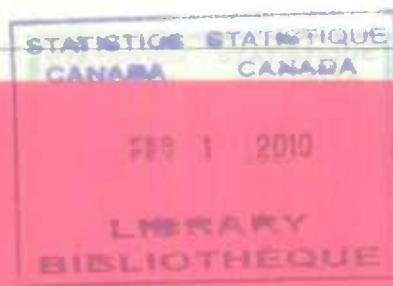


C.3

Franchising in Canada's food serving industry

1971

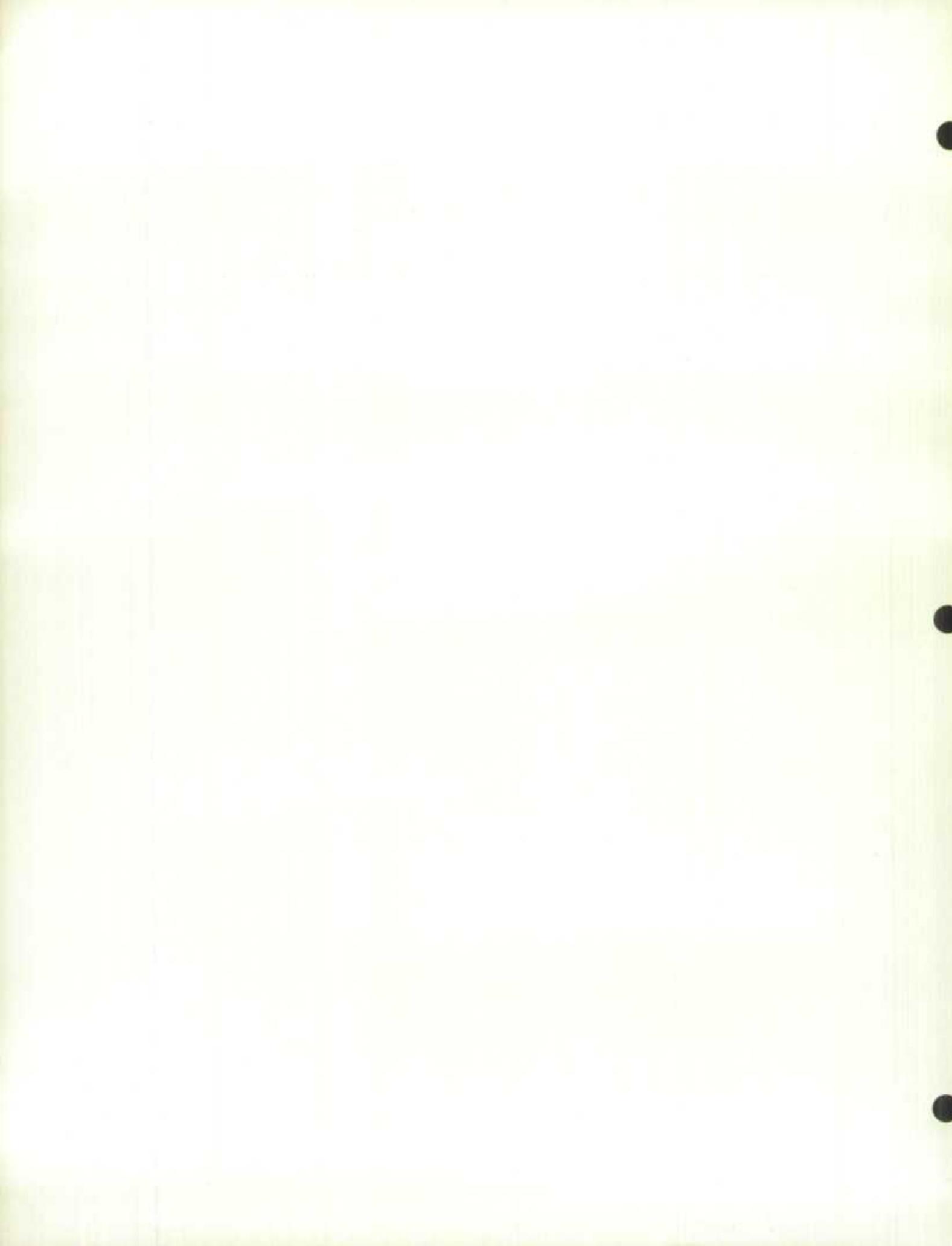


Les concessions dans le secteur canadien de la restauration

1971



Statistics Canada Statistique Canada



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

FRANCHISING IN CANADA'S FOOD SERVING INDUSTRY

LES CONCESSIONS DANS LE SECTEUR CANADIEN DE LA RESTAURATION

1971

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

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

November - 1973 - Novembre
5-3404-592

Price - Prix: 50 cents

Statistics Canada should be credited when republishing all or any part of this document
Reproduction autorisée sous réserve d'indication de la source: Statistique Canada

Information Canada
Ottawa



FRANCHISING IN
CANADA'S FOOD SERVING INDUSTRY

LES CONCESSIONS DANS LE SECTEUR
CANADIEN DE LA RESTAURATION

1971

Introduction

This report summarizes the results of a survey covering franchise operations in Canada's food serving industry for 1971. The survey was developed as a pilot program to a more extensive project being planned within the next two years encompassing the total food service industry in Canada. The objectives of the survey were:

- (a) to measure the overall impact of franchising in the food service industry in Canada;
- (b) to examine franchisor/franchisee relationships;
- (c) to ascertain the nature of facilities and services offered by franchised food service establishments;
- (d) to determine the rate of growth of franchised food service establishments;
- (e) to test questionnaire design, content and methodology for a more extensive program planned for the entire food serving industry.

The following sections describe in detail the survey definitions, questionnaire content, coverage, methodology, and results. In addition, they will discuss some of the problems encountered in collecting and evaluating the data.

Introduction

Ce bulletin est un condensé des résultats de l'enquête sur les concessions dans le secteur canadien de la restauration en 1971. Cette enquête avait pour objet de frayer la voie en tant que programme pilote à un projet de plus grande envergure devant être mis sur pied dans un délai de deux ans et englobant tout le secteur canadien de la restauration. Voici quels étaient les objectifs de l'enquête:

- (a) mesurer dans son ensemble l'importance de l'octroi de concessions dans le secteur canadien de la restauration,
- (b) étudier les rapports concessionnaire/concessionnaire,
- (c) déterminer la nature des installations et des services offerts par les établissements en concession du secteur de la restauration,
- (d) établir le taux de croissance des établissements en concession du secteur de la restauration,
- (e) faire l'épreuve de la forme, du contenu et de la méthodologie du questionnaire en vue d'un projet de plus grande envergure englobant tout le secteur de la restauration.

Le lecteur trouvera ci-après une description détaillée des définitions, de la teneur du questionnaire, du champ, des méthodes et des résultats de cette enquête. Il sera également question des problèmes qui se sont posés lors de la collecte et de l'évaluation des données.

Definitions

Franchising is a system of distribution in which one enterprise grants to another a right or privilege to merchandise a product or service. This system, or others similar to it, has been known to North American businessmen for over fifty years. As a system, it may encompass manufacturer-retailer franchisors (the automobile and oil companies), manufacturer-wholesaler franchisors (the soft drink companies), wholesaler-retailer franchisors (voluntary chains in food retailing) and the service sponsor-retailer franchisors (fast food industry).

For this study of franchising in Canada's food serving industry both the franchisor company and the franchisee were considered to be in scope. A franchisor is considered to be any enterprise which sells the rights to produce and to market a particular food product to the public under a given trade name to another company or individual(s) (franchisee). The franchisor's contribution consists of many elements such as business experience, production techniques, launching and marketing methods and managerial know-how. The franchisee, in turn, enjoys a clientele already familiar with similar establishments in which one expects to find the same "product" everywhere; however, to enjoy this advantage, the franchisee is expected to maintain high service and quality standards established by the franchisor. In addition, he is required to reimburse the franchisor by way of fees generally based upon his sales.

Coverage

The original mailing list consisted of 60 franchisor companies

Définitions

La concession est un système de distribution qui veut qu'une entreprise accorde à une autre entreprise le droit ou le privilège de faire le commerce d'un produit ou d'un service. Ce système ainsi que les systèmes assimilés, sont connus des hommes d'affaire nord-américains depuis plus de cinquante ans. De par sa nature, un tel système peut englober les concessionnaires fabricant-détaillant (sociétés automobiles et pétrolières), les concessionnaires fabricant-grossiste (les sociétés de boissons gazeuses), les concessionnaires grossiste-détaillant (chaînes volontaires de détaillants dans le secteur de l'alimentation) et les concessionnaires fournisseur de services-détaillant (industrie des casse-croûte et du prêt-à-servir).

Cette enquête sur les concessions dans le secteur canadien de la restauration s'est attachée à appréhender aussi bien les sociétés concédantes que les concessionnaires. On entend par concessionnaire toute entreprise qui vend à une (des) personne (s) morale (s) ou physique (s) (le (s) concessionnaire (s)) le droit de produire et de vendre au public sous une raison sociable donnée un produit alimentaire particulier. L'apport du concessionnaire est multiple et comprend des éléments comme l'expérience du commerce et des affaires, les techniques de production, les méthodes de lancement et de commercialisation et le savoir-faire en matière de gestion. Pour sa part, le concessionnaire bénéficie d'une clientèle familiarisée déjà avec ce type d'établissement dont la raison sociale indique à elle seule que le client pourra y trouver le "produit" vanté qu'il recherche; toutefois, pour jouir de cet avantage, le concessionnaire doit respecter les normes élevées de qualité et de service établies par le concessionnaire. Il est tenu, en outre, de rembourser le concessionnaire sous forme de droits généralement calculés en fonction de ses ventes.

Champ de l'enquête

La liste d'envoi initiale établie grâce au registre central de Statistique

developed from Statistics Canada's central register and various trade magazines and directories. Early in 1972, letters were sent to the 60 companies requesting information regarding their 1971 operations in Canada and asking that they list each business outlet operated for the year including both company-owned/operated and independent franchise operations. As a result of this letter, it was ascertained that 12 companies did not operate in Canada during 1971; another 26 companies were not considered to be true franchisor companies in that all locations were company-owned and operated and the companies indicated that they did not intend to franchise any outlets in the immediate future. A total of 22 companies remained in scope for the survey. Table 3 describes both company owned/operated and independent franchise outlets by province for the 22 companies. As shown in this table, 1,448 business outlets were reported to be operating in 1971 including some 203 locations owned and operated by the franchising company. A listing of franchisors appears as Appendix A.

Questionnaire Content

Copies of the questionnaire and instruction booklet appear as appendices. The questionnaire was designed to survey the franchisor as well as the multi-outlet and single-outlet franchisee. In completing the questionnaire, franchisor companies reporting no company-owned outlets were required to complete questions 1 to 8, 9(a), 9(b), 9(c) and 14 only, while a franchisor company with some company owned outlets was required to complete questions 1 to 14 inclusive. Multi-outlet franchisees (franchisees operating more than one outlet) were to complete questions 1 to 7, 8(a)(i) to 8(a)(iii), 8(b)(i) to 8(b)(iii), 9 to 14 inclusive. In turn, single-outlet franchisees (franchisees operating one location only) were to

Canada et à divers annuaires et revues commerciaux comprenait 60 sociétés concédantes. Au début de 1972, nous avons écrit à ces 60 concessionnaires pour obtenir des renseignements sur leurs activités au Canada en 1971; nous leur demandions également de nous fournir la liste des points de vente exploités cette même année en incluant aussi bien les établissements possédés et exploités par eux que les établissements indépendants en concession. On a ainsi pu découvrir que 12 concessionnaires n'avaient exercé aucune activité au Canada en 1971 et que 26 autres ne pouvaient être considérés comme de véritables concessionnaires étant donné que tous les points de vente dont ils étaient propriétaires étaient exploités par eux-mêmes et qu'ils ne manifestaient aucune intention de concéder des points de vente dans un proche avenir. Il restait donc pour l'enquête un total de 22 concessionnaires. Le Tableau 3 décrit dans le cas de ces 22 sociétés les points de vente tant possédés et exploités par le concessionnaire que concédés. Il montre que, selon les déclarations, 1,448 points de vente étaient exploités en 1971, dont quelque 203 possédés et exploités par le concessionnaire même. L'appendice A présente la liste des concessionnaires.

Contenu du questionnaire

Le questionnaire et la brochure explicative sont reproduits en annexe. Le questionnaire a été conçu de manière à ce que l'enquête puisse appréhender aussi bien les concessionnaires que les concessionnaires à points de vente multiples ou à point de vente unique. On demandait aux concessionnaires qui n'étaient propriétaires d'aucun point de vente de ne répondre qu'aux questions 1 à 8, 9a), 9b), 9c) et 14; par contre, les concessionnaires possédant quelques-uns des points de vente devaient répondre à toutes les questions (1 à 14). Les concessionnaires à points de vente multiples, c'est-à-dire les concessionnaires exploitant plus d'un point de vente, devaient pour leur part répondre aux questions 1 à 7, 8a)i) à 8a)iii), 8b)i) à 8b)iii) et 9 à 14 inclusivement. De leur côté, les concessionnaires à point de vente unique

report to questions 1 to 7, 8(a)(i) to 8(a)(iii), 8(b)(i) to 8(b)(iii), 9, 10 (columns 2 to 15 inclusive) and 11 to 14.

In general, the questionnaire content and design appear to have been satisfactory for the independent franchise operators; however, responses to questions 3, 5 and 9(f), in particular, were of questionable value because of considerable inconsistency. Franchisors appeared to have more difficulty in completing questions 8(a) and 8(b). These difficulties were encountered because of differences in the book-keeping practices used by franchisors as well as, to some degree, the questionnaire design. It was decided to suppress the data relating to the questions indicated above because of these deficiencies.

Survey Methodology

Questionnaires were mailed to the 22 franchisor companies and approximately 900 franchisee head offices during June and July of 1972. Non-respondents to the survey were followed up by correspondence which resulted in an over-all response rate approaching 75 %. A limited number of totally unacceptable returns were followed up by telephone in an effort to resolve large discrepancies. Upon completion of the collection phase, estimates by company were made for non-respondents and data were then accumulated to the provincial level.

The summary results of the survey are presented in the following sections of this report: the fee structure; services provided by the franchisor; services offered by the franchisee; employment, salaries and wages; sales; and selected operating expenses.

(exploitants d'un seul point de vente) devaient répondre aux questions 1 à 7, 8a)i) à 8a)iii), 8b)i) à 8b)iii), 9, 10 (colonnes 2 à 15 inclusivement) et 11 à 14.

En général, la teneur et la présentation du questionnaire ont semblé convenir aux concessionnaires; toutefois, la réponse pour ce qui est des questions 3, 5 et 9f) en particulier a été dans son ensemble fortement entachée d'incohérence. Les concessionnaires ont semblé pour leur part avoir plus de peine à répondre aux questions 8a) et 8b). Ces difficultés sont imputables aux écarts que présentent les méthodes et procédés comptables utilisés par les concessionnaires et à un degré plus ou moins élevé à la présentation même du questionnaire. Par conséquent, on a décidé de supprimer les données relatives aux questions mentionnées ci-dessus.

Méthodologie d'enquête

En juin et juillet 1972, nous avons envoyé un questionnaire aux 22 concessionnaires et aux sièges sociaux de quelque 900 entreprises concessionnaires. Les cas de non-réponse ont fait l'objet d'un suivi par lettre et nous avons finalement obtenu un taux global de réponse de près de 75 %. Un nombre restreint de déclarations tout à fait inacceptables ont donné lieu à un suivi par téléphone visant à résoudre les principales contradictions. Au terme de la phase de collecte, des estimations par société ont été établies pour les cas de non-réponse et les données ont ensuite été agrégées au niveau provincial.

Les sections suivantes de ce rapport présentent en résumé les résultats de cette enquête, à savoir les diverses méthodes de calcul du droit de concession, les services fournis par le concessionnaire, les services offerts par le concessionnaire, les effectifs et les rémunérations, les ventes et certaines dépenses d'exploitation.

Fee Structure

Question 4 of the questionnaire requested that respondents indicate the method used for calculating the franchise fee. The most frequently reported method was "a percentage of gross sales". Relatively few franchisees reported "flat annual fees" and none reported a "flat monthly fee". A number indicated that "other" means were used, such as a fee or royalty built into the purchase of supplies, i.e., sauces, mixes, boxes, spices and other food products, or the sale of the same. Combinations of the above methods were also reported. Considerable information was volunteered indicating that, in general, franchisees are charged an initial fee varying considerably between franchisors; that the franchise fee itself is between 1 to 4 % of gross sales and occasionally higher; and that advertising fees ranged from 1 to 3 % of gross sales. With few exceptions, both the franchise and advertising fees were firmly established percentages.

Services Provided by the Franchisor

Respondents were requested to indicate those services which were offered by the franchisor as part of the franchise fee (Question 5) and to indicate those services which were available but not part of the franchise fee (Question 6). Responses to these questions varied considerably even between franchisees within the same franchise group. Table 1 summarizes the results of an evaluation of the franchisee returns for the companies in scope to this survey. Consultation/inspection and centralized purchasing were services available to franchisees, as part of the franchise fee, in 21 of the 22 franchisor companies. Field supervision,

Méthodes de calcul du droit de concession

À la question 4 du questionnaire, on demandait aux enquêtés d'indiquer la méthode utilisée pour calculer le droit de concession. On a pu constater d'après les réponses que la méthode la plus couramment employée était "un pourcentage des ventes brutes". Un nombre relativement restreint de concessionnaires a fait mention d'un "droit annuel fixe" et il n'a pas été question d'un "droit mensuel fixe". Certains ont indiqué qu'ils avaient recours à une "autre" méthode de calcul; par exemple, le droit (ou la redevance) était rattaché chez certains à l'achat ou à la vente de produits auxiliaires comme les sauces, les mélanges, les épices et autres denrées alimentaires. On a également signalé diverses combinaisons des méthodes susmentionnées. Les renseignements fournis nous ont permis de conclure qu'en général les concessionnaires ont à acquitter un droit initial qui varie considérablement selon les concessionnaires, que le droit de concession même oscille entre 1 % et 4 % des ventes brutes et déborde parfois cet intervalle et enfin que les droits de publicité s'établissent entre 1 % et 3 % des ventes brutes. Dans la majorité des cas, les droits tant de concession que de publicité prenaient la forme d'un pourcentage ferme.

Services fournis par le concessionnaire

On demandait aux enquêtés d'indiquer les services offerts par le concessionnaire en contrepartie de l'acquittement du droit de concession (question 5) et ceux offerts hors droit de concession (question 6). Les réponses à ces questions ont été des plus variées et ce, parfois même quand il s'agissait de concessionnaires appartenant à un même groupe de concession. Le Tableau 1 donne un aperçu des résultats d'une évaluation des déclarations des concessionnaires. Bien entendu, il ne vise que les sociétés appréhendées par l'enquête. Il montre que les services de consultation et d'inspection et le service centralisé d'achat offerts par 21 des 22 sociétés concédantes à leurs concessionnaires ressortissaient au droit de concession.

promotional material, and field training were provided by 17 of the 22 franchisors. In completing their questionnaires, franchisees showed that advertising was part of the franchisor's service; however, with the odd exception, advertising was paid for by the franchisee, either through an advertising fee or included as part of the franchise fee. In a number of instances, promotional material was shown as an extra charge of the franchisee. Accounting services and financial assistance were shown as services available to the franchisee for an additional fee or charge.

In general, these questions were checked without comment on the part of respondents. However, there were sufficient notations to indicate a degree of dissatisfaction with some of the services provided (or to be provided) by the franchisor to the franchisee. Franchisees were most critical in their comments in the areas of field supervision, consultation/inspection and field training, and many felt that a distinct lack of such services existed.

Services and facilities offered by the franchisee

Table 2 was prepared by summarizing each positive response reported by the franchisee to question 10 of the questionnaire and presenting the data in the form of a percentage of total reporting outlets. Excluded from the table are data relating to locations licensed to sell alcoholic beverages. This item was excluded because of its relative unimportance to the franchise type of operation.

As indicated in Table 2 it was necessary for customers to enter the business premises in order to place

17 des 22 concessionnaires assuraient des services comme la surveillance sur place, la fourniture de matériel de promotion des ventes et la formation sur le terrain. D'après les réponses des concessionnaires au questionnaire, on peut voir que la publicité faisait partie des services fournis par le concessionnaire; toutefois, à quelques rares exceptions près, le concessionnaire acquittait les frais de publicité engagés par le concessionnaire soit sous forme d'un droit distinct de publicité soit à titre d'élément du droit de concession. Dans certains cas, le matériel de promotion était facturé au concessionnaire en sus des droits ordinaires. Les services de comptabilité et l'aide financière étaient offerts au concessionnaire à titre onéreux ou plus précisément contre acquittement d'un droit additionnel à ce titre.

En général, les répondants n'ont pas commenté leur réponse à ces questions. Cependant, les quelques indications fournies laissaient entrevoir que les concessionnaires étaient quelque peu mécontents de certains services fournis ou devant être fournis par le concessionnaire. Les concessionnaires portaient surtout leurs critiques dans les domaines de la surveillance sur place, de la consultation/inspection et de la formation sur le terrain et beaucoup étaient d'avis qu'il y avait là de très sérieuses lacunes.

Services et installations offerts par le concessionnaire

Pour dresser le Tableau 2, nous avons condensé chaque réponse affirmative du concessionnaire à la question 10 et présenté les données sous forme de pourcentage du nombre total de locaux pris en compte. Nous avons exclu du tableau les données sur les points de vente détenant un permis de vente de boissons alcooliques. Cet élément a été éliminé à cause de son peu d'incidence sur l'exploitation en concession comme telle.

Le Tableau 2 montre que 75 % des points de vente déclarants concentraient leur exploitation à l'intérieur de leurs

or pick up orders in 75 % of the outlets reporting; in the remaining 25 % of these outlets, customers can be served without leaving their cars. Although 31.8 % of the outlets offered indoor seating at tables, only 7.7 % offered waiter or waitress service. It should be noted that 6.0 % of the reporting locations were situated in a shopping centre.

Employment

As shown in Table 3, the 1,448 business outlets reported a total of 19,165 full and part-time employees for the last complete week of July or closest pay period in July. The equivalent figure for September was 18,244. Total salaries and wages before deductions (including overtime pay, bonuses, vacation pay and other such payments) were estimated at \$49,117,700 while employee benefits were \$1,798,400 or 3.7 % of total salaries and wages. Employee benefits included employers' contributions on behalf of employees to insurance and pension plans, welfare, workman's compensation and other such funds.

The survey produced some interesting data on the use of full time as compared with part-time employees. Full-time employees numbered 8,730 for July and dropped to 7,730 in September while part-time employees remained fairly constant from one month to the other. The practice of hiring more part-time employees appeared to be followed in both Manitoba and Saskatchewan, while in British Columbia and Ontario the practice of using more full-time employees prevailed. This could be the result of the types of operations concentrated in these provinces, as well as the differences in weather conditions.

locaux, c'est-à-dire que le client devait pénétrer dans l'établissement pour passer une commande ou en prendre livraison; dans le cas des autres 25 %, les clients pouvaient être servis sans quitter leur voiture. D'autre part 31.8 % des points de vente offraient tables et chaises à l'intérieur, mais 7.7 % seulement avaient à leur service un garçon ou une serveuse. Il est à noter enfin que 6.0 % des points de vente déclarants étaient situés dans un centre commercial.

Emploi

Comme l'indique le Tableau 3, les 1,448 locaux commerciaux ont déclaré un total de 19,165 employés à temps plein ou à temps partiel pour la dernière semaine complète de juillet ou la période de paye la plus rapprochée dans ce même mois. Ce chiffre était de 18,244 en septembre. Les rémunérations totales (y compris les heures supplémentaires, les primes et gratifications, la rémunération pour vacances et congés payés et les autres sommes versées) ont été estimées à \$49,117,700, tandis que les avantages sociaux des employés ont coûté à l'employeur \$1,798,400, soit 3.7 % des rémunérations totales. Les avantages sociaux comprenaient les contributions de l'employeur aux caisses de pensions et d'assurance-chômage, aux régimes de bien-être social, à la caisse publique des accidents du travail etc.

L'enquête a fourni des données comparatives intéressantes sur l'emploi à plein temps et l'emploi à temps partiel. De 8,730 en juillet, le nombre d'employés à plein temps est passé à 7,730 en septembre alors que d'un mois à l'autre le nombre d'employés à temps partiel demeurait à peu près stationnaire. On embauchait davantage d'employés à temps partiel au Manitoba et en Saskatchewan; par contre en Colombie-Britannique et en Ontario on avait davantage recours à des employés à plein temps. Ceci est peut-être dû aux types d'exploitation concentrés dans ces provinces ou encore aux différences climatiques.

As indicated above, employee benefits amounted to 3.7 % of gross salaries and wages for Canada. Among the provinces, this figure ranged from 3.4 % in Quebec to 4.0 % in Alberta. The rate was 4.6 % for the grouping "Other provinces and territories".

Total Net Sales, Cost of Sales and Salaries and Wages

As indicated in Table 4, the 1,448 outlets in scope to the survey reported total net sales (including sales of food, non-alcoholic beverages, alcoholic beverages and all other merchandise purchased for re-sale) of \$203,483,400 for 1971. Net sales of outlets located in Ontario amounted to \$92,325,900 or approximately 45 % of total net sales in Canada. Net sales of all outlets represented about 16 % of Canada's total estimated restaurant sales.*

Data on cost of sales were requested for each outlet and were to include the cost of food, non-alcoholic beverages, alcoholic beverages and all other merchandise purchased for re-sale. Paper supplies (i.e. boxes, wrappers, cups, etc.) were included by many respondents as part of the cost of goods sold when such costs could not be reported as a separate item as requested. The cost of sales was estimated at 40.9 % of total net sales for the nation as a whole, varying from 37.9 % in Manitoba to 45.4 % in New Brunswick.

Salaries and wages paid to employees (excluding withdrawals of proprietors from unincorporated companies) amounted to \$49,117,700 or 24.1 % of total net sales at the Canada level. By province, this figure ranged from 21.7 % in Quebec to 28.1 % in Saskatchewan. Salaries and wages were reported at 16.9 %

Comme nous l'avons mentionné ci-dessus, les avantages sociaux des employés se sont élevés à 3.7 % des rémunérations brutes pour le Canada. Les pourcentages provinciaux ont varié entre 3.4 % (Québec) et 4.0 % (Alberta). Le pourcentage a été de 4.6 % pour le groupe "autres provinces et territoires".

Ventes nettes totales, coût des ventes, salaires et traitements

Comme l'indique le Tableau 4, les 1,448 points de vente visés par l'enquête ont déclaré des ventes nettes totales en 1971 de \$203,483,400 (ventes d'aliments, de boissons non alcooliques et alcooliques et de tout autre produit acheté pour la revente). Les ventes nettes totales de locaux commerciaux situés en Ontario se sont chiffrées à \$92,325,900, soit environ 45 % des ventes nettes totales au Canada. Les ventes nettes de tous les points de vente représentaient environ 16 % des recettes estimatives totales du secteur de la restauration au Canada.*

Des données sur le coût des ventes ont été demandées pour chaque point de vente. L'enquête devait prendre en compte le coût des aliments, des boissons non alcooliques et alcooliques et de tout autre produit acheté pour la revente. De nombreux déclarants ont cru bon d'inclure le prix des fournitures en papier et carton (boîtes, emballages, tasses, etc.) dans le coût des produits vendus quand ils n'ont pu l'isoler comme nous le demandions. Le coût des ventes a été estimé à 40.9 % des ventes nettes totales pour tout le pays; il a varié au niveau des provinces entre 37.9 % pour le Manitoba et 45.4 % pour le Nouveau-Brunswick.

Les rémunérations versées aux employés (sans les retraits des propriétaires des entreprises non constituées en corporation) se sont élevées à \$49,117,700, soit 24.1 % des ventes nettes totales pour le Canada. Les pourcentages provinciaux ont oscillé entre 21.7 % au Québec et 28.1 % en Saskatchewan. Le pourcentage a été de 16.9 % pour le groupe provincial

* Statistics Canada, Restaurant Statistics, 63-011, Vol. 5, No. 12, Dec. 1971.

* Statistique Canada, Statistique des restaurants, 63-011, Vol. 5, N° 12, Déc. 1971.

for the combined provinces and territories of Newfoundland, Prince Edward Island and the Yukon and Northwest Territories.

Selected Operating Expenses

Table 5 summarizes data for selected operating expenses of the 1,448 outlets for Canada and the provinces. Salaries and wages paid as a percentage of total net sales, ranged from 21.7 % in Quebec to 28.1 % in Saskatchewan. Salaries and wages paid in "Other provinces and territories" combined was 16.9 %. Employee benefits as a percentage of total net sales ranged from 0.8 % in "Other provinces and territories" to 1.1 % in Quebec.

Purchased advertising (costs) amounted to \$6,274,200 or 3.1 % of total net sales for Canada, ranging from 2.0 % in Quebec to 4.8 % in New Brunswick. Outlets in "Other provinces and territories" reported this item to be 0.6 % of their total net sales. Purchased advertising was defined as the expense incurred by the outlet owner for purchased regional or local advertising including payments to agencies, television stations, radio, newspapers, etc. In fact, respondents did on occasion indicate that they included fees paid to the franchisor in this item of the questionnaire. When sufficient information was known, the figure or an estimated portion of the figure was transferred to the item "Advertising fees paid to the franchisor". (It is likely, however, that the value of purchased advertising is considerably overstated in the accompanying table, and "advertising fees" understated to the same extent).

et territorial composé de Terre-Neuve, de l'Île-du-Prince-Édouard, du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest.

Certaines dépenses d'exploitation

Le Tableau 5 présente en résumé les données sur certaines dépenses d'exploitation des 1,448 points de vente (données pour le Canada et les provinces). Les rémunérations versées exprimées en pourcentage des ventes nettes totales ont varié entre 21.7 % au Québec et 28.1 % en Saskatchewan. Le pourcentage a été de 16.9 % pour le groupe "autres provinces et territoires". Les avantages sociaux exprimés en pourcentage des ventes nettes totales ont oscillé entre 0.8 % pour le groupe "autres provinces et territoires" et 1.1 % pour le Québec.

Les points de vente ont déboursé \$6,274,200 au titre de l'achat de services de publicité, soit 3.1 % des ventes nettes totales pour le Canada; les pourcentages provinciaux ont varié entre 2.0 % au Québec et 4.8 % au Nouveau-Brunswick. Dans le cas du groupe "autres provinces et territoires", le pourcentage a été de 0.6 % des ventes nettes totales des points de vente du groupe. On entend par achat de services de publicité les dépenses supportées par le propriétaire du point de vente au titre de l'achat d'une réclame locale ou régionale (y compris les versements aux agences, stations de télévision, postes de radio, journaux, etc.). En réalité, les déclarants ont quelquefois signalé qu'ils avaient également inscrit à ce poste du questionnaire les droits de publicité versés au concessionnaire. Chaque fois qu'on disposait de suffisamment de renseignements, on a porté le montant de ces droits (ou une estimation) sous la question 9e) "droits de publicité versés au concessionnaire". (Il est néanmoins probable que dans le tableau ci-dessous on ait de beaucoup surévalué les dépenses au titre de l'achat de services de publicité et minoré en conséquence les "droits de publicité".)

Advertising fees, as indicated above, were defined as the fees paid by franchisees to the franchisor for national, regional or local advertising. The value of such fees was reported to be \$2,022,900 or 1.0 % of total net sales for Canada. Advertising fees were lowest in Manitoba (0.5 %) and highest in Saskatchewan (1.3 %). Because of inconsistent reporting by respondents between the two advertising expense items, it is felt that advertising fees have been considerably understated. (See also preceding paragraph.)

Franchise fees paid by the franchisee to the franchisor amounted to \$4,641,600 or 2.3 % of total net sales at the Canada Level and ranged from 1.0 % in Manitoba to 3.1 % in Ontario.

Franchise fees were defined as fees paid to the franchisor for the right to use certain methods or to sell particular products under the franchisor's patent, copyright or control, but excluded fees paid to the franchisor for advertising, rent or other purchased services.

On a défini les droits de publicité susmentionnés comme des droits que le concessionnaire verse au concessionnaire pour une réclame nationale, régionale ou locale. Ces droits se sont élevés à \$2,022,900, soit 1.0 % des ventes nettes totales pour le Canada; le niveau le plus bas a été enregistré au Manitoba (0.5 %) et le niveau le plus élevé en Saskatchewan (1.3 %). Étant donné qu'un certain nombre de déclarants ont confondu "droits de publicité" et "achat de services de publicité", il est plus que probable que l'on a considérablement minoré les droits de publicité (voir à cet égard le paragraphe précédent).

Au niveau du Canada, les droits de concession ne sont chiffrés à \$4,641,600, soit 2.3 % des ventes nettes totales; les pourcentages provinciaux ont varié entre 1.0 % au Manitoba et 3.1 % en Ontario.

On entend par droits de concession les sommes que le concessionnaire verse au concessionnaire pour jouir du droit d'utiliser certaines méthodes ou de vendre certains produits sous brevet, copyright ou contrôle du concessionnaire et ce à l'exclusion des droits versés au concessionnaire pour la publicité, la location ou d'autres services achetés.

TABLE 1. Services Provided by the Franchisor to the Franchisee as Part of the Franchise Fee

TABLEAU 1. Services ressortissant au droit de concession fournis par le concesseur au concessionnaire

Service	Number of franchisors providing the service — Nombre de concesseurs fournissant ce service	(maximum 22 maximum)
Field supervision — Surveillance sur place	17	
Promotional material — Matériel de promotion des ventes	17	
Consultation/inspection — Consultation-inspection	21	
Home and office training — Formation à la maison et au bureau	6	
Field training — Formation sur le terrain	17	
Accounting services — Services de comptabilité	—	
Accounting system only — Système comptable seulement	6	
Centralized purchasing — Centralisation des achats	21	
Advertising — Publicité	—	
Financing assistance — Aide financière	—	

TABLE 2. Services and Facilities offered by the Franchisee to the Customer

TABLEAU 2. Services et installations offerts par le concessionnaire au client

Nature of service — Nature du service	Percentage — Pourcentage
TOTAL OUTLETS REPORTING — ENSEMBLE DES POINTS DE VENTE DÉCLARANTS	100.0
Indoor seating — Possibilité de s'asseoir à l'intérieur:	
At tables — À des tables	31.8
At counter — Au comptoir	4.1
Waiter/waitress service at tables — Service aux tables (garçon ou serveuse)	7.7
Customers are required to enter the premises to place or pick-up orders — Le client doit pénétrer dans l'établissement pour passer une commande ou en prendre livraison	75.0
Customers may be served without leaving their cars — Le client peut être servi sans quitter sa voiture	25.0
Means used to place or pick-up orders — Moyens utilisés pour passer une commande ou en prendre livraison:	
Electronic devices to place orders — Dispositif électronique permettant de passer les commandes	14.4
Car order pick-up wicket — Guichet où l'automobiliste prend livraison de sa commande	11.8
Car hops — Service à la voiture	22.9
Outlets offering a catering service — Points de vente offrant un service d'approvisionnement (restaurateurs — traiteurs)	10.8
Outlets situated in shopping centres — Points de vente situés dans un centre commercial	6.0
Number of parking spaces available (per outlet) — Nombre de places de stationnement disponibles (par point de vente)	20

TABLE 3. Number of Business Outlets and Paid Employees, Salaries and Wages and Employee Benefits, by Province, 1971

TABLEAU 3. Nombre de points de vente et de salariés, rémunérations et avantages sociaux, par province, 1971

Province	Outlets — Points de vente	Paid employees — Salariés				Salaries and wages — Rémunérations	Employee benefits — Avantages sociaux			
		July — Juillet		September — Septembre			Amount — Montant	% of salaries and wages — % des rémunéra- tions		
		Full time — Plein temps	Part time — Temps partiel	Full time — Plein temps	Part time — Temps partiel					
		Plein temps	Temps partiel	Plein temps	Temps partiel					
number — nombre										
						\$		%		
CANADA	1,448	8,730	10,435	7,730	10,514	49,117,700	1,798,400	3.7		
Nova Scotia — Nouvelle-Écosse	51	307	342	327	302	1,843,500	69,600	3.8		
New Brunswick — Nouveau-Brunswick ..	40	226	295	233	300	1,387,800	50,000	3.6		
Québec	202	998	844	914	819	4,844,800	165,900	3.4		
Ontario	644	3,228	4,554	2,794	4,728	21,732,100	788,600	3.6		
Manitoba	73	359	976	266	1,049	3,018,000	116,000	3.8		
Saskatchewan	72	480	600	386	578	2,840,400	104,200	3.7		
Alberta	123	949	1,064	810	956	4,846,600	192,400	4.0		
British Columbia — Colombie- Britannique	224	2,041	1,630	1,859	1,692	7,989,300	283,600	3.5		
Other Provinces and Territories(1) — Autres provinces et les Terri- toires(1)	19	142	130	141	90	615,200	28,100	4.6		

(1) Newfoundland, Prince Edward Island and the Yukon and Northwest Territories have been combined to comply with confidentiality regulations. — Conformément aux règles de confidentialité, on a réuni Terre-Neuve, l'île-du-Prince-Édouard, le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest.

TABLE 4. Total Net Sales, Cost of Sales and Salaries and Wages in Dollars and as
a Percentage of Total Net Sales, by Province, 1971

TABLEAU 4. Ventes nettes totales, coût des ventes et rémunérations en dollars et
en pourcentage des ventes nettes totales, par province, 1971

Province	Total net Sales — Ventes nettes totales		Cost of sales — Coût des ventes		Salaries and wages — Rémunérations	
	\$	%	\$	%	\$	%
CANADA	203,483,400	100.0	83,251,800	40.9	49,117,700	24.1
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	7,024,200	100.0	3,094,700	44.0	1,843,500	26.2
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	5,345,600	100.0	2,429,200	45.4	1,387,800	26.0
Québec	22,342,300	100.0	9,916,200	44.4	4,844,800	21.7
Ontario	92,325,900	100.0	38,283,500	41.5	21,732,100	23.5
Manitoba	11,973,200	100.0	4,537,100	37.9	3,018,000	25.2
Saskatchewan	10,121,200	100.0	3,992,400	38.0	2,840,400	28.1
Alberta	18,864,100	100.0	7,386,500	39.2	4,846,600	25.7
British Columbia - Colombie-Britannique ...	31,853,300	100.0	12,101,800	38.0	7,989,300	25.1
Other provinces and Territories(1) - Autres provinces et les Territoires(1)	3,633,600	100.0	1,510,400	41.6	615,200	16.9

(1) Newfoundland, Prince Edward Island and the Yukon and Northwest Territories have been combined to comply with confidentiality regulations. — Conformément aux règles de confidentialité, on a réuni Terre-Neuve, l'Île-du-Prince-Édouard, le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest.

TABLE 5. Selected Operating Expenses in Dollars and as a Percentage of Total Net Sales, by Province, 1971

TABLEAU 5. Certaines dépenses d'exploitation en dollars et en pourcentage des ventes nettes totales, par province, 1971

Province	Total net sales — Ventes nettes totales		Salaries and wages — Rémunérations		Employee Benefits — Avantages sociaux		Purchased advertising — Achat de services de publicité		Franchise fee — Droits de concession		Advertising fee — Droits de publicité	
	\$	%	\$	%	\$	%	\$	%	\$	%	\$	%
CANADA	203,483,400	100.0	49,117,700	24.1	1,798,400	0.9	6,274,200	3.1	4,641,600	2.3	2,022,900	1.0
Nova Scotia — Nouvelle-Écosse	7,024,200	100.0	1,843,500	26.2	69,600	1.0	266,200	3.8	106,800	1.5	87,100	1.2
New Brunswick — Nouveau-Brunswick	5,345,600	100.0	1,387,800	26.0	50,000	0.9	254,600	4.8	106,600	2.0	57,300	1.1
Québec	22,342,300	100.0	4,844,800	21.7	165,900	1.1	451,300	2.0	621,000	2.8	221,900	1.0
Ontario	92,325,900	100.0	21,732,100	23.5	788,600	1.0	3,031,100	3.3	2,845,400	3.1	1,051,100	1.1
Manitoba	11,973,200	100.0	3,018,000	25.2	116,000	1.0	436,800	3.6	120,700	1.0	55,300	0.5
Saskatchewan	10,121,200	100.0	2,840,400	28.1	104,200	1.0	300,900	3.0	147,400	1.5	131,300	1.3
Alberta	18,864,100	100.0	4,846,600	25.7	192,400	1.0	600,800	3.2	230,000	1.3	152,100	1.0
British Columbia — Colombie-Britannique	31,853,300	100.0	7,989,300	25.1	283,600	1.0	912,500	2.9	408,300	1.3	238,800	1.0
Other provinces and Territories(1) — Autres provinces et les Territoires(1)	3,633,600	100.0	615,200	16.9	28,100	0.8	20,000	0.6	55,400	1.5	28,000	0.8

(1) Newfoundland, Prince Edward Island, the Yukon and Northwest Territories have been combined to comply with the confidentiality regulations. — Conformément aux règles de confidentialité, on a réuni Terre-Neuve, l'Île-du-Prince-Édouard, le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest.

APPENDIX A

—
APPENDICE A

List of Franchise Enterprises
in Scope to this Survey

—
Liste des entreprises de concession
visées par cette enquête

1. A & W Food Services of Canada
2. Boston Pizza Spaghetti House Ltd.
3. Chappies Fish & Chips Enterprises Ltd.
4. Cicero's Pizzeria
5. Chicken Delight of Canada Ltd.
6. Colonel Sander Kentucky Fried Chicken Ltd.
7. Country Style Donuts Ltd.
8. Dairy Belle-Sweden Freezer Sales
9. Dairy Queen Frozen Products (Canada) Ltd.
10. Dog'n Suds
11. Dixie Lee Fried Chicken
12. Harvey's Foods Ltd.
13. H. Salt (Esq.) Fish'n Chips
14. Millionnaire Drive-Ins
15. McDonald Drive-Ins
16. Mr. Mikes Franchises
17. Mr. Donut of Canada Ltd.
18. Pizza Delight
19. Red Barn System (Canada) Ltd.
20. Smittys Pancake House
21. Spudnut Industries
22. Swiss Chicken Chalet



FRANCHISE SURVEY
(Food Serving Industry)
Merchandising and Services Division

Taken in conformity with the requirements of the Statistics Act,
Chap. 15, sc 1970-71.

Please correct any errors in name or address

GENERAL INSTRUCTIONS

1. This report should cover the operations of the business identified in the address above including any location(s) owned by this business operating in Canada. Foreign based head offices are requested to report on their operations in Canada only.
2. Questions 1 to 9 refer to your total business operation; Questions 10 to 13 relate to the business location(s) owned by this business and question 14 is certification that the data is complete and accurate to the best of your knowledge and ability.
3. This questionnaire was designed to serve different types of operations. For this reason some of the detailed items may not apply to your business. Complete all items, entering "nil" where an item does not apply; omit cents from all dollar value entries.
4. If this questionnaire has been sent to a location responsible to some other office or location at a different address: Complete Questions 1(a), 1(b), 1(c) and 14 only and return the questionnaire to Statistics Canada in the envelope provided.
5. When completing questions 7 to 10, please refer to the detailed instruction booklet.
6. This questionnaire should be completed and returned within 30 days after it has been received. If you have any difficulty in completing the questionnaire, please contact.

Chief, Service Trades Section,
Merchandising and Services Division,
Statistics Canada,
Ottawa.

1. DESCRIPTION OF BUSINESS

(a) Check the box best describing this business:

- (i) a franchise company (franchisor) which has no company owned locations.
- (ii) a franchise company (franchisor) in which all locations are company-owned.
- (iii) a franchise company (franchisor) in which some locations are company-owned (others are owned by franchisees).
- (iv) a franchisee who owns more than one franchise location.
- (v) a franchisee who owns only one franchise location.

(b) Indicate the form of organization (check (/) one only)

- (i) Individual proprietorship
- (ii) Partnership
- (iii) Incorporated company
- (iv) Other (specify) _____

(c) Is this location operating as part of a multi-location business responsible to some other office or location at a different address.

_____ Yes No

Give the name and address of the head office below. Complete Question 14 (certification) and return this questionnaire to Statistics Canada in the enclosed envelope.

Office name _____

Address _____

2. PERIOD OPERATED

(a) Report for your fiscal year (normal business year) ending at any time between April 1, 19~~70~~ and March 31, 19~~70~~.

This report covers _____ months from _____ (month) 19_____ to _____ (month) 19_____.

(b) If this report covers only a part-year operation, check (✓) the most appropriate reason listed below.

(i) New business in 19~~70~~

(ii) Seasonal

(iii) Ceased operation due to fire, demolition, etc.

(iv) Change of ownership

(v) Other (specify) _____

(c) If you check "change of ownership" above and are unable to report for the full year, complete the questionnaire for your portion of the year and give the name and address of the other owner below.

(Other owner) name	Address
--------------------	---------

3. PRODUCT LINES - In order of importance (sales volume), list up to five main product lines offered by the franchisor: (i.e. (i) chicken, (ii) hamburgers, (iii) hotdogs, (iv) soft ice cream, (v) ginger beer). List one if only one is offered. Estimate percentage of total sales derived from each product line listed.

Per-	centage
(i)	
(ii)	
(iii)	
(iv)	
(v)	

4. Indicate the method used to calculate franchise fees (royalty, advertising, etc.).

(a) flat monthly fee

(b) flat annual fee

(c) percentage of gross sales

(d) other (specify) _____

5. Indicate by check (✓) marks the services made available to the franchisee by the franchisor.

(a) field supervision

(b) promotional material

(c) consultation/inspection

(d) home and office training

(e) field training

(f) accounting services

(g) accounting system only

(h) centralized purchasing

(i) advertising

(j) financing assistance

(k) other (specify) _____

6. Of the services indicated above, list those which are not provided as part of the franchise fee.

(a) _____

(b) _____

(c) _____

(d) _____

(e) _____

	July	September
	Number 1	\$ (omit cents)
7. EMPLOYMENT – (Read instruction booklet)		
(a) Report the number of paid full and part-time employees for the last complete week of July and September <i>at the end of the closest pay period</i>		
(i) Full-time		
(ii) Part-time		
(b) Report the number of working proprietors or partners of unincorporated businesses		
8. OPERATING STATEMENT (read instruction booklet)		
(a) Net sales and receipts: Items (i) to (ix) and (x) are to be completed by both franchisors and franchisees. Items (iv) to (viii) inclusive are to be completed by franchisors only.		
(i) Sales of food and non-alcoholic beverages		
(ii) Sales of alcoholic beverages		
(iii) Sales of other merchandise purchased for resale		
(iv) Sales of supplies		
(v) Sales of equipment		
(vi) Franchise fee receipts		
(vii) Advertising fee receipts		
(viii) Other fee receipts		
(ix) All other operating receipts		
(x) Total net sales and receipts (sum of (i) to (ix))		
(b) Cost of sales – The cost of sales for the items listed below may be calculated by determining the value of inventory at the beginning of the reporting period, plus total purchases, less closing inventory (inventory should be valued at the lower of cost or market). Item (v) is to be completed by franchisors only.		
(i) Food and non-alcoholic beverages		
(ii) Alcoholic beverages		
(iii) Other merchandise purchased for resale		
(iv) Supplies		
(v) Equipment		
(vi) Total cost of sales (sum (i) to (v))		
9. OPERATING EXPENSES (Read instruction booklet):		
Report expenses relating to each of the selected items below. Items (d), (e) and (f) inclusive are to be completed by franchisees only.		
(a) Salaries and wages – report gross salaries and wages before deductions. Include vacation and holiday pay, bonuses, commissions, meal allowances and payments in kind		
(b) Employee benefits – report employer contributions to pension plans, unemployment insurance, social welfare and health plans, etc.		
(c) Purchased advertising – report expenses for purchased national, regional or local advertising		
(d) Franchise fees – report fees paid by the franchisee to the franchisor for the right to use certain methods or sell particular products under the franchisor's patent, copyright or control		
(e) Advertising fees – report fees paid by the franchisee to the franchisor for national, regional or local advertising		
(f) Other fees – report any other fees paid by the franchisee to the franchisor for services rendered, i.e., accounting, field training, etc.		

10. Complete this question for each location owned by this business (Read instruction Booklet)

10. Complete this question for each location owned by this business (Read instruction Booklet)

11. For the location(s) having a check mark (✓) in column 3 of question 10. Indicate the reason why the location(s) operated less than 12 months during 1970.

12. For business locations purchased in 1970 (as indicated in question 11) give the name and complete address of the other owner below.

(a) Name	Address
(b) Name	Address
(c) Name	Address

13. For locations operating in shopping centres (check mark () in column 14 of question 10) give the name and address of the shopping centre.

(a) Name	Address
(b) Name	Address
(c) Name	Address

14. Certificate

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

from Name (please print)	19	to	19
Signature	Title		
Address	Telephone number (include area code)		
	Date of this report		



ENQUÊTE SUR LES CONCESSIONS

(Secteur de la restauration)

Division du commerce et des services

Déclaration exigée en vertu de la Loi sur la statistique c. 15,
SC 1970-71

Rectifiez le nom et l'adresse, s'il y a lieu

DIRECTIVES GÉNÉRALES

1. La présente déclaration concerne l'exploitation de l'entreprise dont l'adresse figure ci-dessus, ainsi que de tout local d'affaires qu'elle possède et exploite au Canada. Les sociétés dont le siège social est à l'étranger doivent faire porter leur déclaration sur leur activité au Canada seulement.
2. Les questions 1 à 9 ont trait à l'ensemble de votre activité et les questions 10 à 13 se rapportent aux locaux d'affaires que votre entreprise possède; à la rubrique 14, vous attestez que vous avez donné les renseignements de la façon la plus complète et la plus exacte possible.
3. Comme le présent questionnaire s'adresse aux commerces les plus divers, certaines rubriques détaillées ne s'appliqueront peut-être pas à votre entreprise. Remplissez toutes les rubriques; écrivez "néant" si une question est sans objet. Indiquez tous les montants en dollars seulement, sans tenir compte des cents.
4. Si le questionnaire a été envoyé à un local d'affaires qui relève d'un autre bureau ou local dont l'adresse est différente, remplissez les rubriques 1a), 1b), 1c) et 14 seulement et renvoyez le questionnaire dans l'enveloppe ci-jointe à Statistique Canada.
5. Lisez la Brochure explicative avant de répondre aux questions 7 à 10.

6. Vous devez remplir le questionnaire et le renvoyer au plus tard 30 jours après l'avoir reçu. En cas de difficulté, veuillez communiquer avec

Le chef de la Section des services,
Division du commerce et des services
Statistique Canada,
Ottawa.

1. DESCRIPTION DE L'ENTREPRISE

a) Cochez la désignation qui décrit le mieux votre entreprise:

- (i) entreprise qui accorde des concessions (concédant), mais qui ne possède pas de locaux d'affaires.
- (ii) entreprise qui accorde des concessions (concédant) et qui est propriétaire de tous ses locaux d'affaires.
- (iii) entreprise qui accorde des concessions (concédant) et qui est propriétaire de certains locaux d'affaires (les autres appartenant aux concessionnaires).
- (iv) concessionnaire, propriétaire de plus d'un local d'affaires.
- (v) concessionnaire, propriétaire d'un seul local d'affaires.

b) Forme juridique (cochez (/) une case seulement)

- (i) Propriétaire unique
- (ii) Société en nom collectif
- (iii) Société constituée en corporation
- (iv) Autre (précisez) _____

c) Ce local est-il exploité par une entreprise à locaux multiples qui relève d'un autre bureau ou local dont l'adresse est différente.

Oui Non

► Indiquez le nom et l'adresse du siège social. Remplissez la rubrique 14 (Attestation) et renvoyez le questionnaire dans l'enveloppe ci-jointe à Statistique Canada.

Nom du siège social

Adresse

2. PÉRIODE D'EXPLOITATION

a) Faites porter votre déclaration sur l'année financière (année normale d'affaires) se terminant entre le 1^{er} avril 197~~1~~ et le 31 mars 197~~1~~.

La présente déclaration vise _____ mois, soit de _____ 19 _____ à _____ 19 _____.

b) Si la déclaration porte sur une période d'exploitation inférieure à un an, cochez (/) une des cases ci-dessous:

(i) Nouveau commerce en 197~~1~~

(ii) Exploitation saisonnière

(iii) Commerce fermé pour cause d'incendie, de démolition, etc.

(iv) Changement de propriétaire

(v) Autre (précisez) _____

c) Si vous avez coché la case "Changement de propriétaire", et que vous ne soyez pas en mesure de faire porter votre déclaration sur l'année entière, répondez pour la partie de l'année qui vous concerne et indiquez le nom et l'adresse de l'autre propriétaire.

Nom de l'autre propriétaire	Adresse

3. SÉRIES DE PRODUITS: Énumérez par ordre d'importance (volume des ventes) cinq des principales séries de produits vendus par le concédant (par ex., (i) poulet, (ii) hamburgers, (iii) hotdogs, (iv) crème glacée molle, (v) bière de gingembre). N'en indiquez qu'une si l'entreprise vend un seul produit. Estimez le pourcentage des ventes totales représenté par chaque série de produits.

Pourcentage

(i) _____

(ii) _____

(iii) _____

(iv) _____

(v) _____

4. Indiquez la méthode utilisée pour calculer le droit de concession (redevances, publicité, etc.)

a) droit mensuel fixe

b) droit annuel ~~fixe~~

c) pourcentage du chiffre d'affaires

d) autre (précisez) _____

5. Indiquez par une coche (/) les services fournis au concessionnaire par le concédant:

a) surveillance sur place

b) matériel de promotion des ventes

c) consultation/inspection

d) formation à la maison et au bureau

e) formation sur le terrain

f) services de comptabilité

g) système comptable seulement

h) centralisation des achats

i) publicité

j) aide financière

k) autre (précisez) _____

6. Indiquez lesquels des services susmentionnés ne sont pas prévus dans le droit de concession.

a) _____

b) _____

c) _____

d) _____

e) _____

	Juillet	Septembre
	Nombre	
	\$ (sans les cents)	
7. EMPLOI – (voir la Brochure explicative)		
a) Indiquez le nombre de salariés à plein temps et à temps partiel pour la dernière semaine complète de juillet et de septembre 1970 ou pour la période de paye la plus rapprochée.		
(i) Plein temps		
(ii) Temps partiel		
b) Indiquez le nombre de propriétaires et d'associés actifs dans le cas des entreprises individuelles, non constituées en corporation		
8. RÉSULTATS D'EXPLOITATION (voir la Brochure explicative)		
a) Ventes et recettes nettes: Les rubriques (i) à (iii) et (ix) sont à remplir par les concédants et les concessionnaires. Les rubriques (iv) à (viii) inclusivement sont à remplir par les concédants seulement.		
(i) Ventes d'aliments et de boissons non alcooliques		
(ii) Ventes de boissons alcooliques		
(iii) Ventes d'autres marchandises achetées pour la revente		
(iv) Ventes de fournitures		
(v) Ventes de matériel		
(vi) Recettes provenant des droits de concession		
(vii) Recettes provenant des droits de publicité		
(viii) Autres recettes provenant de droits		
(ix) Autres recettes d'exploitation		
(x) Total des ventes et des recettes nettes (somme de (i) à (ix))		
b) Prix de revient: on calcule le prix de revient des marchandises énumérées ci-dessous en ajoutant à la valeur des stocks au début d'exercice la valeur de tous les achats et en soustrayant la valeur des stocks en fin d'exercice (les stocks doivent être évalués au moindre des prix coûtants ou des prix du marché). Seul le concédant doit remplir la rubrique (v).		
(i) Aliments et boissons non alcooliques		
(ii) Boissons alcooliques		
(iii) Autres marchandises achetées pour la revente		
(iv) Fournitures		
(v) Matériel		
(vi) Prix de revient total (somme de (i) à (v))		
9. DÉPENSES D'EXPLOITATION (voir la Brochure explicative):		
Indiquez les dépenses correspondant à chacune des rubriques ci-dessous. Seuls les concessionnaires doivent remplir les rubriques d), e) et f).		
a) Rémunérations: indiquez les rémunérations brutes avant toute déduction. Comptez la rémunération pour vacances et congés payés, les gratifications, les commissions, les indemnités de repas et les paiements en nature		
b) Avantages sociaux: indiquez les contributions de l'employeur aux régimes de pensions, à la caisse d'assurance-chômage, aux régimes de bien-être social et d'assurance-maladie, etc.		
c) Achats de services de publicité: indiquez les dépenses en services de publicité nationale, provinciale ou locale		
d) Droits de concession: indiquez les droits versés par les concessionnaires au concédant pour l'utilisation de certaines méthodes ou la vente de certains produits sous la licence, la marque de commerce ou le contrôle du concédant		
e) Droits de publicité: indiquez les droits versés au concédant par les concessionnaires pour la publicité nationale, provinciale ou locale		
f) Autres droits: indiquez les autres droits versés au concédant par les concessionnaires pour services rendus, par ex., comptabilité, formation sur place, etc.		

10. Répondez à cette question pour chaque local appartenant à l'entreprise (voir la Brochure explicative)

10. Répondez à cette question pour chaque local appartenant à l'entreprise (voir la Brochure explicative)

11. Pour les locaux d'affaires qui sont cochés (✓) dans la colonne 3 de la question 10, indiquez la raison pour laquelle chacun de ces locaux a été exploité moins de 12 mois en 1970.

12. Pour les locaux d'affaires achetés en 1970 (suivant la question 11), indiquez le nom et l'adresse de l'ancien propriétaire.

13. Pour les locaux d'affaires exploités dans des centres commerciaux (une coche (/) a été placée dans la colonne 14 de la question 10), indiquez le nom et l'adresse du centre commercial.

14. Attestation

Je certifie que les renseignements donnés dans la présente déclaration sont, autant que je sache, exacts et complets et visent la période

INSTRUCTION BOOKLET

Franchise Survey (Food Serving Industry)

7. EMPLOYMENT

- (a) Report the number of full and part time employees for the last complete week of July and September 1970 or the closest pay period.
 - Franchise companies (Franchisors) and multi-location companies (franchisees) must include all head office and business location personnel (question 10, section c, column 17 to 20) employed in the operation of this business regardless of the function for which they were hired, i.e., clerical, sales promotion, accountants, field supervisors, location managers, waiters, waitresses, car hops, etc.
 - Include executives of incorporated companies.
 - Exclude working proprietors of unincorporated companies.
- (b) Report working proprietors or partners of unincorporated businesses here.

8. OPERATING STATEMENT

(a) Net Sales and Receipts

- Before completing the source of revenue items ((i) to (ix)) examine the definitions below to ensure proper reporting.
- Report those items which are applicable, entering "nil" for the others.
- Include the value of goods and services withdrawn by proprietors for their own use.
- Items (iv) to (viii) inclusive are to be completed by franchisors only.
- Exclude non-operating income such as: bank interest, interest on investments, cash discounts.
- Exclude sales taxes collected by you for remittance to a government agency.

(i) Sales of food and non-alcoholic beverages

- Include the net sales of food (meals, sandwiches, french fries, ice cream, etc.) and non-alcoholic beverages of your business locations.
- Franchisors are to include foodstuffs and non-alcoholic beverages sold to business locations here.

(ii) Sales of alcoholic beverages

- Report the net sales of alcoholic beverages of your business locations.

(iii) Sales of other merchandise purchased for resale

- Include the net sales of other merchandise purchased for resale for your business locations.
- Franchise companies selling other merchandise (excluding supplies and equipment) to locations within the franchise operation are to include such sales here.
- Sales of supplies or equipment are to be reported below.

(iv) Sales of supplies

- Report the net sales of supplies (i.e. paper supplies, foil wrappers, plastic spoons, glass mugs, etc.) by the franchisor to business locations.

(v) Sales of Equipment

- Report the net sales of equipment (i.e., ovens, glassware, washing systems, warmers, etc.) by the franchisor to business locations.

(vi) Franchise fee receipts

- Report as revenue fees received by the franchisor from the franchisee for the right to use certain methods and sell particular products under the franchisor's patent, copyright or control and using a common trade name.

- Do not report revenue for advertising or other fees here.

(vii) Advertising fee receipts

- Report as revenue fees received by the franchisor from the franchisee for national, regional or local advertising.

(viii) Other fee receipts

- Report as revenue any other fees received by the franchisor for services being rendered to the franchisee, i.e., accounting, field supervision, etc.

(ix) Other operating receipts

- Report all other operating receipts not reported above which are derived from the operation of this business.
- Exclude all non-operating revenue (i.e., cash discounts, interest on investments, etc.). Non operating revenue is not to be reported on this questionnaire.

(x) Total net sales and receipts

- Ensure that the sum of (i) to (ix) on the questionnaire equals total net sales and receipts.

(b) Cost of Sales - The method for determining the cost of sales has been described on the questionnaire (opening inventory plus purchases less closing inventory). Inventory should be valued at the lower of cost or market. For what to include under each of the five items refer to the definition below.

(i) Food and non-alcoholic beverages

- Include all foodstuffs (meat, poultry, produce, syrups, etc.) for use in the preparation of meals and lunches.
- Include all non-alcoholic beverages.

(ii) Alcoholic beverages

- Include all alcoholic beverages.
- Credit this account with deposit refunds previously charged to this account.

(iii) Other merchandise purchased for resale

- Include such merchandise as cigarettes, magazines, specialty, etc.

(iv) Supplies

- Include supplies such as: foil wrappers, plastic cups, containers, spoons, etc. purchased for resale or for use in the business.

(v) **Equipment**

- This item is to be completed by Franchisors only.
- Include items such as ovens, heaters, dispensers, etc. sold to business locations operating within the franchise operations.

9. **Operating Expenses** — report expenses for only those items defined below:

(a) **Salaries and wages**

- Report gross salaries and wages before deductions for income taxes, pensions, medical insurances and other such funds.
- Include any payments forming part of the employees' earnings such as overtime pay, commissions, bonuses, vacation pay and payments in kind to the extent considered for income tax purposes.
- Do not include withdrawals of working proprietors or partners of unincorporated businesses.
- Include all payments to own employees here and exclude them elsewhere on the questionnaire.

(b) **Employee Benefits**

- Report employer's contributions to insurances, pension plans, welfare, workmen's compensation and other such funds.

(c) **Purchased advertising**

- Report the expenses incurred for purchased national, regional or local advertising.
- Include payments to agencies, television, radio, newspapers, etc.
- Exclude salaries and wages of personnel employed by this business.

(d) **Franchise fees**

- Report fees paid to the franchisor for the right to use certain methods or sell particular products under the franchisor's patent, copyright or control.
- Do not include fees for advertising or other services which must be purchased from the franchisor.

(e) **Advertising fees**

- Report fees paid by the franchisee to the franchisor for national, regional or local advertising.
- Advertising purchased directly by the franchisee should be reported in 9(c).

(f) **Other fees**

- Report other fees paid to the franchisor for services which are over and above franchise and advertising fees, i.e., field training, accounting, supervision, etc.

10. **Location statistics**

- This question is intended to collect data relating to the locations owned by this business.
- Complete one line for each location.
- If no locations are owned by this company skip to question 14, certification.
- If only one location is owned by this business complete sections A and B only.

Section A — Business location(s) and period of operation columns 2 and 3.

- Give the street address, city or town and province of each location owned by this business.
- Place a check mark (✓) for each location operating less than 12 months during 1970.

Section B — Description of facilities and services provided by each location — columns 4 to 15 inclusive.

- Columns 4 to 14 require a check mark (✓) entry for the facilities and services provided by each location.
- Column 15 requires a number entry for the number of cars that can be accommodated.

Note: If this business owns only one location do not complete sections C, D, or E. Please skip to question 11.

Section C — Employment and Salaries and Wages — columns 16 to 21.

- In column 16 enter the number of working proprietors or partners for each location owned by this business.
- In columns 17 to 20, for locations owned by this business enter the number of paid full and part time workers for the last complete week of July and September or closest pay period. Include managers, cooks, waiters, waitresses, car hops, etc.
- In column 21 report gross salaries and wages before deductions for income taxes, pensions, medical insurances and other such funds. Include any payments forming part of the employees earnings such as overtime pay, commissions, bonuses, holiday and vacation pay and payments in kind to the extent considered for income tax purposes. Do not include withdrawals of working proprietors or partners of unincorporated businesses.

Section D — Total sales — column 22

- Report the total net sales of food and non-alcoholic beverages, alcoholic beverages and all other merchandise purchased for resale.

Section E — Cost of goods sold

- Report the total cost of goods sold for each location.
- Include the cost of food and non-alcoholic beverages, alcoholic beverages, and all other merchandise purchased for resale.

The cost of goods sold may be determined by the value of inventory at the beginning of the period, plus total purchases less closing inventory. Inventory should be valued at lower of cost or market.

COMPLETE QUESTION 11 TO 14 UPON COMPLETION OF SECTION E.

BROCHURE EXPLICATIVE

Enquête sur les concessions (secteur de la restauration)

7. EMPLOI

- a) Indiquez le nombre de salariés à plein temps et à temps partiel pour la dernière semaine complète de juillet et de septembre 1970 ou pour la période de juillet la plus rapprochée.
- Les entreprises qui accordent des concessions (concédants) et les entreprises à locaux multiples (concessionnaires) doivent prendre en compte tout le personnel du siège social et des locaux d'affaires (question 10, section c, colonnes 17 à 20) qui s'occupent de l'exploitation de l'entreprise, quelle que soient leurs fonctions, par ex., commis de bureau, promoteurs des ventes, comptables, surveillants sur place, gérants de locaux, garçons, serveuses, etc.
- Comptez les employés de direction des sociétés constituées en corporation.
- Ne comptez pas les propriétaires actifs des entreprises individuelles, non constituées en corporation.
- b) Comptez ici les propriétaires ou associés actifs des entreprises individuelles, non constituées en corporation.

II. RÉSULTATS D'EXPLOITATION

a) Ventes et recettes nettes

- a) Avant de remplir les postes (i) à (ix) sur la provenance des recettes, lisez attentivement les explications ci-après.
- Remplissez les rubriques qui s'appliquent à votre entreprise et écrivez "néant" pour les autres.
- Comptez la valeur des biens et des services que les propriétaires retirent pour leur propre usage.
- Seuls les concédants rempliront les postes (iv) à (viii) inclusivement.
- Ne comptez pas le revenu hors exploitation comme l'intérêt sur dépôts bancaires, l'intérêt de placements, les escomptes de caisse.
- Ne comptez pas les taxes de vente perçues pour le compte d'un pouvoir public.

- (i) Ventes d'aliments et de boissons non alcooliques
 - Indiquez les ventes nettes d'aliments (repas, sandwiches, frites, crème glacée, etc.) et de boissons non alcooliques de vos locaux d'affaires.
 - Les concédants doivent compter ici les aliments et les boissons non alcooliques vendus aux concessionnaires.

(ii) Ventes de boissons alcooliques

- Indiquez les ventes nettes de boissons alcooliques de vos locaux d'affaires.

(iii) Ventes d'autres marchandises achetées pour la revente

- Indiquez les ventes nettes d'autres marchandises achetées pour vos locaux d'affaires et destinées à la revente.
- Les concédants qui vendent d'autres marchandises (sauf des fournitures et du matériel) à leurs concessionnaires doivent indiquer ces ventes ici.
- Les ventes de fournitures et de matériel seront prises en compte aux rubriques suivantes.

(iv) Ventes de fournitures

- Indiquez les ventes nettes de fournitures (par ex., papeterie, feuilles d'emballage métalliques, cuillères en plastique, chopes de verre, etc.) faites par le concédant aux concessionnaires.

(v) Ventes de matériel

- Indiquez les ventes nettes de matériel (par ex., fours, verrerie, appareils de lavage, réchauds, etc.) faites par le concédant aux concessionnaires.

(vi) Recettes provenant des droits de concession

- Comptez comme recettes les droits payés au concédant par les concessionnaires pour l'utilisation de certaines méthodes et la vente de certains produits sous la licence, la marque de commerce ou le contrôle du concédant et sous la même raison sociale.
- Ne comptez pas ici les recettes provenant des droits versés pour la publicité ou d'autres droits.

(vii) Recettes provenant des droits de publicité

- Comptez comme recettes les droits payés au concédant par le concessionnaire pour la publicité nationale, provinciale ou locale.

(viii) Autres recettes provenant de droits

- Comptez comme recettes les autres droits reçus par le concédant pour services rendus aux concessionnaires, par ex., comptabilité, surveillance sur place, etc.

(ix) Autres recettes d'exploitation

- Indiquez toutes les autres recettes d'exploitation provenant de l'exploitation de l'entreprise.
- Ne tenez pas compte des recettes hors exploitation (par ex., escomptes de caisse, intérêt de placements, etc.). Il n'est pas question des recettes hors exploitation dans le questionnaire.

(x) Total des ventes et des recettes nettes

- Assurez-vous que la somme de (i) à (ix) correspond au total des ventes et des recettes nettes.

- b) Prix de revient: La façon de déterminer le prix de revient est expliquée dans le questionnaire (stocks au début d'exercice plus achats moins stocks en fin d'exercice). Les stocks doivent être évalués au moindre des prix coûtants ou des prix du marché. Pour savoir quoi prendre en compte dans les cinq postes ci-après lisez les explications suivantes.

(i) Aliments et boissons non alcooliques

- Comptez tous les produits alimentaires (vianie, volaille, légumes, sirops, etc.) utilisés dans la préparation de repas et de casse-croûte.
- Comptez toutes les boissons non alcooliques.

(ii) **Boissons alcooliques**

- Comptez toutes les boissons alcooliques.
- Prenez en compte ici les remboursements de dépôts déjà imputés sur ce compte.

(iii) **Autres marchandises achetées pour la revente**

- Comptez les marchandises telles que les cigarettes, les revues, les spécialités, etc.

(iv) **Fournitures**

- Comptez les fournitures, telles que les feuilles d'emballage métalliques, les verres en plastique, les contenants, les cuillères, etc., achetés pour la revente ou devant être utilisés par l'entreprise.

(v) **Matériel**

- Seuls les concédants doivent remplir cette rubrique.
- Indiquez les appareils tels que les fours, les réchauds, les distributeurs, etc. vendus aux locaux d'affaires exploités sous le régime de concession.

9. **Dépenses d'exploitation:** Indiquez les dépenses qui se rapportent aux postes ci-après seulement.

a) **Rémunerations**

- Indiquez les rémunérations brutes avant les déductions de l'impôt sur le revenu et des cotisations des employés aux caisses de retraite, aux régimes d'assurance-maladie et à d'autres caisses semblables.
- Indiquez tous les montants faisant partie des gains des employés, comme la rémunération des heures supplémentaires, les commissions, les gratifications, les paiements pour congés et les paiements en nature considérés comme tels aux fins de l'impôt sur le revenu.
- Ne comptez pas les retraits des propriétaires ou des associés actifs d'entreprises individuelles, non constituées en corporation.
- Indiquez ici tous les montants versés à vos salariés et ne les indiquez nulle part ailleurs dans le questionnaire.

b) **Avantages sociaux des employés**

- Indiquez les contributions de l'employeur aux caisses d'assurance-maladie, aux régimes de pensions, aux caisses de bien-être social, d'indemnisation des accidents du travail et à d'autres caisses semblables.

c) **Achats de services de publicité**

- Indiquez les dépenses en services de publicité nationale, provinciale ou locale.
- Comptez les montants payés aux agences, aux stations de télévision, de radio, aux journaux, etc.
- Ne comptez pas les rémunérations des salariés de votre entreprise.

d) **Droits de concession**

- Indiquez les droits payés au concédant par les concessionnaires pour l'utilisation de certaines méthodes ou la vente de certains produits sous la licence, la marque de commerce ou le contrôle du concédant.
- Ne comptez pas les droits de publicité ou d'autres services que le concessionnaire doit acheter au concédant.

e) **Droits de publicité**

- Indiquez les droits versés au concédant par les concessionnaires pour la publicité nationale, provinciale ou locale.
- La publicité achetée directement par le concessionnaire doit figurer en 9 c).

f) **Autres droits**

- Indiquez les autres droits payés au concédant pour les services, en sus et en plus des droits de concession et de publicité, par ex., formation sur le terrain, comptabilité, surveillance, etc.

10. **Statistique des locaux d'affaires**

- Cette question vise à recueillir des données sur les locaux d'affaires appartenant à l'entreprise.
- Remplissez une ligne pour chaque local d'affaires.
- Si votre entreprise ne possède aucun local d'affaires, passez à la question 14 (Attestation).
- Si votre entreprise ne possède qu'un seul local d'affaires, remplissez les Sections A et B seulement.

Section A: Locaux d'affaires et période d'exploitation, colonnes 2 et 3:

- Indiquez l'adresse, la ville et la province de chaque local d'affaires appartenant à l'entreprise.
- Cochez (✓) chaque local d'affaires qui a été exploité moins de 12 mois en 1970.

Section B: Description des installations et des services de chaque local d'affaires-colonnes 4 à 15 inclusivement.

- Parmi les colonnes 4 à 14, cochez (✓) celles qui s'appliquent aux installations et aux services de l'entreprise.
- Indiquez dans la colonne 15 le nombre de voitures qui peuvent stationner.

Note: Si l'entreprise ne possède qu'un seul local d'affaires, sautez les Sections C, D et E et passez à la question 11.

Section C: Emploi et rémunérations – colonnes 16 à 21

- Indiquez dans la colonne 16 le nombre de propriétaires ou d'associés actifs pour chaque local d'affaires que possède l'entreprise.
- Pour les locaux d'affaires que possède l'entreprise, indiquez dans les colonnes 17 à 20 le nombre de travailleurs à plein temps et à temps partiel rémunérés pour la dernière semaine complète de juillet et de septembre ou pour la période de paye la plus rapprochée. Comptez les gérants, les cuisiniers, les garçons, les serveuses, etc.
- Dans la colonne 21, indiquez les rémunérations brutes avant déduction de l'impôt sur le revenu et des cotisations des employés aux régimes de pensions, aux caisses d'assurance-maladie et à d'autres caisses semblables. Comptez les paiements faisant partie des gains des employés comme, par exemple, la rémunération des heures supplémentaires, les commissions, les gratifications, les paiements pour congés et les paiements en nature considérés comme tels aux fins de l'impôt sur le revenu. Ne comptez pas les retraits des propriétaires ou associés actifs d'entreprises individuelles, non constituées en corporation.

Section D: Total des ventes – colonne 22

- Indiquez le montant total des ventes nettes d'aliments et de boissons non alcooliques, de boissons alcooliques et de toutes les autres marchandises achetées pour la vente.

Section E: Prix de revient

- Indiquez le prix de revient total des marchandises vendues par chaque local d'affaires.

• Comptez le prix de revient des aliments, des boissons non alcooliques, des boissons alcooliques et de toutes les autres marchandises achetées pour la vente.

Le prix de revient équivaut à la valeur des stocks en début d'exercice plus le montant total des achats moins la valeur des stocks en fin d'exercice. Les stocks doivent être évalués au moindre des prix coutants ou des prix du marché.

APRÈS LA SECTION E, PASSEZ AUX QUESTIONS 11 À 14



STATISTICS CANADA LIBRARY
BIBLIOTHÈQUE STATISTIQUE CANADA



1010470830

6.3

