

Catalogue no. 63-218-XPB



Direct Selling in Canada

Fiscal year ended March 31, 1995
1994

N° 63-218-XPB au catalogue

La vente directe au Canada

Année financière close le 31 mars 1995
1994

STATISTICS
CANADA STATISTIQUE
CANADA

SEP 5 1996

LIBRARY
BIBLIOTHÈQUE



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

Data in many forms

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on the Internet, compact disc, diskette, computer printouts, microfiche and microfilm, and magnetic tape. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct online access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable database and retrieval system.

How to obtain more information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to: Industry Division, Retail Trade Section, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone: (613) 951-9656) or to the Statistics Canada Regional Reference Centre in:

Halifax	(902) 426-5331	Regina	(306) 780-5405
Montréal	(514) 283-5725	Edmonton	(403) 495-3027
Ottawa	(613) 951-8116	Calgary	(403) 292-6717
Toronto	(416) 973-6586	Vancouver	(604) 666-3691
Winnipeg	(204) 983-4020		

You can also visit our World Wide Web site: <http://www.statcan.ca>

Toll-free access is provided for all users who reside outside the local dialling area of any of the Regional Reference Centres.

National enquiries line	1 800 263-1136
National telecommunications device for the hearing impaired	1 800 363-7629
Order-only line (Canada and United States)	1 800 267-6677

How to order publications

Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, the Statistics Canada Regional Reference Centres, or from:

Statistics Canada
Operations and Integration Division
Circulation Management
120 Parkdale Avenue
Ottawa, Ontario
K1A 0T6

Telephone: (613) 951-7277
Fax: (613) 951-1584
Toronto (credit card only): (416) 973-8018
Internet: order@statcan.ca

Standards of service to the public

To maintain quality service to the public, Statistics Canada follows established standards covering statistical products and services, delivery of statistical information, cost-recovered services and services to respondents. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

Des données sous plusieurs formes

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur Internet, disque compact, disquette, imprimé d'ordinateur, microfiche et microfilm, et bande magnétique. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordinolingué et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toute demande de renseignements au sujet de la présente publication ou au sujet de statistiques ou de services connexes doit être adressée à : Section du Commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (téléphone : (613) 951-9656) ou à l'un des centres de consultation régionaux de Statistique Canada :

Halifax	(902) 426-5331	Regina	(306) 780-5405
Montréal	(514) 283-5725	Edmonton	(403) 495-3027
Ottawa	(613) 951-8116	Calgary	(403) 292-6717
Toronto	(416) 973-6586	Vancouver	(604) 666-3691
Winnipeg	(204) 983-4020		

Vous pouvez également visiter notre site sur le W3 : <http://www.statcan.ca>

Un service d'appel interurbain sans frais est offert à tous les utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres de consultation régionaux.

Service national de renseignements	1 800 263-1136
Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants	1 800 363-7629
Numéro pour commander seulement (Canada et États-Unis)	1 800 267-6677

Comment commander les publications

On peut se procurer les publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des centres de consultation régionaux de Statistique Canada, ou en écrivant à :

Statistique Canada
Division des opérations et de l'intégration
Gestion de la circulation
120, avenue Parkdale
Ottawa (Ontario)
K1A 0T6

Téléphone : (613) 951-7277
Télécopieur : (613) 951-1584
Toronto (carte de crédit seulement) : (416) 973-8018
Internet : order@statcan.ca

Normes de service au public

Afin de maintenir la qualité du service au public, Statistique Canada observe des normes établies en matière de produits et de services statistiques, de diffusion d'information statistique, de services à recouvrement des coûts et de services aux répondants. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.



Statistics Canada
Industry Division
Retail Trade Section

Direct Selling in Canada

Fiscal year ended March 31, 1995
1994

Statistique Canada
Division de l'industrie
Section du commerce de détail

La vente directe au Canada

Année financière close le 31 mars 1995
1994

Published by authority of the Minister responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 1996

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise, without prior written permission from Licence Services, Marketing Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada, K1A 0T6.

September 1996

Price: Canada: \$24.00
United States: US\$29.00
Other countries: US\$34.00

Catalogue no. 63-218-XPB
Frequency: Annual

ISSN 0590-5702

Ottawa

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1996

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement, sans l'autorisation écrite préalable des Services de concession des droits de licence, Division du marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada, K1A 0T6.

Septembre 1996

Prix : Canada : 24 \$
États-Unis : 29 \$ US
Autres pays : 34 \$ US

N° 63-218-XPB au catalogue
Périodicité : annuelle

ISSN 0590-5702

Ottawa

Note of appreciation

Canada owes the success of its statistical system to a long-standing co-operation involving Statistics Canada, the citizens of Canada, its businesses, governments and other institutions. Accurate and timely statistical information could not be produced without their continued co-operation and goodwill.

Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises, les administrations canadiennes et les autres organismes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.

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.
- ^r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.
- * The reader is asked to note that the data are either based on a response which falls below the usual standard for publication or have a greater degree of variability than normal associated with them due to list structure changes i.e., birth/death adjustments and classification changes, and should therefore be used with caution.

Note

Components may not add to totals due to rounding.

A Note on Cansim

The data published in Direct Selling (Matrix No. 34) are also available in machine readable form through CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System). Users interested in accessing data via CANSIM should contact one of Statistics Canada's regional centres at the numbers listed on the inside front cover of this publication, or contact the Marketing Division, Statistics Canada, R.H. Coats Building, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (613) 951-8200.

This publication was prepared under the direction of:

- **G. Andrusiak**, Director, Industry Division
- **R. Lussier**, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **B. Thériault**, Chief, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **G. Berniquez**, Analyst, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.



Signes conventionnels

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- ^r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.
- * Le lecteur est prié de noter que les données sont fondées sur des réponses qui ne satisfont pas à la norme habituelle exigée pour la publication ou que celles-ci ont une plus grande marge d'inconsistance que l'on devrait normalement obtenir, et ce, à cause de la structure de la liste, c'est-à-dire des ajustements dus aux créations et aux disparitions et des changements dans le classement; elles doivent par conséquent être utilisées avec circonspection.

Nota

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

Note au sujet de Cansim

Les données qui sont publiées sur la vente directe au Canada (matrice no 34) peuvent être obtenues sous forme lisible par machine de CANSIM (Système canadien d'information socio-économique). Les utilisateurs voulant obtenir des chiffres par l'intermédiaire de CANSIM peuvent contacter un des centres de consultation de Statistique Canada dont les numéros de téléphone figurent au verso du couvert de cette publication ou en communiquant directement avec la Division du marketing, Statistique Canada, Immeuble R.H. Coats, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (613) 951-8200.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **G. Andrusiak**, directeur, Division de l'industrie
- **R. Lussier**, directeur adjoint, Sous-division des commerces de distribution, Division de l'industrie
- **B. Thériault**, chef, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distribution, Division de l'industrie.
- **G. Berniquez**, analyste, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distribution, Division de l'industrie.

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'"American National Standard for Information Sciences" - "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 1984.



Table of Contents**Table des matières**

	Page	Page	
Highlights	5	Points saillants	5
Chart		Graphique	
1. Direct Sales by Method of Sales, Canada, 1992-1994	6	1. Ventes directes par méthode de vente, Canada, 1992-1994	6
2. Direct Sales by Commodity Group, Canada, 1993 and 1994	6	2. Ventes directes par groupe de marchandises, Canada, 1993 et 1994	6
Table		Tableau	
1. Value of Direct Sales Compared with Total Retail Sales, Canada, 1990-1994	9	1. Valeur des ventes directes en comparaison avec l'ensemble des ventes au détail, Canada, 1990-1994	9
2. Direct Sales in Canada, by Method of Sale and by Commodity Group, 1990-1994	9	2. Ventes directes au Canada, par méthode de vente et par groupe de marchandises, 1990-1994	9
3. Direct Sales in Canada, by Commodity, 1990-1994	10	3. Ventes directes au Canada, par marchandises, 1990-1994	10
4. Direct Sales in Canada - Method of Sale by Commodity, 1993 and 1994	12	4. Ventes directes au Canada - Par méthode de vente, par marchandises, 1993 et 1994	12
Appendix		Appendice	
I Scope of the Survey Definitions	15	I Champ de l'enquête Définitions	15
II Data Quality and Methodology	17	II Qualité des données et méthodologie	17
III Data Reliability	19	III Fiabilité des données	19
IV Data Confidentiality	21	IV Confidentialité des données	21

FOR FURTHER READING

Selected Statistics Canada publications

LECTURES SUGGÉRÉES

Choisies parmi les publications de Statistique Canada

Title	Catalogue no. N° au catalogue	Titre
Department Store Sales and Stocks, Monthly, Bilingual.	63-002-XPB	Ventes et stocks des grands magasins, mensuel, bilingue.
Retail Trade, Monthly, Bilingual.	63-005-XPB	Commerce de détail, mensuel, bilingue.
New Motor Vehicle Sales, Monthly, Bilingual.	63-007-XPB	Ventes de véhicules automobiles neufs, mensuel, bilingue.
Retail Chain and Department Stores, Annual, Bilingual.	63-210-XPB	Magasins de détail à succursales et les grands magasins, annuel, bilingue.
Vending Machine Operators, Annual, Bilingual.	63-213-XPB	Exploitants de distributeurs automatiques, annuel, bilingue.
Campus Bookstores, Annual, Bilingual.	63-219-XPB	Librairies de campus, annuel, bilingue.
Wholesaling and Retailing in Canada, Annual, Bilingual.	63-236-XPB	Les commerces de gros et de détail au Canada, annuel, bilingue.
Retail Commodity Survey, Occasional, Bilingual.	63-541-XPB	Enquête sur les marchandises vendues au détail, hors série, bilingue.

To order a publication, you may telephone (613) 951-7277 or fax (613) 951-1584 or internet: order@statcan.ca. You may also call 1 800 267-6677 (Canada and United States) toll free. If you order by telephone, written confirmation is not required.

Pour obtenir une publication, veuillez communiquer par téléphone au (613) 951-7277 ou par télécopieur au (613) 951-1584 ou par internet: order@statcan.ca. Vous pouvez aussi appeler sans frais (Canada et États Unis) au 1 800 267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation écrite pour une commande faite par téléphone.

Other Products and Services

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

Catalogue No. 11-204XPE, price Canada: \$15.00, United States: US \$ 18.00, and Other Countries: US \$ 21.00.

Autres produits et services

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

N° 11-204XPF au catalogue, prix Canada: 15.00 \$, États-Unis: 18 \$ US, et Autres pays: 21 \$ US.

Highlights

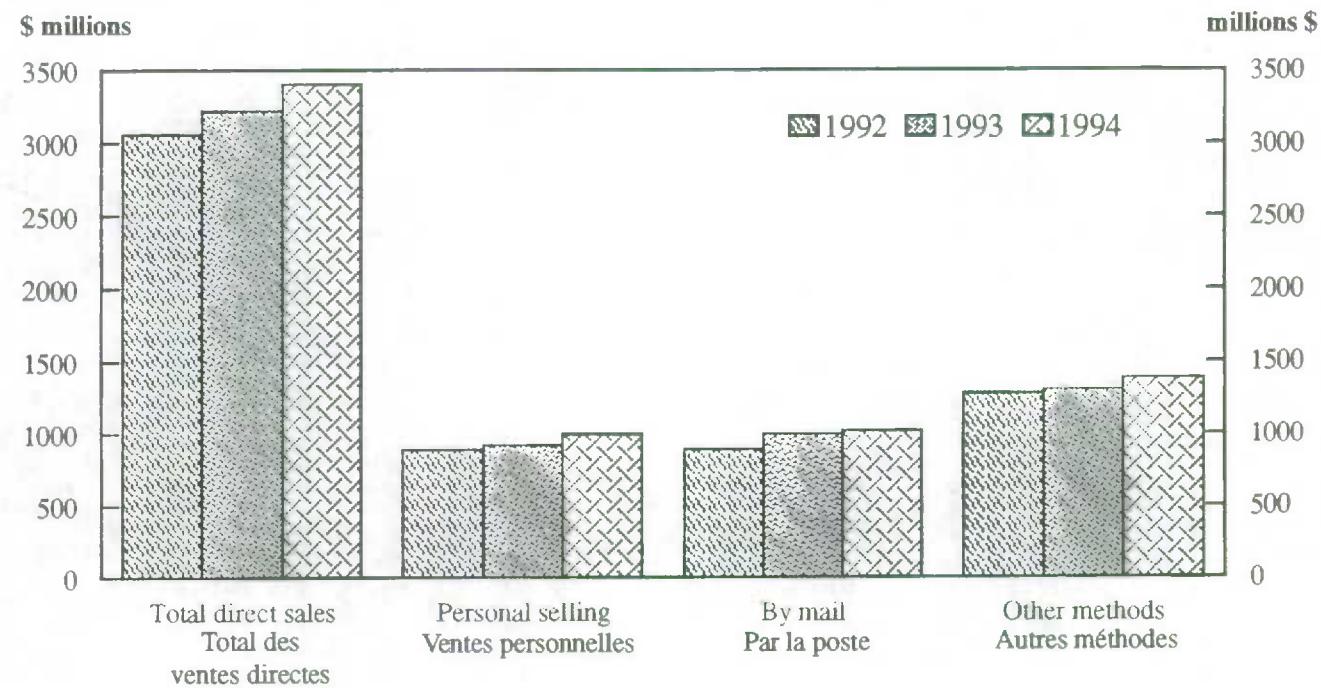
- In 1994, consumers purchased \$3,404.7 million in merchandise from direct sellers operating in Canada. This represented a 5.7% increase from 1993, the tenth increase in eleven years.
- Sales by mail or telephone accounted for 30% of direct sales in 1994, down slightly from 31% in 1993. Personal selling accounted for about 29% of direct sales in both years. Other methods of direct selling, such as sales from manufacturing premises, roadside stands, market stalls and exhibition booths, accounted for 41% of direct sales in 1994.
- Sales of food and beverages, the largest selling commodity in 1994, accounted for 14% of total direct sales. Their sales grew 18.8% to \$482.3 million. While 76% of food and beverage sales were made through "other methods" of direct selling such as roadside stands, market stalls and manufacturing premises, personal selling accounted for an increased proportion of food and beverage sales. Nearly 22% of food and beverage sales in 1994 were made through personal selling compared to 17% in the previous two years.
- Sales of books, newspapers and magazines accounted for 29% of total direct sales in 1994. Newspapers were the second largest selling commodity in 1994, with total sales of \$480.9 million. Direct sellers sold \$294.6 million of books and encyclopedias. Magazine sales totalled \$198.7 million.
- Retail sales in stores selling comparable products to those sold through direct selling totalled \$133.7 billion in 1994. Sales through direct selling were equivalent to 2.5% of the sales of comparable products sold in stores (see table 1).

Points saillants

- La vente directe de marchandises d'exploitants canadiens aux ménages se chiffre à 3,404.7 millions\$ en 1994, soit une augmentation de 5.7% par rapport aux ventes de 1993 et une dixième hausse annuelle au cours des onze dernières années.
- Les ventes par commande postale ou par téléphone représentent 30% de la vente directe en 1994, un niveau légèrement inférieur au 31% obtenu en 1993. Les ventes personnelles comptent pour environ 29% de la vente directe pour les deux dernières années. D'autres méthodes de ventes, notamment celles aux locaux de fabrication, aux étalages routiers, aux emplacements dans les marchés publics et aux kiosques d'exposition totalisent 41% de la vente directe.
- Les ventes d'aliments et de boissons représentent la composante la plus importante des marchandises vendues, soit 14% du total de la vente directe. Leurs ventes ont augmenté de 18.8%, pour se chiffrer à 482.3 millions\$. De ce montant, 76% des ventes proviennent d'autres méthodes de ventes telles celles aux locaux de fabrication, aux étalages routiers, aux emplacements dans les marchés publics. Les ventes personnelles, quand à elles, comptent pour une proportion de plus en plus importante dans les ventes d'aliments et de boissons. En fait, près de 22% des ventes d'aliments et de boissons découlent des ventes personnelles comparativement à 17% pour les deux années précédentes.
- En 1994, les ventes de livres, de journaux et de revues représentent 29% du total de la vente directe. Les ventes de journaux se classent deuxième en terme d'importance des marchandises vendues, avec des ventes de 480.9 millions\$. Les ventes de livres et d'encyclopédies se chiffrent à 294.6 millions\$ et celles des revues à 198.7 millions\$.
- Les ventes des magasins au détail dont les produits sont comparables à ceux vendus par la vente directe totalisent 133.7 milliards\$ en 1994. À produits comparables vendus, la vente directe représente 2.5% du marché du commerce au détail (voir tableau 1).

Chart - 1

Direct Sales by Method of Sales, Canada, 1992 - 1994



Graphique - 1

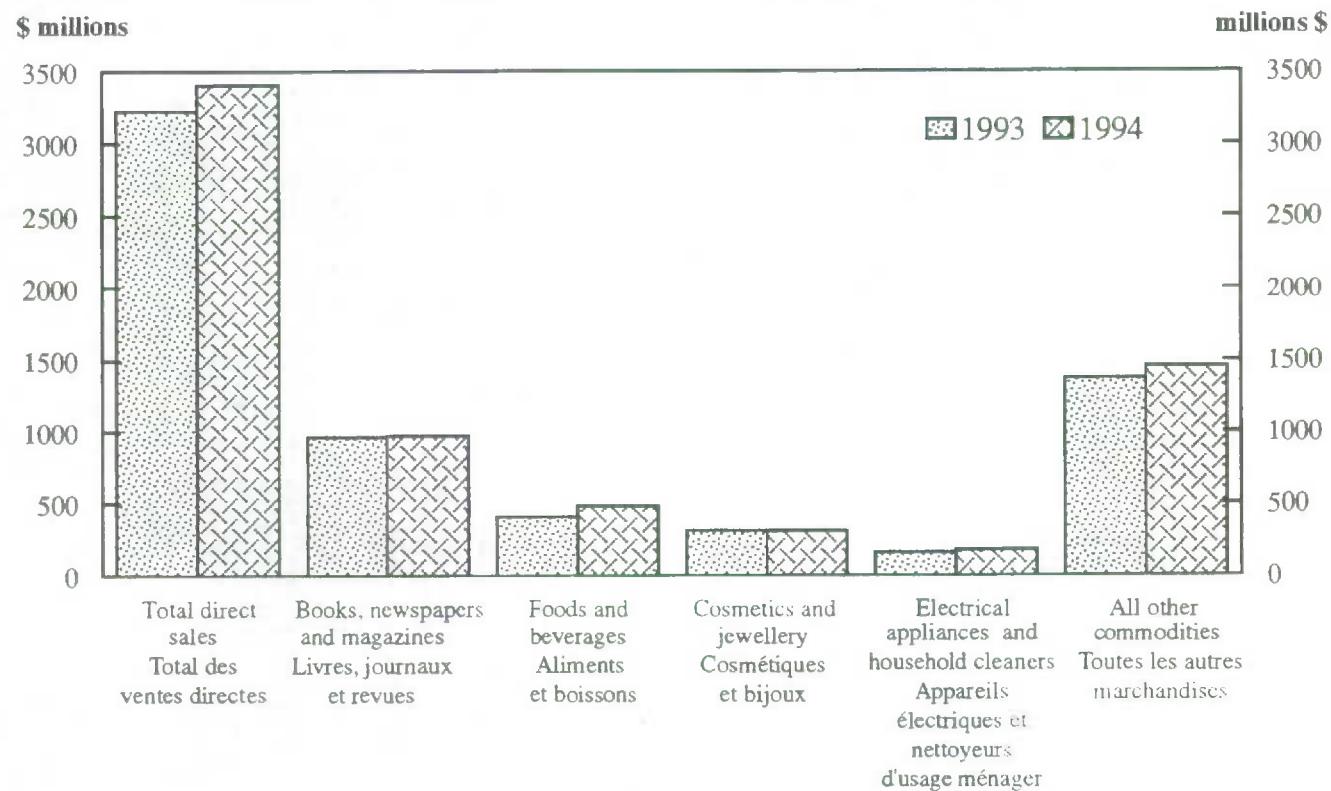
Ventes directes par méthode de vente, Canada, 1992 - 1994

Chart - 2

Direct Sales by Commodity Group, Canada, 1993 and 1994

Graphique - 2

Ventes directes par groupe de marchandises, Canada, 1993 et 1994



Statistical Tables

Tableaux statistiques

Table 1

Value of Direct Sales Compared with Total Retail Sales, Canada, 1990-1994^{1,2}

No.		Percentage change 1994/1993 Variation en pourcentage 1994/1993	1994	1993	1992	1991	1990
1	Total retail sales - Ensemble des ventes au détail	6.7	206,861.5	193,815.0	185,049.3	181,208.2	192,558.2
2	Less - Moins:						
2	Motor vehicle and recreational vehicle dealers - Ventes de véhicules automobiles et récréatifs	13.8	47,089.6	41,365.2	38,501.3	37,689.3	41,695.1
3	Gasoline service stations - Ventes de stations-service	-0.3	14,202.7	14,245.7	14,167.9	14,287.8	15,355.0
4	Automotive parts, accessories and services - Ventes de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services	9.2	11,865.3	10,870.9	10,288.3	10,610.4	12,320.8
5	Sub-total - Total partiel	10.1	73,157.6	66,481.8	62,957.5	62,587.5	69,370.9
6	Total comparable retail sales - Ventes totales au détail comparables	5.0	133,704.0	127,333.3	122,091.8	118,620.7	123,187.4
7	Total direct sales - Ventes totales directes	5.7	3,404.7	3,222.5	3,059.1	2,970.5	3,148.8
8	Percentage - Pourcentage	...	2.5	2.5	2.5	2.5	2.6

See footnotes at end of tables - Voir notes à la fin des tableaux.

Tableau 1

Valeur des ventes directes en comparaison avec l'ensemble des ventes au détail, Canada, 1990-1994^{1,2}

Table 2

Direct Sales in Canada, by Method of Sale and by Commodity Group, 1990-1994²

Tableau 2

Ventes directes au Canada, par méthode de vente et par groupe de marchandises, 1990-1994²

No.		1994		1993		1992		1991		1990	
		Sales	1994/ 1993	Sales	1993/ 1992	Sales	1992/ 1991	Sales	1991/ 1990	Sales	1990/ 1989
		\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
Method of sale - Méthode de ventes											
1	Personal selling - Vente personnelle	998,210	8.3	921,842	3.4	891,476	-1.9	908,574	-13.3	1,048,044	6.5
2	By mail - Par la poste	1,022,238	2.5	997,705	12.3	888,796	4.5	850,382	-2.2	869,713	-3.6
3	Other methods ³ - Autres méthodes ³	1,384,124	6.3	1,302,798	1.9	1,278,712	5.6	1,211,399	-1.6	1,230,943	1.8
Commodity group - Groupe de marchandises											
4	Foods and beverages - Aliments et boissons	482,311	18.8	405,904	-0.3	406,991	0.9	403,302	-12.3	459,803	-8.4
5	Books, newspapers and magazines - Livres, journaux et revues	974,255	0.9	965,546	5.0	919,212	0.7	912,668	0.9	904,902	--
6	Electrical appliances and household cleaners - Appareils électriques et nettoyeurs d'usage ménager	180,090	11.7	161,199	0.2	160,864	3.0	156,204	-27.5	215,427	7.4
7	Cosmetics and jewellery - Cosmétiques et bijoux	308,613	-0.5	310,128	8.4	286,083	-8.0	311,019	-2.5	318,910	4.6
8	All other commodities - Toutes autres marchandises	1,459,441	5.8	1,379,706	7.3	1,285,985	8.3	1,187,324	-5.0	1,249,806	5.6
9	Total	3,404,710	5.7	3,222,483	5.3	3,059,135	3.0	2,970,517	-5.7	3,148,848	1.7

See footnotes at end of tables - Voir notes à la fin des tableaux.

Table 3

Direct Sales in Canada, by Commodity, 1990-1994²

No.	Commodities	1994/1993	1994		1993	
		Change Variation	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution
		%	\$'000	%	\$'000	%
1	ALL COMMODITIES	5.7	3,404,710	100.0	3,222,483†	100.0
2	Foods and beverages	18.8	482,311	14.2	405,904	12.6
3	Clothing, shoes, fur goods	15.4	192,490	5.7	166,867†	5.2†
4	Books and encyclopedias	-4.3	294,634	8.7	307,847†	9.6†
5	Newspapers	6.6	480,915	14.1	451,339	14.0
6	Magazines	-3.7	198,706	5.8	206,360*	6.4
7	Home improvement products, building supplies	35.5	120,586	3.5	88,985†	2.8†
8	Household cleaners, soaps, brushes, etc.	8.8	33,618	1.0	30,908†	1.0†
9	Dinnerware, kitchenware and utensils	-7.8	88,740	2.6	96,246†	3.0†
10	Furniture, home furnishings and repairs	40.9	31,868	0.9	22,610*	0.7†
11	Electrical appliances	12.4	146,472	4.3	130,291*	4.0
12	Audio tapes, compact discs and equipment	4.9	180,543	5.3	172,185	5.3†
13	Video tapes, games and equipment	13.1	78,492	2.3	69,411*	2.2†
14	Cosmetics	-1.4	272,084	8.0	275,827†	8.6
15	Jewellery	6.5	36,529	1.1	34,301†	1.1†
16	Canvas products: tents, awnings, sails, etc.	7.6	17,964	0.5	16,696*	0.5
17	Greenhouse and nursery products	-3.9	235,099	6.9	244,659†	7.6
18	Orthopaedic supplies, artificial limbs, etc.	0.1	8,381	0.2	8,374†	0.3
19	Monuments and tombstones	8.1	19,613	0.6	18,147	0.6
20	Toys, games, crafts, cards	4.5	91,963	2.7	88,013*	2.7†
21	All other merchandise	1.6	393,702	11.6	387,513*	12.0†

See footnotes at end of tables.

Tableau 3

Ventes directes au Canada, par marchandises, 1990-1994²

1992		1991		1990		Marchandises	N°
Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution		
\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%		
3,059,135	100.0	2,970,517	100.0	3,148,848	100.0	TOUTES MARCHANDISES	1
406,991	13.3	403,302	13.6	459,803	14.6	Aliments et boissons	2
152,972	5.0	140,617	4.7	153,512*	4.9	Vêtements, chaussures, articles de fourrure	3
289,502	9.5	303,518	10.2	299,974	9.5	Livres et encyclopédies	4
441,391	14.4	437,906	14.7	433,935	13.8	Journaux	5
188,319*	6.2	171,244	5.8	170,993*	5.4	Revues	6
89,710*	2.9	88,209	3.0	101,378*	3.2	Produits pour l'amélioration des maisons, matériaux de construction	7
25,818	0.8	24,505	0.8	28,825*	0.9	Nettoyeurs d'usage ménager, savons, brosses, balais, etc.	8
81,560*	2.7	93,059	3.1	105,701	3.4	Couverts, articles de cuisine et ustensiles	9
29,951*	1.0	30,408	1.0	38,871*	1.2	Meubles, accessoires d'ameublement et réparation	10
135,046	4.4	131,699	4.4	186,602*	5.9	Appareils électro-ménagers	11
150,374	4.9	131,976	4.4	122,155	3.9	Bandes sonores, disques compacts et matériel audio	12
53,364	1.7	49,425	1.7	44,503*	1.4	Bandes, jeux et matériel vidéo	13
251,801	8.2	263,403	8.9	256,304	8.1	Produits de beauté	14
34,282	1.1	47,616	1.6	62,606	2.0	Bijoux	15
11,955*	0.4	20,994	0.7	23,734	0.8	Produits de toile: tentes, auvents, voiles, etc.	16
250,987*	8.2	180,725	6.1	164,252	5.2	Produits de serres et de pépinières	17
8,129*	0.3	10,106	0.3	9,221	0.3	Appareils orthopédiques, membres artificiels, etc.	18
18,403	0.6	18,193	0.6	20,609	0.7	Monuments funéraires et pierres tombales	19
83,515	2.7	77,521	2.6	84,556*	2.7	Jouets, jeux, produits de l'artisanat, cartes	20
355,065	11.6	346,091	11.7	381,314*	12.1	Toutes autres marchandises	21

Voir notes à la fin des tableaux.

Table 4**Direct Sales in Canada - Method of Sale by Commodity, 1993 and 1994**

No.	Commodities	Year Année	Total direct sales Ventes directes totales		Personal selling Ventes personnelles	
			\$'000	%	\$'000	%
1	ALL COMMODITIES	1994	3,404,710	100.0	998,210	29.3
		1993	3,222,483 ^r	100.0	821,842 ^r	28.6 ^r
2	Foods and beverages	1994	482,311	100.0	105,858	21.9
		1993	405,904	100.0	70,654	17.4
3	Clothing, shoes, fur goods	1994	192,490	100.0	141,201	73.4
		1993	166,867 ^r	100.0	122,965 ^r	73.7 ^r
4	Books and encyclopedia	1994	294,634	100.0	56,874	19.3
		1993	307,847 ^r	100.0	56,629 ^r	18.4 ^r
5	Newspapers	1994	480,915	100.0	33,195	6.9
		1993	451,339	100.0	29,751	6.6
6	Magazines	1994	198,706	100.0	x	x
		1993	206,360*	100.0	x	x
7	Home improvement products, building supplies	1994	120,586	100.0	29,014	24.1
		1993	88,985 ^r	100.0	14,259 ^r	16.0 ^r
8	Household cleaners, soaps, brushes, etc.	1994	33,618	100.0	30,609	91.0
		1993	30,908* ^r	100.0	28,038* ^r	90.7 ^r
9	Dinnerware, kitchenware and utensils	1994	88,740	100.0	79,214	89.3
		1993	96,246 ^r	100.0	82,282 ^r	85.5 ^r
10	Furniture, home furnishings and repairs	1994	31,868	100.0	5,413	17.0
		1993	22,610* ^r	100.0	x	x
11	Electrical appliances	1994	146,472	100.0	x	x
		1993	130,291*	100.0	x	x
12	Audio tapes, compact discs and equipment	1994	180,543	100.0	x	x
		1993	172,185	100.0	x	x
13	Video tapes, games and equipment	1994	78,492	100.0	x	x
		1993	69,411* ^r	100.0	x	x
14	Cosmetics	1994	272,084	100.0	235,359	86.5
		1993	275,827 ^r	100.0	243,188 ^r	88.2 ^r
15	Jewellery	1994	36,529	100.0	x	x
		1993	34,301 ^r	100.0	x	x
16	Canvas products: tents, awnings, sails, etc.	1994	17,964	100.0	x	x
		1993	16,696* ^r	100.0	x	x
17	Greenhouse and nursery products	1994	235,099	100.0	x	x
		1993	244,659 ^r	100.0	x	x
18	Orthopaedic supplies, artificial limbs, etc.	1994	8,381	100.0	x	x
		1993	8,374 ^r	100.0	x	x
19	Monuments and tombstones	1994	19,613	100.0	4,071	20.8
		1993	18,147	100.0	x	x
20	Toys, games, crafts, cards	1994	91,963	100.0	32,685	35.5
		1993	88,013* ^r	100.0	21,838 ^r	24.8 ^r
21	All other merchandise	1994	393,702	100.0	141,692	36.0
		1993	387,513* ^r	100.0	144,807	37.4 ^r

See footnotes at end of tables.

Tableau 4

Ventes directes au Canada - Par méthode de vente, par marchandises, 1993 et 1994

By mail Par la poste		Other methods ¹ Autres méthodes ¹		Year Année	Marchandises	N°
\$'000	%	\$'000	%			
1,022,238	30.0	1,384,124	40.7	1994	TOUTES MARCHANDISES	1
997,705r	31.0	1,302,798r	40.4r	1993		
9,647*	2.0	366,791	76.0	1994	Aliments et boissons	2
4,173	1.0	331,063	81.6	1993		
15,851	8.2	35,431	18.4	1994	Vêtements, chaussures, articles de fourrure	3
14,877	8.9r	29,019r	17.4r	1993		
228,518	77.6	9,228	3.1	1994	Livres et encyclopédies	4
241,467	78.4r	9,743	3.2	1993		
4,678*	9.6	401,498	83.5	1994	Journaux	5
16,146	3.6	405,396	89.8	1993		
153,139	77.1	x	x	1994	Revues	6
180,572*	87.5	x	x	1993		
12,958	10.7	78,605	65.2	1994	Produits pour l'amélioration des maisons, matériaux de construction	7
11,741	13.2r	62,977r	70.8r	1993		
x	x	x	x	1994	Nettoyeurs d'usage ménager, savons, brosses, balais, etc.	8
x	x	x	x	1993		
6,084	6.9	3,439	3.9	1994	Couverts, articles de cuisine et ustensiles	9
6,988	7.3r	6,974	7.2r	1993		
3,288	10.3	23,163	72.7	1994	Meubles, accessoires d'ameublement et réparation	10
x	x	16,682*r	73.8r	1993		
x	x	74,795	51.1	1994	Appareils électro-ménagers	11
x	x	58,060r	44.6r	1993		
x	x	x	x	1994	Bandes sonores, disques compacts et matériel audio	12
x	x	x	x	1993		
x	x	x	x	1994	Bandes, jeux et matériel vidéo	13
x	x	x	x	1993		
x	x	x	x	1994	Produits de beauté	14
x	x	x	x	1993		
5,429	14.9	x	x	1994	Bijoux	15
6,170	18.0	x	x	1993		
x	x	9,249	51.5	1994	Produits de toile: tentes, auvents, voiles, etc.	16
x	x	8,737	52.3r	1993		
x	x	190,308	80.9	1994	Produits de serre et de pépinière	17
x	x	215,330	88.0r	1993		
x	x	x	x	1994	Appareils orthopédiques, membres artificiels, etc.	18
x	x	x	x	1993		
3,109	15.9	12,430	63.4	1994	Monuments funéraires et pierres tombales	19
x	x	12,537	69.1	1993		
44,917*	48.8	14,358	15.6	1994	Jouets, jeux, produits de l'artisanat, cartes	20
52,161**	59.3r	14,010*r	15.9r	1993		
163,027	41.4	88,961	22.6	1994	Toutes autres marchandises	21
161,637*	41.7r	81,051*r	20.9r	1993		

Voir notes à la fin des tableaux.

Footnotes

- (1) Except for data on direct sales, information shown in this table was derived from published data collected by the Monthly Retail Trade Survey.
- (2) Direct sales estimates exclude the Goods and Services Tax (GST). Prior to January 1991, sales data included the federal sales tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data for 1991 and later years are not strictly comparable with those of previous years.
- (3) Other methods include:
 - (a) Home delivery: regular pre-arranged delivery of newspapers, milk and bread to private households.
 - (b) Sales from manufacturing premises, usually through showrooms or over-the-counter directly to household consumers, including plant employees. (Excludes sales through regular retail stores operated by manufacturers).
 - (c) All other methods such as roadside stands, market stalls, exhibition booths and newspaper coin boxes.

Notes

- (1) À l'exception des données sur les ventes directes, l'information présentée dans ce tableau a été dérivé des données publiées par l'enquête mensuelle du commerce de détail.
- (2) Les estimations des ventes directes excluent la taxe sur les produits et les services (TPS). Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Dû à ce changement dans les taxes indirectes, les données pour 1991 et les années suivantes ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années précédentes.
- (3) Les autres méthodes comprennent:
 - (a) Livraison à domicile: livraison régulière pré-arrangée des journaux, du lait et du pain aux ménages privés.
 - (b) Ventes aux locaux de fabrication: ordinairement dans les salles d'exposition ou au comptoir, directement aux consommateurs, incluant les employés de l'établissement. (Les ventes de fabricants par l'entremise des magasins de détail sont exclues).
 - (c) Toutes les autres méthodes telles que les boutiques au bord de la route, les emplacements au marché, les kiosques d'exposition et les boîtes à journaux payantes.

Appendix I

Scope of the Survey

This annual bulletin contains the complete results of the Survey of Direct Selling in Canada, including data for the current year and for the four previous years, on direct sales by method of sale and type of commodity.

Statistics on these "non-store" retail sales supplement the regular retail trade statistics, which are also compiled and published by the Industry Division. Together they provide as complete a coverage as possible of personal expenditure on consumer goods and services, an essential component of the National Accounts of Canada.

The tables cover only the direct sales made by specialized direct-sellers, manufacturers and some primary producers (such as green-houses and nurseries). 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. Starting in 1986, companies reporting total direct sales of less than \$100,000 were excluded from the survey.

Definitions

Direct Selling

Direct selling refers to the retail marketing of consumer goods to household consumers by other than the regular retail store outlet.

Direct Sales

Direct sales are defined as gross retail sales **less** returns, adjustments, discounts, goods and services tax and provincial sales taxes. Commissions earned from the retail sale of goods owned by others are included.

Appendice I

Champ de l'enquête

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 pour l'année courante et les quatre années précédentes selon la méthode de vente directe et le genre de marchandises.

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 de l'industrie. 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.

Les tableaux n'englobent que les ventes directes des établissements spécialisés dans la vente directe, des fabricants et de quelques producteurs primaires (tels que les exploitants de serres et de pépinières). 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. À partir de 1986, les compagnies déclarant des ventes directes totales de moins de 100 000\$, sont exclues de l'enquête.

Définitions

Vente directe

Par vente directe, on entend la vente au détail de biens de consommation aux consommateurs ménagers qui ne passent pas par des points de vente au détail habituels.

Ventes directes

On entend par ventes directes, les ventes au détail brutes **moins** les rendus, les ajustements, les rabais, la taxe sur les produits et services et les taxes de vente provinciales. Les commissions provenant de la vente au détail des marchandises d'autrui sont incluses.

Methods of Sale

For the purpose of this survey, the various types of direct transaction between buyer and seller have been classified as follows:

(a) Personal selling:

This method involves the personal demonstration of a product to the consumer by the vendor, through individual canvassing or group demonstrations such as house parties. The main commodities sold by this method are cosmetics, household electrical appliances and kitchenware.

(b) Mail order sales:

This method refers to purchases made through the mail, by subscription or by telephone order. Catalogue sales by department stores are excluded.

(c) Other methods of sale:

This group includes any other method of direct sales not specified above, including:

(i) home delivery: regular pre-arranged delivery of newspapers, milk and bread, to private households.

(ii) sales from manufacturing premises, usually through showrooms or over-the-counter to household consumers, including plant employees. Sales by manufacturers through regular retail stores are excluded.

(iii) any other method of direct sales such as exhibitions, fairs, booths in shopping centres, market stalls, newspaper coin boxes, etc.

Méthodes de vente

Pour les fins de cette enquête, les différentes transactions directes entre un acheteur et un vendeur ont été classées comme suit:

(a) Ventes personnelles:

Cette méthode comprend la démonstration d'une marchandise au consommateur par le vendeur, par l'entremise de démarchage, par démonstration à domicile, etc. Les marchandises principalement vendues par cette méthode sont les cosmétiques, les appareils électroménagers et les articles de cuisine.

(b) Ventes par la poste:

Cette méthode se rapporte aux achats par la poste, par abonnement ou par des commandes téléphoniques. Les ventes par catalogue offertes par les grands magasins sont exclues.

(c) Autres méthodes de vente:

Ce groupe comprend toutes les autres méthodes de vente directes non précisées ci-dessus, dont:

(i) la livraison à domicile: livraison régulière pré-arrangée à domicile des journaux, du lait et du pain aux ménages privés.

(ii) les ventes effectuées aux locaux de fabrication par les fabricants aux consommateurs ménagers, y compris les employés de l'établissement, ordinairement dans les salles d'exposition ou au comptoir. Les ventes du fabricant par l'entremise des magasins de détail sont exclues.

(iii) les autres méthodes de ventes directes telles que les expositions, les foires, les kiosques dans les centres d'achats, les emplacements au marché, les boîtes à journaux payantes, etc.

Appendix II

Data Quality and Methodology

Methodology

The results of the survey on Direct Selling in Canada are derived from a census of direct selling organizations and certain manufacturing establishments which sell a significant proportion of their products directly to household consumers. Only establishments reporting total direct sales of \$100,000 or more are included in this survey. The universe for this survey is updated periodically from the Census of Manufactures and with information provided by several associations involved in direct marketing. Direct sales for the category "greenhouse and nursery products" are principally derived from data published by the Agriculture Division of Statistics Canada.

Reporting Period

Respondents to the survey were asked to report for their fiscal year 1994-95.

Data Collection

Data collection, data capture, preliminary edit and follow-up of non-respondents are all performed in Statistics Canada's national office. Companies are contacted either by mail or telephone. Data capture and preliminary editing are performed simultaneously to ensure the validity of the data. Collection entities from which no response has been received or whose data may contain errors are followed up immediately.

Statistical Edit and Imputation

Data is analyzed within each commodity group. Extreme values are listed for manual inspections in an order of priority determined by the magnitude of the deviation from average behaviour.

Non-responding firms and incomplete questionnaires are estimated using a growth rate derived from the monthly retail trade survey.

Appendice II

Qualité des données et méthodologie

Méthodologie

Les résultats de l'enquête sur la vente directe au Canada sont tirés d'un univers d'entreprises s'occupant de la vente directe et certains établissements manufacturiers qui vendent une partie appréciable de leurs produits, directement aux consommateurs ménagers. Seules les établissements dont les ventes directes totalisent \$100,000 et plus sont inclus dans cette enquête. Les mises à jour de l'univers, lesquelles sont effectuées périodiquement, s'appuient sur le recensement des manufactures ainsi que sur l'information reçus de diverses associations spécialisées dans le domaine de la vente directe. Les ventes directes de la catégorie "produits de serre et de pépinière" sont calculées principalement à partir des données publiées par la Division de l'agriculture de Statistique Canada.

Période de déclaration

On a demandé aux répondants de cette enquête de déclarer pour l'année fiscale 1994-95.

Collecte de données

La collecte des données, la saisie des données, la vérification préliminaire et le suivi des non-répondants sont accomplis par le bureau national de Statistique Canada. On communique avec les entreprises par la poste ou par téléphone. La saisie des données et la vérification préliminaire sont effectuées en même temps afin de garantir la validité des données. On fait immédiatement le suivi pour les entités de collecte qui n'ont pas répondu ou pour celles dont les données contiennent des erreurs.

Vérification statistique et imputation

Les données sont analysées à l'intérieur de chaque groupe de marchandise. Les valeurs extrêmes sont inscrites sur une liste, pour qu'on puisse en faire un contrôle manuel, suivant un ordre de priorité en fonction de l'ampleur de l'écart par rapport à la moyenne.

On utilise un taux de croissance tiré de l'enquête mensuelle sur le commerce de détail pour estimer les enregistrements des entreprises n'ayant pas répondu à temps ou dont les données sont incomplètes.

Appendix III

Data Reliability

Non-Sampling Errors

This survey is a census of all direct sellers and therefore the survey estimates contain no sampling errors. However, the estimates in this publication are subject to non-sampling errors which can be attributed to one or more of the following sources:

Coverage error. This error may 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 questions, 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, 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.

Appendice III

Fiabilité des données

Erreurs non liées à l'échantillonnage

Puisque l'enquête annuelle des ventes directes au Canada est un recensement exhaustif de la population observée, il n'y a aucun risque d'y déceler des erreurs d'échantillonnage. Toutefois, cette procédure n'exclut pas les erreurs non-dûes à l'échantillonnage qui sont causées par un ou plusieurs facteurs parmi les suivants:

Le champ. 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 des questions, à l'incapacité ou au refus du répondant 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 répondants 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 qu'il augmente le taux de non-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, la saisies des données, la vérification, la totalisation, etc.

Il est difficile de mesurer les erreurs non-dûes 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 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 retail trade 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. Then, in the publication itself, the information is withheld on this designated cell by entering an "X" in the appropriate boxes.

Another way of preserving data confidentiality without having to enter an "X" is to combine (consolidate) the information for selected commodities. The data in question can then simply be aggregated and published in a confidential form.

The rigorous application of these rules preserves the confidentiality of the information and ultimately has little effect on the dissemination of the survey results.

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 dernière¹. 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 de détail 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. Par la suite l'information concernant ces cellules est dissimulée en inscrivant un "X" aux différents postes visés dans la publication.

Un autre façon de préserver le caractère confidentiel de l'information sans pour autant avoir à mettre un "X", consiste à grouper (consolider) les données pour certaines marchandises. Il suffit alors d'agrégner les données visées et de les présenter sous une forme moins détaillée mais qui respecte la consigne de confidentialité.

Ainsi, par l'application rigoureuse de ces règles, le caractère privé de l'information est préservé et n'affecte que très marginalement en fin de compte la diffusion des résultats de l'enquête.

¹ See Section 17 of the Statistics Act (Chapter S19), entitled "Secrecy".

¹ Voir l'article 17, intitulé "Secret", du chapitre S19 de la Loi sur le statistique.

S E R V I C E S I N D I C A T O R S

For and About Businesses Serving the Business of Canada...

At last, current data and expert analysis on this VITAL sector in one publication!

The services sector now dominates the industrial economies of the world. Telecommunications, banking, advertising, computers, real estate, engineering and insurance represent an eclectic range of services on which all other economic sectors rely.

Despite their critical economic role, however, it has been hard to find out what's happening in these industries. Extensive and time-consuming efforts have, at best, provided a collection of diverse bits and pieces of information ... an incomplete basis for informed understanding and effective action.

Now, instead of this fragmented picture, *Services Indicators* brings you a cohesive whole. An innovative quarterly from Statistics Canada, this publication **breaks new ground**, providing timely updates on performance and developments in:

■ Communications

■ Finance, Insurance and Real Estate

■ Business Services

Services Indicators brings together analytical tables, charts, graphs and commentary in a stimulating and inviting format. From a wide range of key financial indicators including profits, equity, revenues, assets and liabilities, to trends and analysis of employment, salaries and output - PLUS a probing feature article in every issue, *Services Indicators* gives you the complete picture for the first time!

Finally, anyone with a vested interest in the services economy can go to *Services Indicators* for current information on these industries ... both at-a-glance and in more detail than has ever been available before - all in one unique publication.

If your business is serving business in Canada, or if you are involved in financing, supplying, assessing or actually using these services, *Services Indicators* is a turning point - an opportunity to forge into the future armed with the most current insights and knowledge.

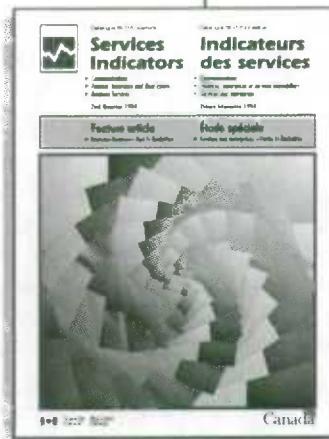
Order YOUR subscription to *Services Indicators* today!

Services Indicators (catalogue no. 63-0160XPB) is \$112 (plus 7% GST and applicable PST) in Canada, US\$135 in the United States and US\$157 in other countries.

To order, write to Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario K1A 0T6 or contact the nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication.

If more convenient, fax your order to 1-613-951-1584 or call 1-800-267-6677 toll-free in Canada and the United States [1-613-951-7277 elsewhere] and charge to your VISA or MasterCard.

Via Internet: order@statcan.ca



I N D I C A T E U R S D E S S E R V I C E S

Au sujet des entreprises au service des affaires du Canada et à leur intention...

Enfin regroupées en une publication, des données courantes et des analyses éclairées sur ce secteur ESSENTIEL!

Le secteur des services domine à l'heure actuelle les économies industrielles du monde. Les télécommunications, les opérations bancaires, la publicité, l'informatique, l'immobilier, le génie et l'assurance représentent une gamme éclectique de services sur lesquels reposent tous les autres secteurs économiques.

En dépit de leur rôle critique sur le plan économique, il est toutefois difficile de savoir ce qui se passe dans ces branches d'activité. Des efforts considérables et fastidieux ont permis, au mieux, de rassembler une collection de renseignements fragmentaires divers... qui ne favorisent pas la compréhension avisée et la prise de mesures efficaces.

Remplacez maintenant ce tableau fragmentaire par l'image cohérente que vous offre *Indicateurs des services*. Cette publication trimestrielle innovatrice de Statistique Canada pénètre dans un domaine inexploré, fournit des aperçus opportuns du rendement et des progrès dans les domaines suivants :

■ Communications

■ Finance, assurance et immobilier

■ Services aux entreprises

Indicateurs des services rassemble des tableaux analytiques, des diagrammes, des graphiques et des observations en un mode de présentation stimulant et attrayant. En puisant à même une vaste gamme d'indicateurs financiers importants, allant notamment des profits, des capitaux propres, des recettes, de l'actif et du passif aux tendances et analyses de l'emploi, des salaires et de l'extrant - à laquelle s'ajoute un article de fond exploratif dans chaque numéro, *Indicateurs des services* brossé pour la première fois un tableau complet!

Enfin, quiconque s'intéresse au secteur des services peut consulter *Indicateurs des services* pour trouver des renseignements courants sur ces branches d'activité... tant sous une forme sommaire qu'à un niveau de détail n'ayant jamais été offert - et ce, dans une même publication.

Si vous êtes de ceux qui fournissent des services aux entreprises canadiennes, ou si vous financez, fournissez ou évaluez ces services ou y avez en fait recours, *Indicateurs des services* représente un tournant - une chance de s'aventurer dans l'avenir en étant armé des réflexions et connaissances les plus actuelles.

Commandez dès aujourd'hui VOTRE abonnement à *Indicateurs des services*!

Indicateurs des services (n° 63-0160XPB au catalogue) coûte 112 \$ (plus 7 % de TPS et la TVP en vigueur) au Canada, 135 \$ US aux États-Unis et 157 \$ US dans les autres pays.

Pour commander, écrivez à Statistique Canada, Division des Opérations et de l'intégration, Direction de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6, ou communiquez avec le Centre régional de consultation de Statistique Canada le plus près (voir la liste qui figure dans la présente publication).

Si vous préférez, vous pouvez télécopier votre commande en composant le 1-613-951-1584 ou téléphoner sans frais du Canada et des États-Unis au 1-800-267-6677 [ou d'ailleurs, au 1-613-951-7277] et porter les frais à votre compte VISA ou MasterCard.

Via l'Internet: order@statcan.ca



BON DE COMMANDE

Statistique Canada

POUR COMMANDER :



COURRIER

Statistique Canada
Opérations et intégration
Gestion de la circulation
120, avenue Parkdale
Ottawa (Ontario)
Canada K1A 0T6



TÉLÉPHONE
1-800-267-6677

Faites débiter votre compte Visa ou MasterCard. De l'extérieur du Canada et des États-Unis et dans la région d'Ottawa, composez le (613) 951-7277. Veuillez ne pas envoyer de confirmation.



TÉLÉCOPIEUR
1-800-889-9734

Visa, MasterCard et bon de commande seulement. Veuillez ne pas envoyer de confirmation. Le bon télecopié tient lieu de commande originale.



INTERNET order@statcan.ca

(Veuillez écrire en caractères d'imprimerie.)

Compagnie _____

Service _____

À l'attention de _____

Fonction _____

Adresse _____

Ville _____

Province _____

Code postal _____

() ()
Téléphone Télécopieur

Titre _____

Édition demandée ou
Inscrire "A" pour les abonnements

Abonnement annuel ou
prix de la publication

Canada \$	États-Unis \$ US	Autres pays \$ US
-----------	------------------	-------------------

Quantité

Total \$

Paiement inclus \$ _____

N° du bon de commande _____

(Veuillez joindre le bon)

Signature de la personne autorisée

TOTAL

RÉDUCTION
(s'il y a lieu)

TPS (7 %)
(Clients canadiens seulement)

TVP en vigueur
(Clients canadiens seulement)

TOTAL GÉNÉRAL

PF 093238

► Veuillez noter que les prix au catalogue pour les É.-U. et les autres pays sont donnés en dollars américains.

► Les clients canadiens paient en dollars canadiens et ajoutent la TPS de 7 % et la TVP en vigueur. Les clients à l'étranger paient le montant total en dollars US tirés sur une banque américaine.

► Le chèque ou mandat-poste doit être établi à l'ordre du Receveur général du Canada.

► TPS N° R121491807

MERCI DE VOTRE COMMANDE!



Statistique
Canada

Statistics
Canada



Canada

Pick a topic... any topic

The **1994 Statistics Canada Catalogue** is your guide to the most complete collection of facts and figures on Canada's changing business, social and economic environment. No matter what you need to know, the **Catalogue** will point you in the right direction.

From the most popular topics of the day - like employment, income, trade, and education - to specific research studies - like mineral products shipped from Canadian ports and criminal victimization in urban areas - you'll find it all here.

... the 1994 Statistics Canada Catalogue will help you get your bearings...

The Catalogue puts all this information at your fingertips. With the expanded index, you can search by subject, author or title - even periodical articles are indexed. There's also a separate index for all our electronic products.

The **Catalogue** has everything you need to access all Statistics Canada's products:

- descriptions of over 25 new titles, plus succinct abstracts of the over 650 titles and 7 map series already produced;
- a complete guide to finding and using statistics;
- electronic products in a variety of media, and



advice on getting expert assistance on electronic products and on-line searches;

- tabs to each section - so you can immediately flip to the information you need.

... time and time again

To make sure that the **Catalogue** stands up to frequent use, we used a specially coated cover to prevent broken spines, tattered edges and dog-eared corners.

Order today - you'll be lost without it.

1994 Statistics Canada Catalogue

Only \$15 (plus GST and applicable PST) in Canada (US\$18 in the U.S. and US\$21 in other countries). Order Cat. no. 11-2040XPE.

Write to:

Statistics Canada
Operations and Integration
Circulation Management
120 Parkdale Avenue
Ottawa, Ontario K1A 0T6

Fax: (613) 951-1584
Call toll-free: 1-800-267-6677
Via Internet: order@statcan.ca

Or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

Choisissez un sujet... n'importe lequel

Le **Catalogue de Statistique Canada 1994** est votre guide pour la collection la plus complète de faits et de chiffres dans les domaines, en constante évolution, du commerce, de la société et de l'économie du Canada. Peu importe ce que vous voulez savoir, le **Catalogue** vous mettra sur la bonne piste.

Des sujets actuels les plus populaires - comme l'emploi, le revenu, le commerce et l'éducation - à des études de recherche spécialisées - comme les produits minéraux expédiés des ports canadiens et la victimisation dans les régions urbaines - vous trouverez tout dans ce document.

Le **Catalogue de Statistique Canada 1994** vous aidera à vous orienter...

Le **Catalogue** vous met tous ces renseignements sous la main. L'index augmenté vous permet de chercher par sujet, auteur ou titre - les articles de périodiques sont même indexés. On a aussi ajouté un index séparé pour tous nos produits électroniques.

Le **Catalogue** a tout ce qu'il vous faut pour vous procurer les produits de Statistique Canada :

- descriptions de plus de 25 nouveaux titres et courts résumés des 650 titres et plus et des 7 séries de cartes déjà disponibles;
- guide complet pour obtenir et utiliser les données statistiques;
- produits électroniques sur supports divers et conseils sur l'obtention d'aide d'experts pour

les produits électroniques et les recherches en direct;

- système d'onglets pour chaque section - pour que vous puissiez immédiatement repérer les renseignements qui vous intéressent.

... maintes et maintes fois

Pour garantir que le **Catalogue** puisse résister à une utilisation fréquente, nous avons utilisé une couverture avec un revêtement spécial conçu pour éviter les dos cassés, les bords abimés et les coins de page pliés.

Commandez aujourd'hui - vous ne pourrez plus vous en passer.

Catalogue de Statistique Canada 1994

Seulement 15 \$ (plus la TPS et la TVP en vigueur) au Canada (18 \$ US aux États-Unis et 21 \$ US dans les autres pays). Indiquez le n° au catalogue : 11-2040XPF.

Écrivez à :

Statistique Canada
Opérations et intégration
Direction de la circulation
120, avenue Parkdale
Ottawa (Ontario) K1A 0T6

Télécopieur : (613) 951-1584
Appels sans frais : 1-800-267-6677
Via l'Internet : order@statcan.ca

Ou contactez le Centre de consultation de Statistique Canada le plus proche (voir la liste figurant dans la présente publication).



Are you getting your information on the Canadian economy "first-hand"?

Chances are, you spend hours reading several newspapers and a handful of magazines trying to get the whole economic picture – only to spend even more time weeding out fiction from fact! Wouldn't it be a great deal more convenient (and much more effective) to go straight to the source?

Join the thousands of successful Canadian decision-makers who turn to Statistic Canada's *Canadian Economic Observer* for their monthly briefing. Loaded with first-hand information, collectively published nowhere else, CEO is a quick, concise and panoramic overview of the Canadian economy. Its reliability and completeness are without equal.

A single source

Consultations with our many readers – financial analysts, planners, economists and business leaders – have contributed to CEO's present, widely-acclaimed, two-part format. The **Analysis Section** includes thought-provoking commentary on current economic conditions, issues, trends and developments. The **Statistical Summary** contains the complete range of hard numbers on critical economic indicators: markets, prices, trade, demographics, unemployment and more.

More practical, straightforward and user-friendly than ever before, the *Canadian Economic Observer* gives you more than 150 pages of in-depth information in one indispensable source.

Why purchase CEO?

As a subscriber, you'll be directly connected to Statistics Canada's economic analysts – names and phone numbers are listed with articles and features. You'll also receive a copy of CEO's annual **Historical Statistical Supplement** – at no additional cost.

So why wait for others to publish Statistics Canada's data second-hand when you can have it straight from the source? Order your subscription to the *Canadian Economic Observer* today.

The *Canadian Economic Observer* (catalogue no. 10-2300XPB) is \$220 (plus GST and applicable PST) annually in Canada, US\$260 in the United States and US\$310 in other countries.

Highlights of the *Canadian Composite Leading Indicator* (catalogue no. 11F0008XFE) are available by fax – the same day of release – for \$70 annually in Canada and US\$70 in the United States.

To order, write to: Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication. If more convenient, fax your order to 1-613-951-1584 or call toll-free 1-800-267-6677 and use your VISA or MasterCard. Via Internet: order@statcan.ca



1010220153

'z-vous directement vos nations sur l'économie canadienne?

Il est probable que vous passez des heures à lire plusieurs journaux et un paquet de revues pour essayer d'avoir une vue complète de la situation économique, et ensuite passer encore plus de temps à séparer le réel de ce qui ne l'est pas. Ne serait-il pas plus pratique (et beaucoup plus efficace) de remonter directement à la source?

Joignez-vous aux milliers de décideurs canadiens gagnants qui lisent *L'Observateur économique canadien* pour leur séance de rapport mensuelle. Rempli de renseignements disponibles nulle part ailleurs, L'OEC permet d'avoir une vue générale rapide et concise de l'économie canadienne. Il est inégalé par sa fiabilité et son exhaustivité.

Une seule source

Les consultations que nous avons eues avec nos nombreux lecteurs, des analystes financiers, des planificateurs, des économistes et des chefs d'entreprise, nous ont permis de présenter L'OEC dans son format actuel en deux parties, qui a été bien accueilli. La section de l'analyse contient des commentaires qui donnent à réfléchir sur la conjoncture économique, ses problèmes, ses tendances et ses développements. L'aperçu statistique contient l'ensemble complet des chiffres réels pour les indicateurs économiques essentiels : les marchés, les prix, le commerce, la démographie, le chômage, et bien d'autres encore.

Plus pratique, plus simple, plus facile à utiliser qu'auparavant, *L'Observateur économique canadien* vous offre plus de 150 pages de renseignements poussés sous une seule couverture.

Pourquoi acheter L'OEC?

En tant qu'abonné à L'OEC, vous êtes directement relié aux analystes économiques de Statistique Canada : des noms et des numéros de téléphone sont cités dans les articles et les rubriques. Vous recevez également un exemplaire du **Supplément statistique historique annuel à titre gracieux**.

Pourquoi devez-vous donc attendre que d'autres publient les données de Statistique Canada qu'ils ont reprises alors que vous pouvez les obtenir directement à la source? Abonnez-vous à *L'Observateur économique canadien* dès aujourd'hui.

Le prix de l'abonnement annuel à *L'Observateur économique canadien* (n° 10-2300XPB au catalogue) est de 220 \$ (plus la TPS et la TVP en vigueur) au Canada, de 260 \$ US aux États-Unis et de 310 \$ US dans les autres pays. Les faits saillants de l'*Indicateur composite avancé* (n° 11F0008XFF au catalogue) sont offerts par télécopieur – le jour même de leur parution – pour 70 \$ par année au Canada et 70 \$ US aux États-Unis.

Pour commander, écrivez à : Statistique Canada, Division des Opérations et de l'intégration, Direction de la circulation, 120, av. Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6, ou adressez-vous au Centre de consultation de Statistique Canada le plus proche de chez vous et dont la liste figure dans cette publication. Si vous le préférez, vous pouvez envoyer votre commande par télécopieur au 1-613-951-1584, ou téléphoner sans frais au 1-800-267-6677 et utiliser votre carte VISA ou MasterCard. Via l'Internet: order@statcan.ca

5672900283