

STATISTICS STATISTIQUE
CANADA CANADA

NOV 15 1983

LIBRARY
BIBLIOTHÈQUE

Direct selling in Canada

1982

La vente directe au Canada

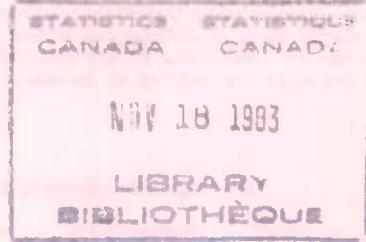
1982



Catalogue

63-218

Annual-Annuel



Direct Selling in Canada 1982

La Vente Directe au Canada 1982

E R R A T A

<u>Table 1</u> <u>Tableau 1</u>	<u>Col. 3 1981</u>	<u>Reads</u> <u>Se lit</u>	<u>Should read</u> <u>Doit se lire</u>
Magazines		Nil	53,195
Revues		Nul	

Statistics Canada
Merchandising and Services
Division

Statistique Canada
Division du commerce et
des services

Direct selling in Canada

1982

La vente directe au Canada

1982

Published under the authority of
the Minister of Supply and
Services Canada

Statistics Canada should be credited when
reproducing or quoting any part of this document

© Minister of Supply
and Services Canada 1983

November 1983
5-3406-541

Price: Canada, \$4.75
Other Countries, \$5.70

Catalogue 63-218

ISSN 0590-5702

Ottawa

Publication autorisée par
le ministre des Approvisionnements et
Services Canada

Reproduction ou citation autorisée sous réserve
d'indication de la source: Statistique Canada

© Ministre des Approvisionnements
et Services Canada 1983

Novembre 1983
5-3406-541

Prix: Canada, \$4.75
Autres pays, \$5.70

Catalogue 63-218

ISSN 0590-5702

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.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Direct Selling (Matrix No. 34), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the Cansim staff, Current Economic Analysis Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-995-7406), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

SIGNES CONVENTIONNELS

Voici la signification des signes conventionnels utilisés 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.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (système canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur la vente directe (matrice n° 34), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinolingués. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM, Division de l'analyse de conjoncture, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-995-7406), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

TABLE OF CONTENTS

	Page
Introduction	5
Summary of Results	5
 Text Table	
I. Value of Direct Sales Compared with Retail Sales, 1978-1982	7
 Chart	
1. Direct Selling in Canada, 1977-1982	8
2. Percentage Distribution of Direct Sales, by Method of Distribution, Canada, 1982	8
3. Direct Selling by Method of Distri- bution, Canada, 1981-1982	9
4. Direct Sales by Commodity Group, Canada, 1981-1982	10
 Table	
1. Direct Sales in Canada, by Commo- dity, 1977-1982	12
2. Direct Sales by Commodity as Per- centage of Direct Sales in Canada, 1977-1982	13
3. Direct Selling in Canada - Method of Distribution by Commodity, 1981 and 1982	14
4. Percentage Distribution of Direct Sales in Canada - Method of Distri- bution by Commodity, 1981 and 1982	15
 Appendix	
I. Definitions	17
II. Methodology	19
III. Data Reliability	21
IV. Data Confidentiality	23
V. Questionnaire	25
Selected Publications	27

TABLE DES MATIÈRES

	Page
Introduction	5
Résumé des données	5
 Tableau explicatif	
I. Valeur des ventes directes en comparaison avec les ventes au détail, 1978-1982	7
 Graphique	
1. La vente directe au Canada, 1977-1982	8
2. Répartition en pourcentage des ventes di- rectes, par mode de distribution, Canada, 1982	8
3. Ventes directes par mode de distribution, Canada 1981-1982	9
4. Ventes directes par groupe de marchandi- ses, Canada, 1981-1982	10
 Tableau	
1. Ventes directes au Canada, par marchandi- ses, 1977-1982	12
2. Ventes directes par marchandises, données en pourcentage du total des ventes direc- tes au Canada, 1977-1982	13
3. La vente directe au Canada - Par mode de distribution, par marchandises, 1981 et 1982	14
4. Répartition proportionnelle des ventes directes au Canada - Par mode de distri- bution, par marchandises, 1981 et 1982	15
 Appendice	
I. Définitions	17
II. Méthodologie	19
III. Fiabilité des données	21
IV. Confidentialité des données	23
V. Questionnaire	25
Choix de publications	27

INTRODUCTION

This annual bulletin contains the complete results of the survey of Direct Sales in Canada, including the most recent data for the current year and those for the five previous years on the sales by method of distribution and type of commodity.

The tables cover only the direct sales made by specialized direct-sellers, manufacturers and some primary producers (greenhouses and nurseries, etc.). They do not include foreign mail-order sales to Canadians, direct sales made by Canadian department store mail-order divisions, or direct sales made by wholesalers, vending-machine operators, and service establishments.

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, in order to provide as complete a coverage as possible of the "personal expenditure on consumer goods and services" which is an essential component of the National Accounts of Canada.

Summary of Results

Total direct sales in Canada amounted to \$2,521.2 million for 1982, an increase of 1.6% over the revised total for 1981 of \$2,482.6 million. Direct sales for 1980 amounted to a total of \$2,178.9 million.

During 1982, through the personal selling method, consumers made purchases totalling \$748.9 million, or 29.7% of total direct sales in Canada. Personal selling of cosmetics and personal care products amounted to \$216.9 million; household electrical appliances, consisting mainly of vacuum cleaners, \$121.4 million; household cleaners, soaps, brushes, brooms and mops, \$110.8 million; dinnerware, kitchenware and utensils, \$104.1 million; and jewellery, \$42.3 million. Personal selling of all other commodities totalled \$153.3 million.

Through the home-delivery method, from tradesmen and door-to-door canvassers, household consumers purchased in the home approximately 22.8% of total Canadian direct sales reported for 1982, or \$573.8 million. Home deliveries of bread and dairy products amounted to \$272.4 million and of news-

L'ensemble des résultats de l'enquête sur les ventes directes au Canada est rassemblé dans ce bulletin annuel. Il présente les chiffres de ventes les plus récents pour l'année courante et ceux des cinq années précédentes selon le mode de distribution et le genre de marchandises.

Les tableaux n'englobent que les ventes directes des établissements spécialisés dans la vente directe, des fabricants et de quelques producteurs primaires (exploitants de serres et de pépinières, par exemple). Ils ne prennent pas en compte les ventes par correspondance des entreprises étrangères aux consommateurs canadiens ni celles des grands magasins canadiens; sont aussi exclues les ventes directes des grossistes, des exploitants de distributeurs automatiques et des établissements de services.

Les statistiques sur ces ventes au détail "hors magasin" complètent celles du commerce de détail normal, qui sont également recueillies et publiées par la Division du commerce et des services; elles visent à rendre aussi exhaustives que possible les données du poste "dépenses des particuliers en biens de consommation et en services", composante essentielle des Comptes nationaux du Canada.

Résumé des données

Les ventes directes au Canada ont totalisé \$2,521.2 millions en 1982, en hausse de 1.6% par rapport au chiffre révisé de 1981 (\$2,482.6 millions). Elles avaient atteint \$2,178.9 millions en 1980.

En 1982, les dépenses des consommateurs pour l'achat de produits distribués par vente personnelle ont totalisé \$748.9 millions, soit 29.7% de toutes les ventes directes au Canada. Les ventes personnelles de produits de beauté et de soins personnels se sont chiffrées à \$216.9 millions; les appareils électroménagers, surtout des aspirateurs, ont compté pour \$121.4 millions; les nettoyeurs d'usage ménager, savons, brosses, balais et vadrouilles, pour \$110.8 millions; les couverts, articles de cuisine et ustensiles, pour \$104.1 millions; et les bijoux, pour \$42.3 millions. Les ventes personnelles de toutes les autres marchandises ont rapporté \$153.3 millions.

Les dépenses engagées à domicile par les consommateurs ménagers auprès des représentants et démarcheurs sont intervenues pour environ 22.8% de l'ensemble des ventes directes au Canada en 1982, soit \$573.8 millions. Le pain et les produits laitiers livrés à domicile ont compté pour \$272.4 millions de ce chiffre et les journaux,

papers, \$240.1 million. Other sizeable items of expenditure made at home from home-delivery canvassers were on home improvement products, \$21.7 million and on all other foods including nutritional products, \$23.3 million.

Mail-order purchases by household consumers accounted for 18.5% of total direct sales and amounted to \$465.3 million in 1982. These purchases included \$151.1 million spent on books; \$107.0 million spent on newspapers and magazine subscriptions; \$42.4 million spent on toys, games, crafts, cards and hobbies; and \$27.1 million spent on a wide range of general merchandise offered to credit card holders by some gasoline oil companies and a few other businesses specializing in sales made by mail order. Finally, \$137.6 million was spent on purchases by mail of commemorative and precious coins, stamps and other miscellaneous items.

Direct purchases from showrooms and premises of manufacturing companies or primary producers amounted to \$590.9 million or 23.4% of total direct sales and included items such as bakery products, \$171.4 million; furniture, furniture repair and re-upholstery, \$122.1 million; dairy products, \$71.6 million; home improvement products, \$33.7 million; household electrical appliances including vacuum cleaners, \$28.1 million; meat, fish and poultry, \$25.4 million; greenhouse flowers and nursery stocks, \$24.8 million; fur goods, \$18.8 million; and miscellaneous other items, \$95.0 million.

Finally, consumers also made \$142.4 million of purchases during 1982 through other channels. These expenditures consisted mainly of \$60.3 million spent through greenhouses selling flowers, fruits, vegetables, etc., from temporary roadside stands and market stalls; \$39.3 million spent on meals and alcoholic beverages on airlines, ferries and railways; and \$25.6 million spent on newspapers bought from honour boxes. Purchases of other commodities at exhibitions and shows amounted to \$17.2 million.

Text Table I presents a comparison of the magnitude of direct sales to retail sales, from 1978 to 1982. In this table, retail sales data have been adjusted to exclude sales of commodities (such as automotive products) which are not ordinarily made through direct-selling channels. Between 1978 and 1982, total direct sales increased from \$1,741.7 million to \$2,521.2 million at an average annual rate of 9.7%, a slightly faster rate than the 9.2% experienced by total retail sales over the same period.

pour \$240.1 millions. Les consommateurs ont aussi dépensé des sommes importantes pour acheter des produits des démarcheurs pour l'amélioration des maisons (\$21.7 millions) et d'autres aliments y compris les produits nutritionnels (\$23.3 millions).

Les commandes postales des ménages ont totalisé 18.5% de toutes les ventes directes et elles se sont établies à \$465.3 millions en 1982. De ce chiffre, les livres ont enregistré des ventes de \$151.1 millions, les abonnements aux journaux et revues \$107.0 millions, les jouets, les jeux, les produits de l'artisanat, les cartes et les articles de passe-temps \$42.4 millions. Les commandes postales incluent également une vaste gamme de marchandises diverses offerts aux détenteurs de cartes de crédit par certaines sociétés pétrolières et quelques commerces spécialisés dans les ventes par la poste, représentant des ventes de \$27.1 millions. Finalement, on a dépensé \$137.6 millions pour acquérir des pièces de monnaie commémoratives ou précieuses, des timbres et d'autres articles divers.

Les ventes directes dans les salles d'exposition et autres locaux des sociétés manufacturières ou des producteurs primaires se sont chiffrées à \$590.9 millions, soit 23.4% de toutes les ventes directes; elles portaient notamment sur les produits de boulangerie (\$171.4 millions), la réparation et le rembourrage de meubles (\$122.1 millions), les produits laitiers (\$71.6 millions), les produits pour l'amélioration des maisons (\$33.7 millions), les appareils électroménagers, y compris les aspirateurs (\$28.1 millions), la viande, le poisson et la volaille (\$25.4 millions), les fleurs de serre et les produits de pépinière (\$24.8 millions), les articles de fourrure (\$18.8 millions), et divers autres produits (\$95.0 millions).

Enfin, les consommateurs ont dépensé \$142.4 millions par d'autres moyens de distribution en 1982. En tête de ces dépenses, mentionnons \$60.3 millions en fleurs, fruits, légumes, etc., vendus par des exploitants de serres dans les étalages le long des routes ou dans les marchés; \$39.3 millions en repas et boissons alcoolisées consommés pendant les voyages en avion, en traversier ou en train; et \$25.6 millions en journaux achetés dans les distributeurs. Divers autres articles achetés dans les expositions et les foires ont engendré \$17.2 millions.

Le tableau explicatif I compare les chiffres de la vente au détail à ceux des ventes directes pour la période allant de 1978 à 1982. Les données sur les ventes au détail y ont été ajustées de façon à exclure les marchandises qui ne sont pas normalement vendues directement aux consommateurs (tels que les produits pour l'automobile). Entre 1978 et 1982, les ventes directes globales sont passées de \$1,741.7 millions à \$2,521.2 millions, soit un taux de croissance annuel moyen de 9.7% qui dépasse légèrement celui de l'ensemble des ventes au détail (9.2%) au cours de la même période.

TEXT TABLE I. Value of Direct Sales Compared with Retail Sales, 1978-1982

TABLEAU EXPLICATIF I. Valeur des ventes directes en comparaison avec les ventes au détail, 1978-1982

	Percentage change 1982/1981	1982	1981	1980	1979	1978
	Variation en pourcentage 1982/1981	thousands of dollars - milliers de dollars				
Retail sales - Total - Ensem- bles des ventes au détail	+ 3.5	97,638,508	94,292,779	84,026,563	77,025,130	68,778,553
Less - Moins:						
Motor vehicle dealers - Ventes de véhicules automobiles	- 12.9	14,412,967	16,546,889	15,697,888	15,421,376	13,479,527
Used car dealers - Ventes de voitures d'occasion	- 6.8	461,547	495,336	438,869	335,066	267,719
Garages and service stations - Ventes des garages et sta- tions-service	+ 13.9	10,104,633	8,874,152	6,987,395	6,216,542	5,535,842
Liquor, beer and wine stores - Ventes de boissons alcoolis- ques, de bière et de vin	+ 13.2	4,833,342	4,271,409	3,719,162	3,242,358	3,026,271
Sub-total - Total partiel	- 1.2	29,812,489	30,187,786	26,843,314	25,215,342	22,309,359
Comparable retail sales - Ven- tes au détail comparables	+ 5.8	67,826,019	64,104,993	57,183,249	51,809,788	46,469,194
Direct sales - Ventes directes	+ 1.5	2,521,231	2,482,605 ^F	2,178,905	1,893,045	1,741,695
Percentage - Pourcentage	...	3.7	3.9 ^F	3.8	3.7	3.7

Chart — 1
Direct Selling in Canada, 1977-1982
La vente directe au Canada, 1977-1982

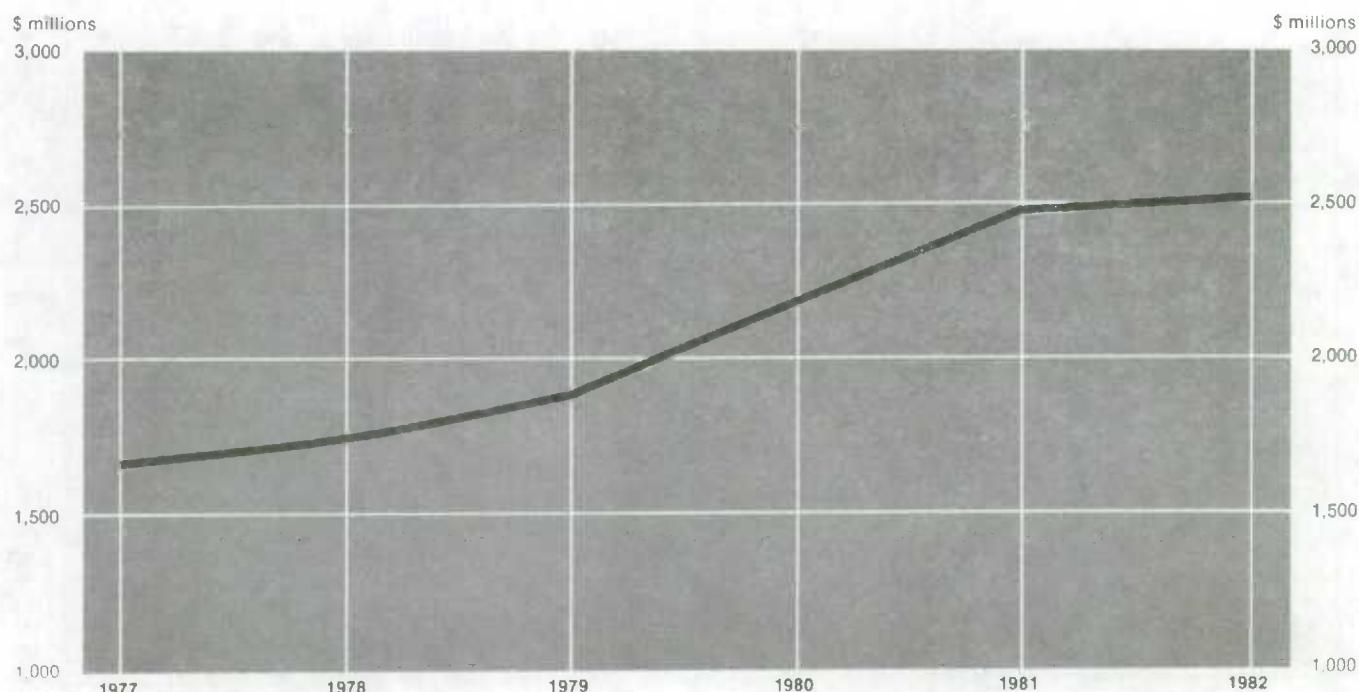
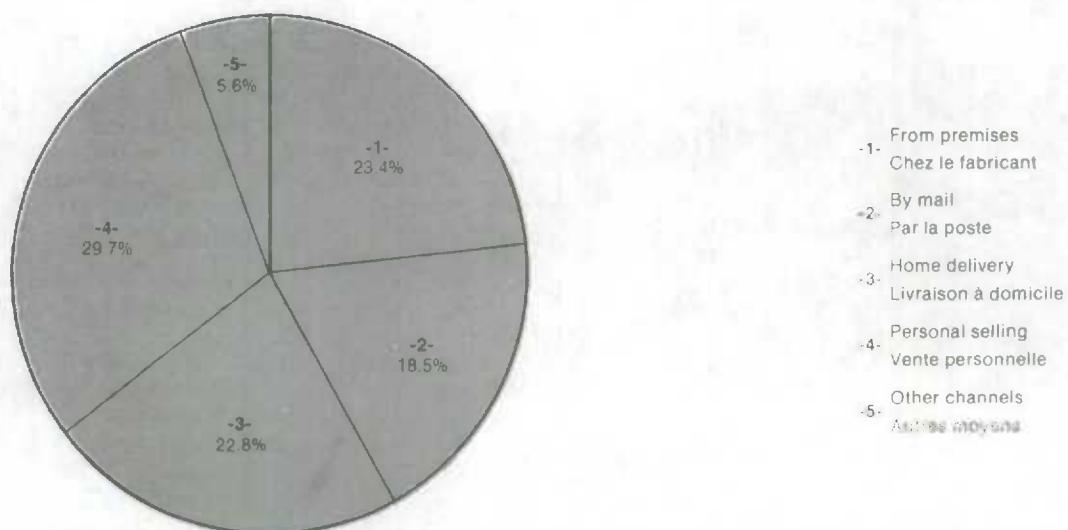


Chart — 2
Percentage Distribution of Direct Sales, by Method of Distribution, Canada, 1982
Répartition en pourcentage des ventes directes, par mode de distribution, Canada, 1982



Chart—3

Direct Selling by Method of Distribution, Canada, 1981-1982

Ventes directes par mode de distribution, Canada, 1981-1982

Graphique—3

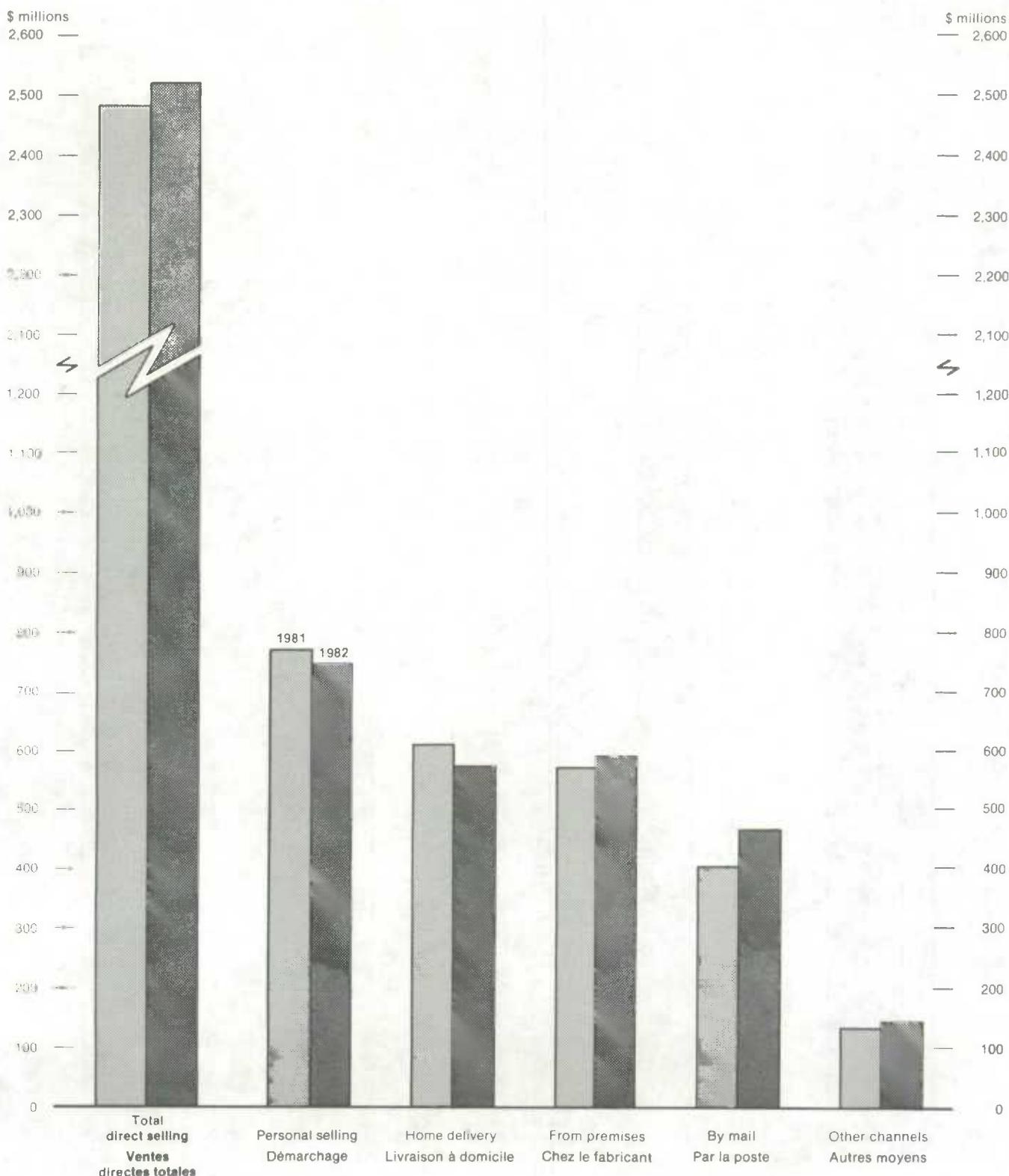
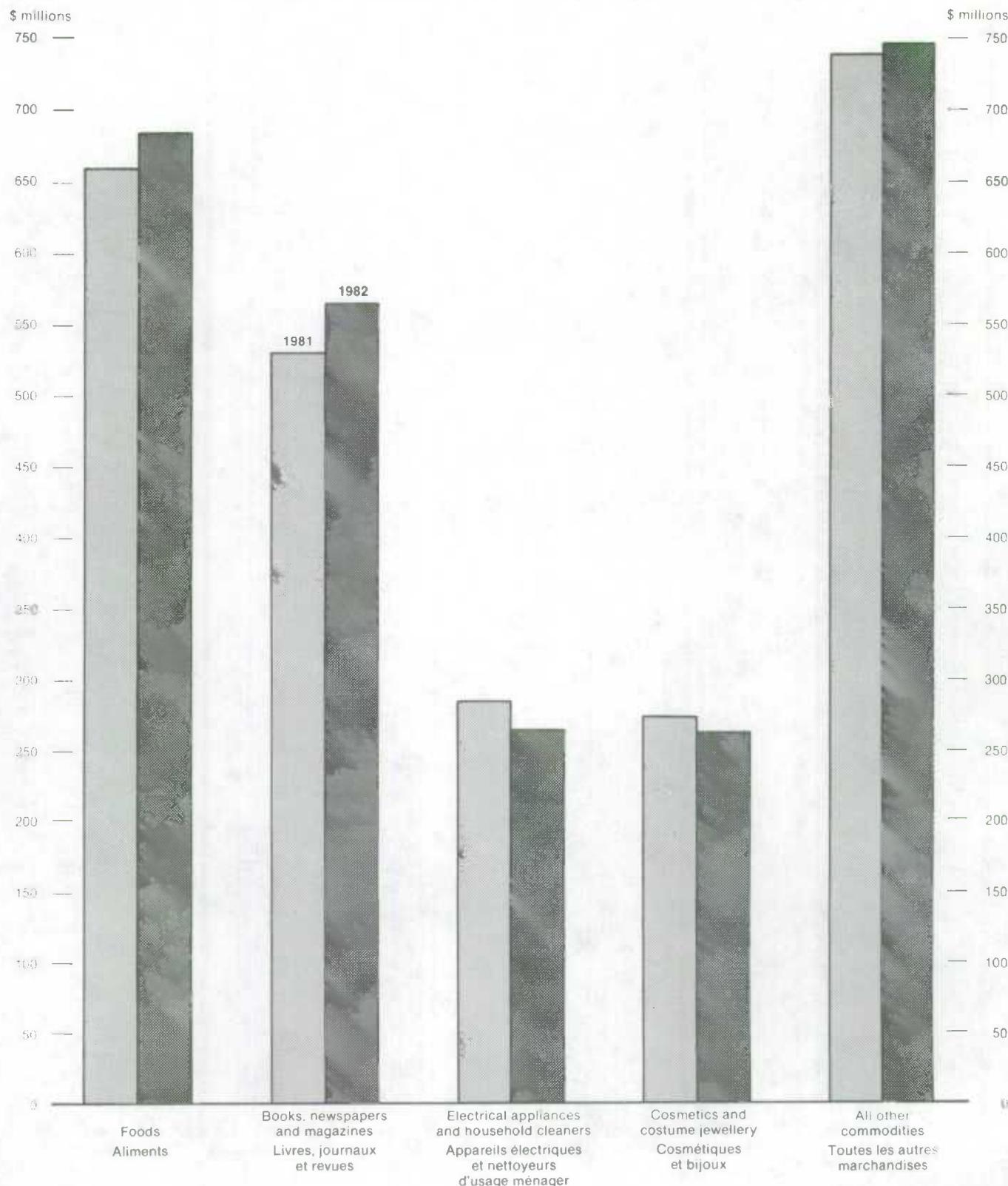


Chart — 4

Direct Sales by Commodity Group, Canada, 1981-1982

Ventes directes par groupe de marchandises, Canada, 1981-1982

Graphique — 4



Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Direct Sales in Canada, by Commodity, 1977-1982
TABLEAU 1. Ventes directes au Canada, par marchandise, 1977-1982

Commodities Marchandises	1982 1981	1982	1981	1980	1979	1978	1977
	%	thousands of dollars - milliers de dollars					
ALL COMMODITIES - TOUTES MARCHANDISES	+ 1.6	2,521,231	2,482,605 ^F	2,178,905	1,893,045	1,741,695	1,671,157
Meat, fish and poultry - Viande, poisson et volaille	+ 0.9	26,878	26,646	26,292	21,260	21,104	16,210
Frozen food plans - Contrats d'achats d'aliments congelés	- 31.4	17,706	25,794	21,924	18,704	14,786	14,147
Dairy products - Produits laitiers	- 5.3	297,369	313,952	258,601	243,338	242,000	254,200
Bakery products - Produits de boulangerie	+ 12.8	231,282	205,098	171,538	89,445	82,000	55,850
All other foods and beverages - Tous autres aliments et boissons	+ 29.6	111,011	85,681	85,030	69,564	58,629	46,471
Canvas awnings, sails, tents, etc. - Auvents, tentes, voiles, etc., de toile	+ 35.2	12,023	8,892	8,031	7,164	5,974	5,738
Clothing and shoes - Vêtements et chaussures	- 11.1	31,877	35,845	32,588	21,778	18,374	16,503
Fur goods - Articles de fourrure	+ 0.9	18,798	18,623 ^F	15,468	12,770	14,096	14,947
Furniture, re-upholstery and repairs - Meubles, rembourrage et réparation	+ 8.9	122,075	112,013	94,228	80,657	64,668	58,900
Books - Livres	+ 0.1	189,831	189,553	169,467	153,302	152,290	134,423
Newspapers - Journaux	+ 4.4	299,606	286,902	255,290	206,067	204,000	200,505
Magazines - Revues	+ 41.4	75,220	53,193	47,002	41,432	34,514	29,386
Home improvement products - Produits pour l'amélioration des maisons	- 7.8	57,731	62,593	51,149	34,349	37,607	33,277
Dinnerware, kitchenware and utensils - Couverts, articles de cuisine et ustensiles	- 1.2	114,024	115,384	116,848	117,882	109,896	104,315
Sail boats and pleasure craft - Bateaux à voiles et embarcations de plaisance	- 9.1	12,770	14,053	12,534	11,347	10,822	10,987
Household electrical appliances - Appareils électriques ménagers	- 10.5	151,729	169,529	165,601	186,043	157,494	155,021
Household cleaners, soaps, brushes, brooms and mops - Nettoyeurs d'usage ménager, savons, brosses, balais et vadrouilles	- 2.8	112,781	116,048	116,611	84,065	53,233	41,071
Cosmetics and personal care products - Produits de beauté et de soins personnels	+ 6.2	217,186	204,529	165,125	202,928	185,943	172,515
Costume Jewellery - Bijoux	- 34.3	44,818	68,210	51,235			
Phonograph records and tapes - Disques et bandes stéréophoniques	+ 4.8	21,233	20,267	17,450	15,710	13,172	11,601
Greenhouse flowers and nursery seeds, stocks, etc. - Fleurs de serre et produits de pépinière	- 0.9	96,686	97,594	84,118	78,316	78,563	76,413
General merchandise(1) - Marchandises de tous genres(1)	- 39.3	27,136	44,694	44,805	26,375	20,333	27,060
Toys, games, hobbies, crafts, cards - Jouets, jeux, articles de passe-temps, produits de l'artisanat, cartes	- 1.8	61,788	62,918	48,808	-	-	-
Miscellaneous(2) - Articles divers(2)	+ 17.3	169,673	144,592 ^F	119,348	170,549	167,197	171,032

(1) General merchandise sold to holders of credit cards issued by gasoline oil companies and other credit card companies (such as, books, binoculars, cameras, jewellery, watches, radios, tools, etc.).

(1) Marchandises de tous genres vendues aux détenteurs de cartes de crédit des sociétés pétrolières et autres (comme livres, jumelles, appareils photographiques, bijoux, montres, radios, outils).

(2) Includes leather goods, textiles, stamps, coins, pharmaceuticals and medicines.

(2) Comprend les articles de cuir, les textiles, les timbres, les pièces de monnaie, les médicaments et les produits pharmaceutiques.

TABLE 2. Direct Sales by Commodity as Percentages of Direct Sales in Canada, 1977-1982

TABLEAU 2. Ventes directes par marchandises, données en pourcentage du total des ventes directes au Canada, 1977-1982

Commodities	1982	1981	1980	1979	1978	1977
Marchandisea	per cent - pourcentage					
ALL COMMODITIES - TOUTES MARCHANDISES	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Meat, fish and poultry - Viande, poisson et volaille	1.1	1.1	1.2	1.1	1.2	1.0
Frozen food plans - Contrats d'achats d'aliments congelés	0.7	1.0	1.0	1.0	0.8	0.8
Dairy products - Produits laitiers	11.8	12.6	11.9	12.9	13.9	15.2
Bakery products - Produits de boulangerie	9.2	8.3	7.9	4.7	4.7	3.3
All other foods and beverages - Tous autres aliments et boissons	4.4	3.5	3.9	3.7	3.4	2.8
Canvas awnings, sails, tents, etc. - Auvents, tentes, voiles, etc., de toile	0.5	0.4	0.4	0.4	0.3	0.3
Clothing and shoes - Vêtements et chaussures	1.3	1.4	1.5	1.2	1.1	1.0
Fur goods - Articles de fourrure	0.7	0.8	0.7	0.7	0.8	0.9
Furniture, re-upholstery and repairs - Meubles, rembourrage et réparation	4.9	4.5	4.3	4.3	3.7	3.5
Books - Livres	7.5	7.6	7.8	8.1	8.7	8.0
Newspapers - Journaux	11.9	11.6	11.7	10.9	11.7	12.0
Magazines - Revues	3.0	2.1	2.2	2.2	2.0	1.8
Home improvement products - Produits pour l'amélioration des maisons	2.3	2.5	2.3	1.8	2.2	2.0
Dinnerware, kitchenware and utensils - Couverts, articles de cuisine et ustensiles	4.5	4.6	5.4	6.2	6.3	6.2
Sail boats and pleasure craft - Bateaux à voiles et embarcations de plaisance	0.5	0.6	0.6	0.6	0.6	0.7
Household electrical appliances - Appareils électriques ménagers	6.0	6.8	7.6	9.8	9.0	9.3
Household cleaners, soaps, brushes, brooms and mops - Nettoyeurs d'usage ménager, savons, brossoirs, balais et vadrouilles	4.5	4.8	5.4	4.4	3.1	2.5
Cosmetics and personal care products - Produits de beauté et de soins personnels	8.6	8.2	7.6	10.7	10.7	10.3
Costume Jewellery - Bijoux	1.7	2.7	2.4			
Phonograph records and tapes - Disques et bandes stéréophoniques	0.8	0.8	0.8	0.8	0.8	0.7
Greenhouse flowers and nursery seeds, stocks, etc. - Fleurs de serre et produits de pépinière	3.8	3.9	3.9	4.1	4.5	4.6
General merchandise(1) - Marchandises de tous genres(1)	1.1	1.8	2.1	1.4	1.2	1.6
Toys, games, hobbies, crafts, cards - Jouets, jeux, articles de passe-temps, produits de l'artisanat, cartes	2.5	2.5	2.2	-	-	-
Miscellaneous(2) - Articles divers(2)	6.7	5.8	5.5	9.0	9.3	11.4

(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.

(1) 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.

(2) 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 3. Direct Selling in Canada - Method of Distribution by Commodity, 1981 and 1982

TABLEAU 3. La vente directe au Canada - Par mode de distribution, par marchandise, 1981 et 1982

Commodities		Total direct sales	From premises	By mail	Home delivery	Personal selling	Through other channels(1)
		Ventes directes totales	Chez le fabricant	Par la poste	Livraison à domicile	Vente person- nelle	Autres moyens(1)
thousands of dollars - millions de dollars							
ALL COMMODITIES - TOUTES MARCHANDISES	1982	2,521,231	590,865	465,287	573,790	748,853	142,436
	1981	2,482,605 ^f	569,275 ^f	400,307 ^f	609,311	770,893 ^f	132,819 ^f
Meat, fish and poultry - Viande, poisson et volaille	1982	26,878	25,408	-	-	-	1,470
	1981	26,646	25,681	-	-	-	965
Frozen food plans - Contrats d'achats d'aliments congelés	1982	17,706	2,852	-	-	14,854	-
	1981	25,794	8,372	-	-	17,422	-
Dairy products - Produits laitiers	1982	297,369	71,558	-	225,532	-	279
	1981	313,952	44,248	325	269,064	-	315
Bakery products - Produits de boulangerie	1982	231,282	171,366	-	46,884	-	13,032
	1981	205,098	153,815	824	47,867	-	2,592
All other foods and beverages - Tous autres aliments et boissons	1982	111,011	9,143	235	23,331	39,050	39,252
	1981	85,681	3,641	-	26,233	19,958 ^f	35,849 ^f
Canvas awnings, sails, tents, etc. - Auvents, tentes, voiles, etc., de toile	1982	12,023	8,941	-	-	3,082	-
	1981	8,892	8,892	-	-	-	-
Clothing and shoes - Vêtements et chaussures	1982	31,877	10,636	4,615	-	16,626	-
	1981	35,845	11,018	8,294	349	16,184	-
Fur goods - Articles de fourrure	1982	18,798	18,798	-	-	-	-
	1981	18,623 ^f	18,623 ^f	-	-	-	-
Furniture, re-upholstery and repairs - Meubles, rembourrage et réparation	1982	122,075	122,075	-	-	-	-
	1981	112,013	112,013	-	-	-	-
Books - Livres	1982	189,831	-	151,112	-	38,719	-
	1981	189,553	1,475	148,875	-	39,203	-
Newspapers - Journaux	1982	299,606	2,047	31,826	240,146	-	25,587
	1981	286,902	2,300	23,984	232,211	-	28,407
Magazines - Revues	1982	75,220	-	75,220	-	-	-
	1981	53,195	-	53,195	-	-	-
Home improvement products - Produits pour l'amélioration des maisons	1982	57,731	33,651	-	21,689	2,232	159
	1981	62,593	26,674	1,908	33,587	-	424
Dinnerware, kitchenware and utensils - Couverts, articles de cuisine et ustensiles	1982	114,024	1,238	8,650	-	104,136	-
	1981	115,384	6,189	8,158	-	101,037	-
Seal boats and pleasure craft - Bateaux à voiles et embarcations de plaisance	1982	12,770	12,770	-	-	-	-
	1981	14,053	13,786	-	-	-	267
Household electrical appliances - Appareils électriques ménagers	1982	151,729	28,073	2,232	-	121,424	-
	1981	169,529	36,443	-	-	133,086	-
Household cleaners, soaps, brushes, brooms and mops - Nettoyeurs d'usage ménager, savons, brosses, balais et vadrouilles	1982	112,781	1,962	-	-	110,819	-
	1981	116,048	694	-	-	115,354	-
Cosmetics and personal care products - Produits de beauté et de soins personnels	1982	217,186	245	-	-	216,941	-
	1981	204,529	275	-	-	204,254	-
Costume Jewellery - Bijoux	1982	44,818	1,504	1,047	-	42,267	-
	1981	68,210	9,466	678	-	58,066	-
Phonograph records and tapes - Disques et bandes stéréophoniques	1982	21,233	-	21,233	-	-	-
	1981	20,267	-	20,267	-	-	-
Greenhouse flowers and nursery seeds, stocks, etc. - Fleurs de serre et produits de pépinière	1982	96,686	24,801	11,583	-	-	60,302
	1981	97,594	23,091	10,503	-	-	64,000
General merchandise - Marchandises de tous genres	1982	27,136	-	27,136	-	-	-
	1981	44,694	-	44,694	-	-	-
Toys, games, hobbies, crafts, cards, articles of pause-temps, products of l'artisanat, cartes	1982	61,788	1,843	42,388	-	17,557	-
	1981	62,918	2,796	26,563	-	33,559	-
Miscellaneous - Articles divers	1982	169,673	41,954	88,010	16,208	21,146	2,359
	1981	144,592 ^f	59,783 ^f	52,039 ^f	-	32,770	-

(1) Other channels indicated were: roadside stands, market stalls, dining facilities on airways, ferries and railways, kiosks, off-premises shows, exhibitions, and other display and demonstration venues.

(1) Les autres moyens de distribution indiqués étaient: les étalages au bord de la route, au marché, achats de nourriture et boissons en cours de voyage en avion, en traversier et en chemin de fer, les kiosques, les étalages hors des locaux, les expositions, et d'autres formes d'étalement et démonstration.

TABLE 4. Percentage Distribution of Direct Sales in Canada - Method of Distribution by Commodity, 1981 and 1982

TABLEAU 4. Répartition proportionnelle des ventes directes au Canada - Par mode de distribution, par marchandise, 1981 et 1982

Commodities Marchandises		Total direct sales	From premises	By mail	Home delivery	Personal selling	Through other channels(1)
		Ventes directes totales	Chez le fabricant	Par la poste	Livraison à domicile	Vente per- sonnelle	Autres moyens(1)
		\$'000				per cent - pourcentage	
ALL COMMODITIES - TOUTES MARCHANDISES	1982	2,521,231	23.4	18.5	22.8	29.7	5.6
	1981	2,482,605 ^r	22.9 ^r	16.1 ^r	24.5 ^r	31.1 ^r	5.3 ^r
Meat, fish and poultry - Viande, poisson et volaille	1982	26,878	94.5	-	-	-	5.5
	1981	26,646	96.4	-	-	-	3.6
Frozen food plans - Contrats d'achats d'aliments congelés	1982	17,706	16.1	-	-	83.9	-
	1981	25,794	32.5	-	-	67.5	-
Dairy products - Produits laitiers	1982	297,369	24.1	-	75.8	-	0.1
	1981	315,952	14.1	0.1	85.7	-	0.1
Bakery products - Produits de boulangerie	1982	231,282	74.1	-	20.3	-	5.6
	1981	205,098	75.0	0.4	23.3	-	1.3
All other foods and beverages - Tous autres aliments et boissons	1982	111,011	8.2	0.2	21.0	35.2	35.4
	1981	85,681	4.2	-	30.6	23.3 ^r	41.8 ^r
Canvass awnings, sails, tents, etc. - Auvents, tentes, voiles, etc., de toile	1982	12,023	74.4	-	-	25.6	-
	1981	8,892	100.0	-	-	-	-
Clothing and shoes - Vêtements et chaussures	1982	31,877	33.4	14.5	-	52.2	-
	1981	35,845	31.0	23.0	0.9	45.1	-
Fur goods - Articles de fourrure	1982	18,798	100.0	-	-	-	-
	1981	18,623 ^r	100.0	-	-	-	-
Furniture, re-upholstery and repairs - Meubles, rembourrage et réparation	1982	122,075	100.0	-	-	-	-
	1981	112,013	100.0	-	-	-	-
Books - Livres	1982	189,831	-	79.6	-	20.4	-
	1981	189,553	0.8	78.5	-	20.7	-
Newspapers - Journaux	1982	299,606	0.7	10.6	80.2	-	8.5
	1981	286,902	0.8	8.4	80.9	-	9.9
Magazines - Revues	1982	75,220	-	100.0	-	-	-
	1981	53,195	-	100.0	-	-	-
Home improvement products - Produits pour l'amélioration des maisons	1982	57,731	58.3	-	37.6	3.9	0.3
	1981	62,593	42.6	3.0	-	53.7	0.7
Dinnerware, kitchenware and utensils - Couverts, articles de cuisine et ustensiles	1982	114,024	1.1	7.6	-	91.3	-
	1981	115,384	5.3	7.1	-	87.6	-
Sail boats and pleasure craft - Bateaux à voile et embarcations de plaisance	1982	12,770	100.0	-	-	-	-
	1981	14,053	98.1	-	-	-	1.9
Household electrical appliances - Appareils électriques ménagers	1982	151,729	18.5	1.5	-	80.0	-
	1981	169,529	21.5	-	-	78.5	-
Household cleaners, soaps, brushes, brooms and mops - Nettoyeurs d'usage ménager, savons, brosses, balais et vadrouilles	1982	112,781	1.7	-	-	98.3	-
	1981	116,048	0.6	-	-	99.4	-
Cosmetics and personal care products - Produits de beauté et de soins personnels	1982	217,186	0.1	-	-	99.9	-
	1981	204,529	0.1	-	-	99.9	-
Costume Jewellery - Bijoux	1982	44,818	3.4	2.3	-	94.3	-
	1981	68,210	13.9	1.0	-	85.1	-
Photograph records and tapes - Disques et bandes stéréophoniques	1982	21,233	-	100.0	-	-	-
	1981	20,267	-	100.0	-	-	-
Greenhouse flowers and nursery seeds, stocks, etc. - Fleurs de serre et produits de pépinière	1982	96,686	25.7	12.0	-	-	62.3
	1981	97,594	23.7	10.8	-	-	65.5
General merchandise - Marchandises de tous genres	1982	27,136	-	100.0	-	-	-
	1981	44,694	-	100.0	-	-	-
Toys, games, hobbies, crafts, cards - Jouets, jeux, articles de passe-temps, produits de l'artisanat, cartes	1982	61,788	3.0	68.6	-	28.4	-
	1981	62,918	4.4	42.2	-	53.4	-
Miscellaneous - Articles divers	1982	169,673	24.7	51.9	9.6	12.5	1.4
	1981	144,592 ^r	41.3 ^r	36.0 ^r	-	22.7 ^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.

(2) 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.

APPENDIX I

DEFINITIONS

Direct Selling

Direct Selling refers to the sale of consumer goods to household consumers by other than the regular store outlet such as department stores, chain stores or independent stores.

Methods of Distribution

For the purpose of this survey, the methods of distribution for direct sales have been broken down into five categories: a) through personal selling at house parties, b) by home delivery or door-to-door sales, c) from premises by showroom sales, d) by mail-order or subscription sales and e) through other channels, for example, roadside stands, market stalls, exhibition booths, etc.

Direct Sales

Direct Sales or net sales are defined as gross sales **less** returns, adjustments, discounts and provincial sales taxes. Commission earned from the sales of good are included.

APPENDICE I

DÉFINITIONS

Vente Directe

Par vente directe, on entend la vente de biens de consommation aux consommateurs ménagers qui ne passent pas par des points de vente habituels d'un grand magasin, d'un succursaliste ou d'un marchand indépendant.

Modes de distribution

Pour fins de cette enquête, les modes de distribution pour la vente directe ont été répartis en cinq catégories: a) ventes personnelles lors de réunions à domicile; b) livraison à domicile ou démarchage; c) salles d'exposition chez le fabricant; d) par la poste ou abonnement; et e) autres moyens, par exemple, étalages au bord de la route, emplacements au marché, kiosques d'exposition, etc.

Ventes Directes

Les ventes directes ou ventes nettes signifie les ventes brutes **moins** les rendus, les ajustements, les rabais et les taxes de ventes provinciales. Les commissions provenant de la vente des marchandises sont incluses.

APPENDIX II

METHODOLOGY

The universe of direct selling organizations is maintained by the Merchandising and Services Division. To maintain this universe on a current basis, the division updates each year the mailing list of direct selling organizations through co-operation with the Association of Direct Sellers in Canada.

Benchmark data on direct sales of consumer goods to household consumers by manufacturers were obtained in the 1971 Census of Manufacturers. Published estimates to 1977 were produced using a "ratio-estimate" technique based on returns from a sample of manufacturing establishments. This technique enabled current levels to be determined in relationship to benchmark data from observations of changes in the matched samples representing each commodity group. A major concern over the use of the "ratio-estimate" technique was the reliability of the data which decreases with the passing of time.

To improve the quality of data, with regard to direct sales of manufacturing establishments, the 1978 Census of Manufacturers requested their larger manufacturers to report the value and distribution of direct sales. For the 1979 Survey of Direct Selling, all manufacturers which had reported direct sales in 1978 were incorporated into the sample and for the first time, the larger dairy and bakery manufacturing establishments were asked to report their direct sales by the more detailed methods of distribution. Since 1980, the smaller bakery manufacturing establishments have also been included in the sample.

Total direct sales for the item "All other foods and beverages" consists, not only of the data provided by the respondents to this survey, but, as well, the value of receipts from dining facilities on airlines, ferries and railways published by the Transportation and Communications Division of Statistics Canada. Estimates for the item "Furniture, re-upholstery and repairs" are mainly based on the published results of the

APPENDICE II

MÉTHODOLOGIE

La tâche de tenir à jour l'univers des entreprises consacrées à la vente directe revient à la Division du commerce et des services. À cette fin, la division révise chaque année la liste d'adresses des entreprises concernées en collaboration avec l'Association de ventes à domicile au Canada.

Les données repères sur les ventes de biens de consommation effectuées directement par les fabricants aux consommateurs ont été tirées du recensement des manufactures de 1971. Jusqu'en 1977, les estimations courantes ont été produites à l'aide d'une technique d'"estimation par ratio" fondée sur les déclarations provenant d'un échantillon d'établissements manufacturiers. Cette technique permettait de déterminer les niveaux actuels par rapport aux données repères à partir des variations observées dans les échantillons couplés représentant chaque groupe de produits. La fiabilité des données ainsi produites suscitait néanmoins de vives inquiétudes, du fait qu'elle décroissait à mesure que les données repères s'éloignaient dans le temps.

Afin d'obtenir des données repères plus récentes, le questionnaire du recensement des manufactures de 1978 comportait une question sur la valeur et la distribution des ventes directes des grands fabricants. Lors de l'enquête de 1979 sur la vente directe au Canada, on a ajouté à l'échantillon les établissements manufacturiers qui avaient répondu à la question posée en 1978 concernant les ventes directes. En outre, on a demandé aux grands établissements consacrés à la fabrication de produits laitiers et de boulangerie de déclarer leurs ventes directes en donnant une ventilation plus fine de leurs modes de distribution. Depuis 1980, les petits établissements de fabrication de produits de boulangerie ont également été ajoutés à l'échantillon.

Les ventes directes totales de "Tous autres aliments et boissons" englobent non seulement les données fondées sur la présente enquête, mais encore celles publiées par la Division des transports et des communications de Statistique Canada et portant sur les recettes tirées de la vente de nourriture et boissons dans les avions, les traversiers et les trains. Par ailleurs, les estimations relatives aux "Meubles, rembourrage et réparation" proviennent surtout des chiffres

Manufacturing and Primary Industries Division. Estimates of direct sales for the item "Greenhouse flowers and nursery seeds, stocks, etc." are principally derived from the data published by the Agriculture Division of Statistics Canada.

publiés par la Division des industries manufacturières et primaires. Enfin, les estimations des ventes directes de "Fleurs de serre et produits de pépinière" s'inspirent principalement des données publiées par la Division de l'agriculture de Statistique Canada.

APPENDIX III

DATA RELIABILITY

The results of the 1982 Survey of Direct Selling in Canada are based on the returns from a universe of direct selling organizations, and returns from a sample of manufacturing establishments. Relevant published data from other current surveys conducted by Statistics Canada are also utilized.

Sampling and Non-sampling Errors

Estimates derived from a sample survey are subject to a number of kinds of errors. These errors can be broken down into two major types: sampling and non-sampling.

Sampling Errors

Sampling errors are present because observations are made only on a sample and not on the entire population. The sampling error depends on factors such as the size of the sample, variability in the population, sampling design and method of estimation. For example, for a given sample size, the sampling error will depend on the stratification procedure employed, allocation of the sample, choice of the sampling units and method of selection.

In sample surveys, since inference is made about the entire population covered by the survey on the basis of data obtained from only a part of the population, the results are likely to be different than if a complete census was taken under the same general survey conditions. The most important feature of probability sampling is that the sampling error can be measured from the sample itself.

The measures of precision commonly used are the variance, the standard error and the coefficient of variation. However, it is not possible to provide any of these measures since the sample portion of this survey consists solely of published data from other surveys conducted in the Bureau.

APPENDICE III

FIABILITÉ DES DONNÉES

Les résultats de l'enquête de 1982 sur la vente directe au Canada sont fondés sur les déclarations fournies par un univers d'entreprises consacrées à la vente directe et sur celles provenant d'un échantillon d'établissements manufacturiers. Ils s'inspirent également des données publiées à partir d'autres enquêtes courantes menées par Statistique Canada.

Erreurs d'échantillonnage et autres erreurs

Les estimations établies sur la base d'une enquête par échantillonnage sont sujettes à différents types d'erreurs. On les regroupe en deux grandes catégories: les erreurs qui sont dues à l'échantillonnage et celles qui ne le sont pas.

Erreurs d'échantillonnage

Ce genre d'erreur existe parce que les observations portent uniquement sur un échantillon, et non sur l'ensemble de la population. L'erreur dépend de facteurs tels que la taille de l'échantillon, la variabilité de la population, le plan de sondage et la méthode d'estimation. Pour une taille donnée d'échantillon, par exemple, l'erreur d'échantillonnage sera en fonction de la méthode de stratification adoptée, de l'attribution de l'échantillon, du choix des unités sondées et de la méthode de sélection.

Comme, dans une enquête par échantillonnage, on tire des conclusions sur l'ensemble d'une population à partir des données concernant une partie seulement, les résultats seront probablement différents de ceux qu'on aurait obtenus en recensant toute la population dans les mêmes conditions. La principale caractéristique des sondages probabilistes, c'est que l'erreur d'échantillonnage peut être directement mesurée à partir de l'échantillon.

Les mesures de précision habituellement utilisées sont la variance, l'erreur-type et le coefficient de variation. Cependant, il est impossible de fournir aucune de ces mesures parce que la partie échantillonnée pour cette enquête consiste entièrement de données publiées à partir d'autres enquêtes menées dans le Bureau.

Non-sampling Errors

These errors are present whether a sample or a complete census of the population is taken. Non-sampling errors can be attributed to one or more of the following sources:

Coverage error. This error can result from incomplete listing and inadequate coverage of the population of interest.

Data response error. This error may be due to questionnaire design and the characteristics of the question, inability or unwillingness of the respondent to provide correct information, misinterpretation of the questions because of definitional difficulties and different tendencies of different interviewers in explaining questions or interpreting responses.

Non-response error. Some respondents may refuse to answer questions, some may be unable to respond, while others may be too late in responding. Data for the non-responding units can be imputed using the data from responding units or some earlier data on the non-responding units if available. The extent of error due to imputation is usually unknown and is very much dependent on any characteristic differences between the respondent group and the non-respondent group in the survey. This error generally decreases with increases in the response rate and attempts are therefore made to obtain as high a response rate as possible.

Processing error. These are the errors that may occur at various stages of processing such as coding, data entry, verification, editing, weighting, tabulation, etc.

Non-sampling errors are difficult to measure. More important, non-sampling errors require control so that their presence does not impair the use and interpretation of final results. With regard to the estimates of this publication all attempts have been made to minimize the non-sampling errors: the questionnaire used in the survey has been carefully designed to minimize different interpretations; detailed acceptance testing has been carried out for the different stages of editing and processing; and every possible effort has been made to reduce the non-response rate as well as the response burden.

Erreurs non liées à l'échantillonnage

Ces erreurs se retrouvent tant dans les recensements que dans les enquêtes par échantillonnage. Elles sont dues à un ou plusieurs facteurs parmi les suivants:

Le champ couvert par l'enquête. L'erreur peut résulter d'un listage incomplet et d'une couverture insuffisante de la population visée.

La réponse. Ici, l'erreur peut être attribuable à la conception du questionnaire et aux caractéristiques de la question, à l'incapacité ou au refus de l'enquêté de fournir des renseignements exacts, à l'interprétation fautive des questions due à des problèmes d'ordre sémantique, ou aux variations, d'un intervieweur à l'autre, dans l'explication des questions ou dans l'interprétation des réponses.

La non-réponse. Certains enquêtés refusent de répondre, tandis que d'autres en sont incapables ou encore répondent trop tard. Les données relatives aux non-répondants peuvent être imputées à partir des chiffres fournis par les répondants ou à l'aide des statistiques antérieures sur les non-répondants, lorsque celles-ci existent. On ne connaît généralement pas avec précision l'importance de l'erreur d'imputation; celle-ci varie beaucoup selon les caractéristiques qui distinguent les répondants des non-répondants. Comme ce type d'erreur prend habituellement de l'ampleur à mesure que diminue le taux de réponse, on s'efforce d'obtenir le meilleur taux de réponse possible.

Le traitement. L'erreur peut se produire lors de diverses étapes du traitement, telles que le codage, l'entrée, la vérification, la pondération, la totalisation, etc.

Il est difficile de mesurer les erreurs non liées à l'échantillonnage. En outre, il faut les cerner de sorte qu'elles ne nuisent pas à l'utilisation ou à l'interprétation des chiffres définitifs. En ce qui concerne les estimations du présent bulletin, tout a été mis en oeuvre afin de minimiser ce genre d'erreurs. Ainsi, le questionnaire a été conçu avec soin afin de réduire au minimum le nombre d'interprétations éventuelles; les diverses étapes de vérification et de traitement ont fait l'objet de contrôles d'acceptation détaillés; enfin on n'a absolument rien négligé pour que le taux de non-réponse et le fardeau de réponse soient faibles.

APPENDIX IV

DATA CONFIDENTIALITY

Statistics Canada is prohibited by law from publishing any statistics which would divulge information relating to any identifiable business without the previous consent in writing of that business(1). The disclosure of data likely to reveal specific information on the activity of a particular company is therefore systematically and rigorously controlled and regulated to prevent the publication or disclosure of any information deemed confidential. The rules regarding the confidentiality of parts of the results of merchandising surveys are therefore applied in such a way that no data are shown for cells (or statistical units) composed of fewer than three companies or of three or more if these are dominated by one or two companies.

(1) See Section 16 of the Statistics Act (Chapter 15), entitled "Secrecy".

APPENDICE IV

CONFIDENTIALITÉ DES DONNÉES

La loi interdit à Statistique Canada de diffuser au grand public des données qui pourraient servir à identifier une entreprise ou certaines de ses caractéristiques, sans avoir obtenu au préalable l'autorisation écrite de cette dernière(1). Ainsi, le dévoilement de données susceptibles de révéler des renseignements précis sur l'activité d'une entreprise particulière est systématiquement contrôlé suivant des dispositions strictes, de telle sorte qu'aucun renseignement jugé secret ne soit publié ou divulgué. L'application des règles sur le caractère secret d'une partie des résultats des enquêtes sur le commerce s'établit donc de manière à ce qu'aucune donnée ne soit révélée pour des cellules (ou unités statistiques) composées de moins de trois compagnies, ou encore de trois ou plus lorsque celles-ci sont dominées par une ou deux compagnies.

(1) Voir l'article 16, intitulée Secret, du chapitre 15 de la Loi sur la statistique.



Merchandising and Services Division

Division du commerce et des services

SURVEY OF DIRECT SELLING

IN CANADA

1982

ENQUÊTE SUR LA VENTE DIRECTE
AU CANADA

Confidential when completed

Confidentiel une fois rempli

Collected under the Authority of the Statistics Act, Chapter
15, Statutes of Canada 1970-71-72.Déclaration exigée en vertu de la Loi sur la Statistique, chapitre
15, Statuts du Canada de 1970-71-72.

Revise name and address if not correct — Corriger le nom et l'adresse s'il y a lieu.

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 will be used for statistical purposes only.
2. This form is being sent to primary producers, manufacturers, and other distributors who sell direct, all or part of their goods to the individual household consumer.
3. "Direct sales" are retail sales which by-pass the regular retail store. These sales are made on factory premises to employees or the general public through manufacturer's showrooms or over-the-counter; by mail-order and subscriptions; by door-to-door canvassing; at house-parties, fairs, exhibition booths, market stalls, etc.
4. Report for your normal business year ending at any time between April 1st 1982 and March 31st 1983. If you did not operate for the full year, report data for that portion of the year you were in business. Where exact figures are not available careful estimates are acceptable.
5. Kindly complete and return one copy of this report within 30 days after receipt. A self addressed envelope is enclosed for your convenience. Retain the other enclosed copy for your records. If you should encounter any difficulties in completing this questionnaire or require an extension of time, contact the Retail Trade Section, Merchandising and Services Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V4, (tel: 1-613-996-9304).
6. The results of this survey are published in the report "Direct Selling in Canada" (Catalogue 63-218) which may be obtained from Publication Sales and Services, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V7, or Publishing Centre, Supply and Services Canada, Ottawa, K1A 0S9.

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. Ce questionnaire est envoyé aux producteurs primaires, aux fabricants ainsi qu'à d'autres distributeurs qui vendent la totalité ou une partie de leurs produits directement au consommateur.
3. Par ventes directes, on entend les ventes au détail qui ne passent pas par les magasins de vente au détail. Ces ventes peuvent s'effectuer sur les lieux mêmes de l'entreprise aux employés ou au grand public 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. Inscrivez les données pour votre année financière (année normale d'affaires se terminant entre le 1^{er} avril 1982 et, le 31 mars 1983). 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 elle l'a été. En l'absence des chiffres exacts, vous pouvez donner des estimations assez précises.
5. Veuillez nous renvoyer un exemplaire de votre questionnaire dûment rempli, dans l'enveloppe adressée ci-incluse, dans les trente jours qui suivent la réception. Conservez le deuxième exemplaire pour vos dossiers. Si le questionnaire vous pose des difficultés ou s'il vous faut un délai supplémentaire, communiquez avec la Section du commerce de détail, Division du commerce et des services, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0V4, (tel: 1-613-996-9304).
6. Les résultats de l'enquête sont publiés dans le bulletin intitulé, "La vente directe au Canada" (63-218 au catalogue), qui peut être obtenu en s'adressant à Ventes et services de publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0V7, ou à Imprimerie et édition, Approvisionnements et services Canada, Ottawa, K1A 0S9.

SURVEY OF DIRECT SELLING IN CANADA

(Sales of goods to household consumers)

1982

ENQUÊTE SUR LA VENTE DIRECTE AU CANADA

(Vente de marchandises directement aux consommateurs ménagers)

	Total net sales ¹ Total des ventes nettes ¹	Cost to the consumer ² Prix au consommateur ²
	\$ (omit cents) \$ (sans les cents)	\$ (omit cents) \$ (sans les cents)
1. Report the value of merchandise sold in 1982 by the following methods: <i>Indiquez la valeur des marchandises vendues en 1982 par les méthodes suivantes:</i>		
A. Direct sales to household consumers or individuals for personal use: <i>Ventes directes à des ménages ou particuliers, pour usage personnel:</i>		
(i) Through your own manufacturing premises by showroom sales and over-the-counter sales (to your own employees or general public) – <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)</i>		
(ii) By mail-order or subscription sales – <i>Par la poste ou par abonnement</i>		
(iii) By home delivery or door-to-door sales (by your employees, self-employed canvassers, newsboys, etc.). Include sales to your independent canvassers who in turn make house-calls – <i>Livraison à domicile 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</i>		
(iv) By personal selling at house-parties and other demonstrations through person-to-person contacts – <i>Ventes personnelles à des groupes de personnes ou grâce à des contacts personnels à domicile</i>		
(v) Any other direct sales channels, for example, roadside stands, market stalls, and other displays – <i>Par tout autre moyen de vente directe, par exemple, étalages au bord de la route, emplacements au marché et autres modes d'étalages et d'exposition</i>		
(vi) Total A (add items (i) to (v)) – <i>(Somme de (i) à (v))</i>		
B. All other sales – <i>Toutes autres ventes</i>		
(i) Through your own retail stores excluding manufacturing premises – <i>Par vos propres magasins de détail, sauf ceux situés dans vos locaux de fabrication</i>		
Indicate number of your company-owned retail stores <i>Indiquez le nombre de magasins de détail qui vous appartiennent</i> 		
(ii) To other wholesale, retail and service outlets; to clubs, institutions, government agencies, associations, other commercial users, etc. – <i>A d'autres débouchés de gros, de détail et de service: à des clubs, établissements, organismes, associations, autres utilisateurs commerciaux, etc.</i>		
(iii) Total B (add items (i) and (ii)) – <i>(Somme de (i) et (ii))</i>		
TOTAL SALES (A + B) – TOTAL DES VENTES (A + B)		

2. List the main commodities sold as a percentage of total sales (= 100%). – *Énumérez les principales marchandises vendues et donnez la distribution en pourcentage du total des ventes: (= 100 %).*

Commodity – Merchandise	%	Commodity – Merchandise	%
(a)		(d)	
(b)		(e)	
(c)		(f)	

FOR OFFICE USE ONLY – RÉSERVÉ AU BUREAU

Code	%	Code	%	Code	%	Code	%	Code	%
from <i>du</i>				19		to <i>au</i>			19

CERTIFICATE – ATTESTATION

I certify that the information contained herein is complete and correct to the best of my knowledge and belief, and covers the period. – *J'atteste que les renseignements fournis ici sont, autant que je sache, complets et exacts, et qu'ils portent sur la période s'étendant.*

from
du _____ to
au _____ 19 _____

Name of person to contact for further information (please print) – <i>Nom de la personne à joindre pour de plus amples renseignements (lettres moulées)</i>	Title – Fonction
Business address – <i>Adresse d'affaire</i>	Postal code – <i>Code postal</i>
Telephone number and area code – <i>Numéro de téléphone et indicatif régional</i>	
Signature	
Date of this report – <i>Date de ce rapport</i>	

¹Total net sales = gross sales less returns, adjustments, discounts and provincial sales taxes. – *Total des ventes nettes = ventes brutes moins les rendus, ajustements, escomptes de caisse, et taxes de ventes provinciales.*

²Cost to consumer = total net sales plus gross commission margin (if applicable). The amount for this column should be estimated if different from your selling price to show gross commission margin. – *Prix au consommateur = total des ventes nettes plus la marge brute de commission (s'il y a lieu). Faites une estimation pour cette colonne, si le montant diffère de votre prix de vente pour indiquer la marge brute de commission.*

SELECTED PUBLICATIONS

following are publications of the Merchandising and Services Division in the Retail Trade sector.

Catalogue

63-002 Department Store Sales and Stocks. M. Bil. 36 pp. First Issue, 1938. (ISSN 0380-7045).

Total sales and number of outlets, by province and selected metropolitan area, and sales and inventories by department, Canada.

63-004 Department Store Sales by Regions. Advance Release. M. Bil. 1 pp. First Issue, 1950. (ISSN 0709-8650).

Total sales and percentage changes of sales by region.

63-005 Retail Trade. M. Bil. Approx. 65 pp. First Issue, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total retail sales by province and kind of business, for chain and independent stores; seasonally adjusted sales, Canada.

63-007 New Motor Vehicle Sales. M. Bil. Approx. 15 pp. First Issue, 1932. (ISSN 0705-5595).

Number and value of new passenger cars, trucks and buses sold by province and by origin (Canada and U.S. or imported). Monthly unit sales, by type and origin, seasonally adjusted.

63-014 Merchandising Inventories. M. Bil. 24 pp. First Issue, 1972. (ISSN 0380-7177).

Inventories and stocks/sales ratios, by type of trade for wholesale, by department for department stores, by kind of business for chain stores and independent stores: quarterly percentage changes for independent stores by kind of business.

63-210 Retail Chain and Department stores. A. Bil. Approx. 74 pp. First Issue, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total retail sales by chain and department stores by province, selected localities and kind of business including data on floor area, inventory and accounts receivable.

CHOIX DE PUBLICATIONS

Les publications suivantes se trouvent à la Section du commerce de détail, Division du commerce et des services.

Catalogue

63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M. Bil. 36 pages. Premier numéro, 1938. (ISSN 0380-7045).

Ventes totales et nombre de points de vente par provinces et certaines régions métropolitaines, ventes et stocks par rayon, Canada.

63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M. Bil. 1 page. Premier numéro, 1950. (ISSN 0709-8650).

Variations en pourcentage et ventes par région.

63-005 Commerce de détail. M. Bil. Environ 65 pages. Premier numéro, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total des ventes au détail par province et genre de commerce, pour les magasins à succursales et les magasins indépendants; chiffres désaisonnalisés, Canada.

63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M. Bil. Environ 15 pages. Premier numéro, 1932. (ISSN 0705-5595).

Nombre et valeur des voitures particulières, des camions et des autobus neufs vendus par province et par lieu d'origine (Canada et É.-U. ou importés). Ventes unitaires mensuelles selon le type et l'origine, après désaisonnalisation.

63-014 Stocks commerciaux. M. Bil. 24 pages. Premier numéro, 1972. (ISSN 0380-7177).

Stocks et rapports stocks/ventes, par genre de commerce pour le commerce de gros, par rayon pour les grands magasins et par genre de commerce pour les magasins à succursales et magasins indépendants: variations trimestrielles en pourcentage pour les magasins indépendants suivant le genre de commerce.

63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A. Bil. Environ 74 pages. Premier numéro, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total des ventes au détail pour les magasins à succursales et les grands magasins selon la province, certaines agglomérations et le genre de commerce, incluant des données sur la superficie totale, les stocks, et les comptes à recevoir.

Catalogue

63-213 Vending Machine Operators. A. Bil. 21 pp. First Issue, 1958. (ISSN 0527-6411).

Sales of merchandise through automatic vending machines, by type of machine and by location, Canada and provinces.

63-218 Direct Selling Canada. A. Bil. 14 pp. First Issue, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Sales of various commodities by method of distribution: by personal selling, by mail, from premises, etc.

63-219 Campus Book Stores, A. Bil. Approx. 8 pp. First Issue, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Retail sales by type of commodity, employees and payroll, by region or province for academic years.

63-224 Market Research Handbook. A. Bil. 700 pp. First Issue, 1975. (ISSN 0590-9325).

The data covers such topics as general economic indicators, population characteristics, personal income and expenditure and household facilities.

63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O. Bil. 695 pp. (ISBN 0-660-506-13-0).

The publication provides revised retail trade estimates for the years 1972 to 1979, both unadjusted and seasonally adjusted and also sections on definitions, concepts, classifications, methodology and data reliability.

Operating Results - Retail Trades. O. Bil. 29 pp. First Issue, 1974.

The following publications in the Operating Results series contain ratios (percentages of net sales) for: purchases, inventories, cost of goods sold, gross profit, operating expense items and net profit.

63-603 Men's Retail Clothing Stores, 1979

63-604 Independent Women's Retail Clothing Stores, 1975

63-605 Independent Retail Hardware Stores, 1976

Catalogue

63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A. Bil. 21 pages. Premier numéro, 1958. (ISSN 0527-6411).

Ventes de marchandise par distributeurs automatiques selon le genre de machine et l'emplacement, Canada et provinces.

63-218 La vente directe au Canada. A. Bil. 14 pages. Premier numéro, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Ventes de divers produits, par mode de distribution: par démarchage, par la poste, chez le fabricant, etc.

63-219 Librairies de campus. A. Bil. Environ 8 pages. Premier numéro, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Ventes au détail par type de produits, ainsi que le nombre d'employés et la paye, par région ou province pour les années scolaires.

63-224 Recueil statistique des études de marché. A. Bil. 803 pages. Premier numéro, 1975. (ISSN 0590-9325).

Les données portent sur des sujets tels que les indicateurs économiques généraux, les caractéristiques de la population, le revenu et les dépenses des particuliers et l'équipement ménager.

63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H.S. Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0).

Cette publication contient des données brutes et désaisonnalisées, révisées de 1972 à 1979, des sections sur les définitions, les concepts, la classification, la méthodologie et la fiabilité des données.

Résultats d'exploitation - Commerce de détail. H.S. Bil. 29 pages. Premier numéro, 1974.

Les publications suivantes de la série des Résultats de l'exploitation contiennent des ratios (pourcentages des ventes nettes) pour les achats, les stocks, le coût des biens vendus, les bénéfices bruts, les dépenses d'exploitation et les bénéfices nets.

63-603 Magasins de vêtements pour hommes, 1979

63-604 Magasins indépendants de vente au détail de vêtements pour dames, 1975

63-605 Magasins indépendants de vente au détail de quincaillerie, 1976

DATE DUE

Catalogue

63-606 Retail Shoe Stores, 1977

63-607 Retail Drug Stores, 1978

63-608 Retail Florists, 1979

63-609 Independent Retail Jewellery Stores,
1978

63-610 Retail Hardware Stores, 1980

63-611 Women's Retail Clothing Stores, 1980

63-612 Retail Family Clothing Stores, 1980

M. - Monthly A.- Annual Bil.- Bilingual
O.- Occasional

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available free on request from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue

63-606 Magasins de vente au détail de chaussures,
1977

63-607 Pharmacies au détail, 1978

63-608 Magasins de fleuristes, vente au détail,
1979

63-609 Magasins indépendants de vente au détail
de bijouterie, 1978

63-610 Magasins de vente au détail de quincaillerie,
1980

63-611 Magasins de vente au détail de vêtements
pour dames, 1980

63-612 Magasins de vente au détail de vêtements
pour la famille, 1980

M. - Mensuel A.- Annuel Bil.- Bilingue
H.S. - Hors série

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et social du Canada. On peut se procurer gratuitement un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.



Canada