêtres, grillages, portes et auvents d'aluminium	2.0	2.0	2.0	2.0	2.1	2.0
Greenhouse flowers and nursery seeds, stocks, etc. - Fleurs de serre et produits de pépinière	5.2	4.8 ^r	4.6	4.0	3.5	2.7
Sub-total - Total partiel	78.6	77.9 ^r	80.2 ^r	79.3	82.0	82.2
Other - Autres	21.4	22.1 ^r	19.8 ^r	20.7	18.0	17.8
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 1976 and 1977. 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 1976 et 1977, 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 1977 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 1977 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 publication.

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 I. Direct Selling in Canada, by Commodity, 1972-1977

TABLEAU I. Vente directe au Canada, par marchandises, 1972-1977

Commodities — Marchandises	1977	1976	1975	1974	1973	1972
thousands of dollars — milliers de dollars						
All commodities — Toutes marchandises	1,682,997	1,574,526 ^r	1,350,699 ^r	1,230,215	1,041,238	934,660
Meat, fish and poultry — Viande, poisson et volaille	16,210	18,655	16,754	15,658	14,263	12,571
Frozen food plans — Contrats d'achats d'aliments congelés	14,147	21,580	27,220	30,701	29,352	23,568
Dairy products — Produits laitiers	254,200	246,600	225,500	203,716	187,757	184,075
Bakery products — Produits de boulangerie	55,850 ^P	52,700 ^r	49,570 ^r	46,763	45,533	42,082
All other foods and beverages — Tous autres aliments et boissons	46,471	44,105	43,685	42,584	35,712	34,362
Canvas awnings, sails, tents, etc. — Auvents, tentes, voiles, etc., de toile	5,738	8,201	8,305	6,967	6,032	5,549
Clothing — Vêtements	16,503	15,516	12,123	11,362	9,878	9,244
Fur goods — Articles de fourrure	14,947	15,409	11,713	9,818	8,262	7,067
Furniture, re-upholstery and repairs — Meubles, rembourrage et réparation	58,900 ^P	54,700 ^r	55,000	51,000	42,204	35,980
Books — Livres	134,423	120,010	90,909	82,889	72,022	63,287
Newspapers — Journaux	200,500 ^P	193,500 ^r	174,955	153,528	143,900	136,670
Magazines — Revues	29,986	27,250	22,452	20,839	20,135	18,227
Aluminum windows, doors, screens and awnings — Fenêtres, grillages, portes et auvents d'aluminium	33,277	31,632	27,220	24,109	21,354	18,386
Dinnerware, kitchenware and utensils — Couverts, articles de cuisine et ustensiles	104,315	92,007	67,981	49,806	38,731	31,625
Sail boats and pleasure craft — Bateaux à voiles et embarcations de plaisance	10,987	16,412	15,718	12,568	12,528	9,186
Household electrical appliances — Appareils électriques ménagers	155,021	139,015	120,929	103,519	84,750	63,053
Household cleaners, soaps, brushes, brooms and mops — Nettoyeurs d'usage ménager, savons, brosses, palais et vadrouilles	41,071	38,110	36,115	31,331	26,099	27,352
Cosmetics and costume jewellery — Cosmétiques et bijoux	172,515	149,912	124,925	123,758	102,972	91,386
Phonograph records and tapes — Disques et bandes stéréophoniques	11,601	13,250	18,845	26,352	23,190	26,421
Greenhouse flowers and nursery seeds, stocks, etc. — Fleurs de serre et produits de pépinière	88,253 ^P	75,872 ^r	62,158	49,389	36,027	25,461
General merchandise(1) — Marchandises de tous genres(1)	27,060	21,949	16,800	22,200	17,145	22,300
Miscellaneous(2) — Articles divers(2)	191,022	178,141 ^r	121,822 ^r	111,358 ^r	63,392 ^r	46,808 ^r

(1) General merchandise such as, books, binoculars, cameras, jewellery, watches, radios, tools, etc., sold to holders of credit cards issued by gasoline oil companies and other credit card companies. — Marchandises de tous genres (comme livres, jumelles, appareils photographiques, bijoux, montres, radios, outils) vendues aux détenteurs de cartes de crédit des sociétés pétrolières et autres.

(2) Includes leather goods, textiles, stamps, coins and personal stationery, pharmaceuticals and medicines. — Comprend les articles de cuir, les textiles, les timbres, les pièces de monnaie et la papeterie d'usage personnel, les médicaments et produits pharmaceutiques.

TABLE 2. Direct Selling in Canada — Method of Distribution by Commodity, 1976 and 1977
TABLEAU 2. Vente directe au Canada — Par mode de distribution, par marchandises, 1976 et 1977

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	1977	1,682,997	261,858	283,951	1,045,720	91,468
	1976	1,574,526 ^r	291,533 ^r	230,845 ^r	978,874 ^r	73,274 ^r
Meat, fish and poultry — Viande, poisson et volaille	1977	16,210	14,265	—	—	1,945
	1976	18,655	16,249	—	—	2,406
Frozen food plans — Contrats d'achats d'aliments congelés	1977	14,147	14,147	—	—	—
	1976	21,580	21,580	—	—	—
Dairy products — Produits laitiers	1977	254,200 ^p	—	—	254,200	—
	1976	246,600	—	—	246,600	—
Bakery products — Produits de boulangerie	1977	55,850 ^p	—	—	55,850	—
	1976	52,700 ^r	—	—	52,700	—
All other foods and beverages — Tous autres aliments et boissons	1977	46,471	829	—	22,716	22,926
	1976	44,105	838	—	23,905	19,362
Canvas awnings, sails, tents, etc. — Auvents, tentes, voiles, etc., de toile	1977	5,738	4,845	—	893	—
	1976	8,201	7,168 ^r	—	1,033	—
Clothing — Vêtements	1977	16,503	6,552	5,974	3,977	—
	1976	15,516	6,920	6,362	2,234	—
Fur goods — Articles de fourrure	1977	14,947	14,947	—	—	—
	1976	15,409	15,409	—	—	—
Furniture, re-upholstery and repairs — Meubles, rembourrage et réparation	1977	58,900 ^p	58,900	—	—	—
	1976	54,700 ^r	54,700	—	—	—
Books — Livres	1977	134,423	—	96,971	37,452	—
	1976	120,010	—	80,647 ^r	39,363 ^r	—
Newspapers — Journaux	1977	200,500 ^p	1,003	12,629	177,446	9,422
	1976	193,500 ^r	967 ^r	14,319 ^r	169,134 ^r	9,080 ^r
Magazines — Revues	1977	29,986	—	29,986	—	—
	1976	27,250	—	27,250	—	—
Aluminum windows, doors, screens and awnings — Fenêtres, grillages, portes et auvents d'aluminium	1977	33,277	16,738	—	16,539	—
	1976	31,632	15,405	—	16,227	—
Dinnerware, kitchenware and utensils — Couverts, articles de cuisine et ustensiles	1977	104,315	—	—	104,315	—
	1976	92,007	—	—	92,007 ^r	—
Sail boats and pleasure craft — Bateaux à voiles et embarcations de plaisance	1977	10,987	10,987	—	—	—
	1976	16,412	16,412	—	—	—
Household electrical appliances — Appareils électriques ménagers	1977	155,021	21,056	—	133,965	—
	1976	139,015	18,691 ^r	—	120,324 ^r	—
Household cleaners, soaps, brushes, brooms and mops — Nettoyeurs d'usage ménager, savons, brosses, balais et vadrouilles	1977	41,071	—	—	41,071	—
	1976	38,110	—	—	38,110 ^r	—
Cosmetics and costume jewellery — Cosmétiques et bijoux	1977	172,515	1,386	9,093	162,036	—
	1976	149,912	1,318 ^r	9,112 ^r	139,482 ^r	—
Phonograph records and tapes — Disques et bandes stéréophoniques	1977	11,601	—	11,601	—	—
	1976	13,250	—	13,250	—	—
Greenhouse flowers and nursery seeds, stocks, etc. — Fleurs de serre et produits de pépinière	1977	88,253 ^p	33,488	9,765	—	45,000
	1976	75,872 ^r	28,523 ^r	8,131 ^r	—	39,218 ^r
General merchandise — Marchandises de tous genres	1977	27,060	—	27,060	—	—
	1976	21,949	—	21,949	—	—
Miscellaneous — Articles divers	1977	191,022	62,715	80,872	35,260	12,175
	1976	178,141 ^r	87,353 ^r	49,825 ^r	37,755 ^r	3,208 ^r

(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, 1976 and 1977

TABLEAU 3. Répartition proportionnelle des ventes directes au Canada, suivant les moyens
de distribution, par marchandise, 1976 et 1977

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	1977	1,682,997	15.6	16.9	62.1	5.4
	1976	1,574,526 ^r	18.5	14.7	62.2	4.6
Meat, fish and poultry — Viande, poisson et volaille	1977	16,210	88.0	—	—	12.0
	1976	18,655	87.1	—	—	12.9
Frozen food plans — Contrats d'achats d'aliments congelés	1977	14,147	100.0	—	—	—
	1976	21,580	100.0	—	—	—
Dairy products — Produits laitiers	1977	254,200 ^p	—	—	100.0	—
	1976	246,600	—	—	100.0	—
Bakery products — Produits de boulangerie	1977	55,850 ^p	—	—	100.0	—
	1976	52,700 ^r	—	—	100.0	—
All other foods and beverages — Tous autres aliments et boissons	1977	46,471	1.8	—	48.9	49.3
	1976	44,105	1.9	—	54.2	43.9
Canvas awnings, sails, tents, etc. — Auvents, tentes, voiles, etc., de toile	1977	5,738	84.4	—	15.6	—
	1976	8,201	85.5	1.9	12.6	—
Clothing — Vêtements	1977	16,503	39.7	36.2	24.1	—
	1976	15,516	44.6	41.0	14.4	—
Fur goods — Articles de fourrure	1977	14,947	100.0	—	—	—
	1976	15,409	100.0	—	—	—
Furniture, re-upholstery and repairs — Meubles, rembourrage et réparation	1977	58,900 ^p	100.0	—	—	—
	1976	54,700 ^r	100.0	—	—	—
Books — Livres	1977	134,423	—	72.1	27.9	—
	1976	120,010	—	67.2 ^r	32.8 ^r	—
Newspapers — Journaux	1977	200,500 ^p	0.5	6.3	88.5	4.7
	1976	193,500 ^r	0.5	7.4	87.4	4.7
Magazines — Revues	1977	29,986	—	100.0	—	—
	1976	27,250	—	100.0	—	—
Aluminum windows, doors, screens and awnings — Fenêtres, grillages, portes et auvents d'aluminium	1977	33,277	50.3	—	49.7	—
	1976	31,632	48.7	—	51.3	—
Dinnerware, kitchenware and utensils — Couverts, articles de cuisine et ustensiles	1977	104,315	—	—	100.0	—
	1976	92,007	—	—	100.0 ^r	—
Sail boats and pleasure craft — Bateaux à voiles et em- barcations de plaisance	1977	10,987	100.0	—	—	—
	1976	16,412	100.0	—	—	—
Household electrical appliances — Appareils électriques ménagers	1977	155,021	13.6	—	86.4	—
	1976	139,015	13.4 ^r	—	86.6 ^r	—
Household cleaners, soaps, brushes, brooms and mops — Nettoyeurs d'usage ménager, savons, brosses, balais et vadrouilles	1977	41,071	—	—	100.0	—
	1976	38,110	—	—	100.0	—
Cosmetics and costume jewellery — Cosmétiques et bijoux	1977	172,515	0.8	5.3	93.9	—
	1976	149,912	0.9 ^r	6.1 ^r	93.0 ^r	—
Phonograph records and tapes — Disques et bandes stéréo- phoniques	1977	11,601	—	100.0	—	—
	1976	13,250	—	100.0	—	—
Greenhouse flowers and nursery seeds, stocks, etc. — Fleurs de serre et produits de pépinière	1977	88,253 ^p	37.9	11.1	—	51.0
	1976	75,872 ^r	37.6	10.7	—	51.7
General Merchandise — Marchandises de tous genres	1977	27,060	—	100.0	—	—
	1976	21,949	—	100.0	—	—
Miscellaneous — Articles divers	1977	191,022	32.8	42.3	18.5	6.4
	1976	178,141 ^r	49.0	28.0	21.2	1.8



Statistics Canada Statistique Canada

Merchandising and Services Division
**SURVEY OF DIRECT SELLING
IN CANADA**

1977

CONFIDENTIAL WHEN COMPLETED

Collected under the authority of the Statistics Act,
Chapter 15, Statutes of Canada 1970-71-72.

(Exemplaires français disponibles
sur demande)

Revise name or address if not correct

PLEASE READ THESE NOTES BEFORE COMPLETING QUESTIONNAIRE

1. The Statistics Act ensures that any information you provide can only be seen by sworn employees of this bureau and 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. The data in your report may be used only for statistical purposes.
2. Kindly complete and return one copy of this report within 30 days after receipt. If for ~~some~~ reason you are unable to comply within this time period, please notify this section (address below) when you will be able to do so. A self-addressed envelope is enclosed for your convenience. Retain the other enclosed copy for your records.
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 manufacturer's showrooms and counter sales, by mail-order and subscriptions, via door-to-door canvassing, at house-parties, fairs, exhibition booths, market stalls, etc.
4. 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.
5. Please report for your normal business year ending at any time between 1st April 1977 and 31st March 1978. If you did not operate for the full year show data for that portion of the year during which you were in business.
6. Where exact figures are not available careful estimates will be acceptable but so indicate on the form.
7. The results of this survey, which are published in the report "Direct Selling in Canada" (Catalogue 63-218), are used by the business community as well as the government.
8. 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).

SURVEY OF DIRECT SELLING IN CANADA

(Sales of goods to household consumers)

1977

1. Report the value of merchandise sold in 1977 by the following methods:	VALUE OF SALES	
	Total net sales*	Cost to the consumer**
	\$ (omit cents)	
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 displays and demonstrations.		
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 1 A (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 1 A (v) above) during the last week of September or closest pay period.

number

- (a) Self-employed canvassers, newsboys, etc.
- (b) Employed by you as salesmen, mail-order or distribution staff, etc.

CERTIFICATE

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

from _____	19 _____	to _____	19 _____
Name of person responsible for completed form (please print)	Title		
Address	Postal code	Telephone number and area code	
Signature	Date of this report		



Division du commerce et des services
ENQUÊTE SUR LA VENTE DIRECTE
AU CANADA
1977

CONFIDENTIEL UNE FOIS REMPLI

Déclaration exigée en vertu de la Loi sur la statistique,
chapitre 15, Statut du Canada de 1970-72-72.

(English copies available on request)

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

PRIÈRE DE LIRE CES NOTES AVANT DE RÉPONDRE AUX QUESTIONS

1. 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 les divulguer sans votre consentement écrit à qui que ce soit hors de Statistique Canada, même pas à d'autres ministères ou organismes publics. Seuls les employés assermentés pourront les voir et ces données ne serviront qu'à des fins statistiques.
2. Veuillez nous renvoyer un exemplaire de votre questionnaire, dûment rempli dans l'enveloppe adressée ci-incluse dans les trente jours qui suivent la réception. Classez le second exemplaire. Si, pour une raison quelconque, vous ne pouvez respecter ce délai, veuillez nous aviser, à l'adresse ci-dessous, de la date d'exécution.
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'étalages, par catalogue ou abonnements, par démarchage, ou encore par démonstrations à domicile, foires, kiosques d'exposition, emplacements au marché, etc.
4. 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.
5. Veuillez faire porter votre déclaration sur votre année financière (année normale d'affaires) se terminant entre le 1^{er} avril 1977 et le 31 mars 1978. Si votre entreprise n'a pas été en activité pendant toute l'année, inscrivez les données qui se rapportent à la partie de l'année pendant laquelle vous étiez en activité.
6. En l'absence des chiffres exacts, vous pouvez donner des estimations assez précises, mais alors, mentionnez-le.
7. 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.
8. 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 AU CANADA

(Vente de marchandises directement au consommateur ménager)

1977

1. Indiquez la valeur des marchandises vendues en 1977 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. Numérez les principales marchandises vendues et donnez la distribution procentuelle du Total 1 A (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 1 A (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	Numéro de téléphone et indicatif régional
Signature	Date de ce rapport	

STATISTICS CANADA LIBRARY
BIBLIOTHÈQUE STATISTIQUE CANADA



1010714520