

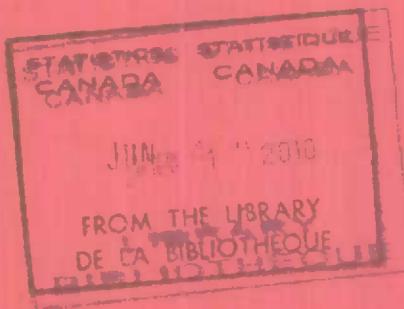
C.3

Franchising in Canada's food serving industry

1973

Les concessions dans le secteur canadien de la restauration

1973



1000

1000

1000

1000

1000

1000

1000

1000

1000

1000

1000

1000

1000

1000

1000

1000

1000

1000

1000

1000

1000

1000

1000

1000

1000

1000

1000

1000

1000

1000

1000

1000

1000

1000

1000

1000

1000

1000

1000

1000

1000

1000

1000

1000

1000

1000

1000

1000

1000

1000

1000

1000

1000

1000

1000

1000

1000

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

1973

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

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

May - 1975 • Mai
5-3404-592

Price—Prix: 20 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

SYMBOLS

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

... figures not available.

... figures not appropriate or not applicable.

- nil or zero.

-- amount too small to be expressed.

P preliminary figures.

r revised figures.

x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

SIGNES CONVENTIONNELS

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans les publications de Statistique Canada:

... nombres indisponibles.

... n'ayant pas lieu de figurer.

- néant ou zéro.

-- nombres infimes.

P nombres provisoires.

r nombres rectifiés.

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

TABLE OF CONTENTS

	Page
Introduction	5
 <u>SECTION I</u> 	
Definitions	5
Coverage	6
Questionnaire Content and Design	6
Survey Methodology	7

SECTION II

Summary Statistics	8
--------------------------	---

Table

1. Principal Statistics for Franchise Associated Food Serving Outlets, by Province, 1973	12
2. Sales by Product Lines shown as a Percentage of Total Gross Sales of Food, Non-alcoholic and Alcoholic Beverages, and Other Merchandise Purchased for Resale	13
3. Services provided by the Franchisor to the Franchisee as Part of the Franchise Fee	13
4. Services and Facilities offered by the Franchisee to the Customer ...	14
5. Number of Franchisee Outlets showing Cost of Sales and Selected Operating Expenses as a Percentage of Total Gross Sales, by Province, 1973	15

Appendix

Questionnaire	16
Instruction Guide	28

TABLE DES MATIÈRES

	Page
Introduction	5
 <u>SECTION I</u> 	
Définitions	5
Champ d'observation	6
Contenu et schéma de présentation du questionnaire	6
Méthodologie de l'enquête	7

SECTION II

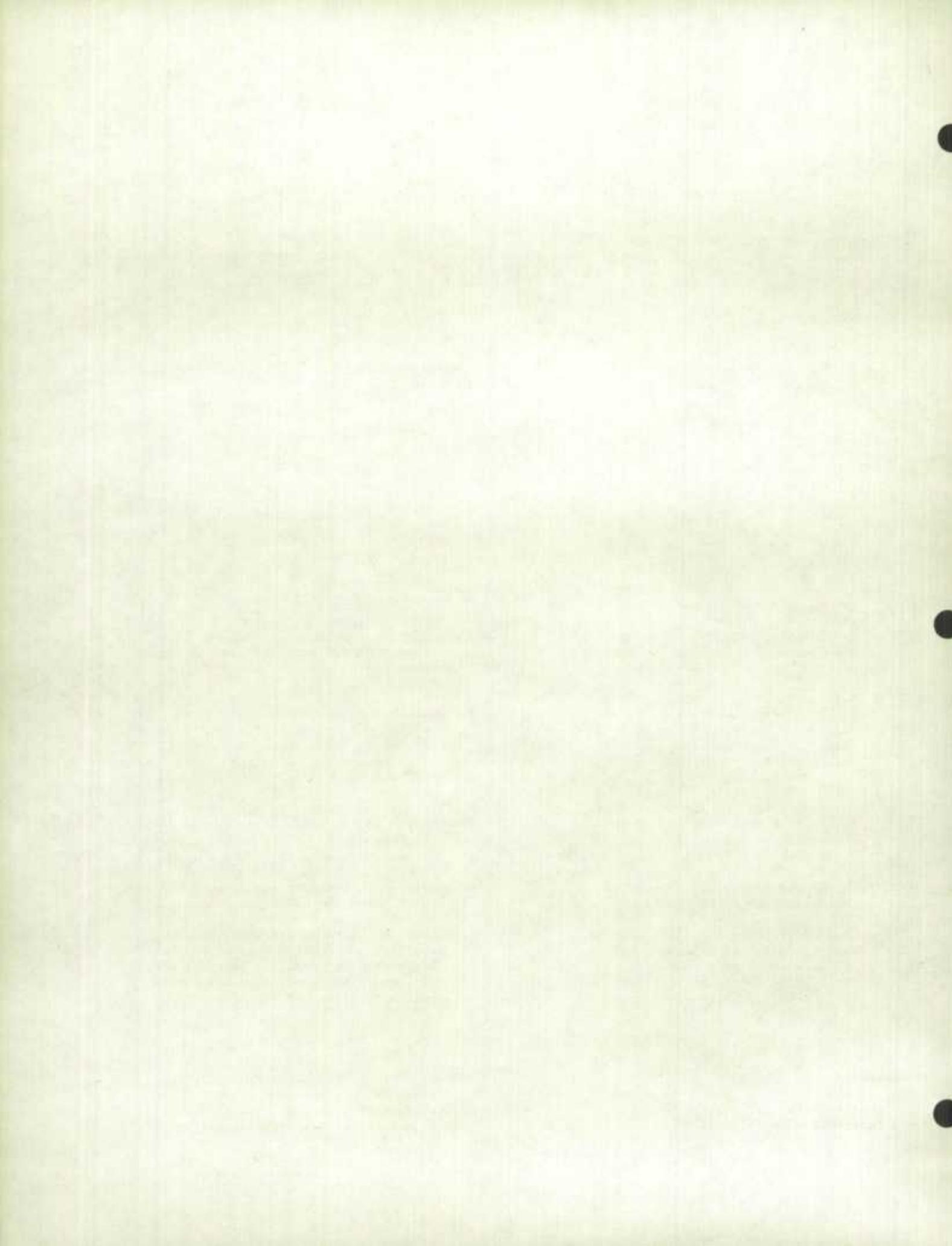
Statistiques sommaires	8
------------------------------	---

Tableau

1. Statistiques principales des établissements de restauration associés en régime de concession, par province, 1973	12
2. Ventes selon les grands produits en pourcentage des ventes brutes totales d'aliments, de boissons non alcooliques et alcooliques et d'autres marchandises achetées en vue de leur revente	13
3. Services assurés par le concessionnaire au profit du concessionnaire et ressortissant aux droits versés au titre de la concession	13
4. Services et installations fournis par le concessionnaire au client	14
5. Nombre de points de vente exploités en régime de concession suivant le coût des ventes et certaines dépenses d'exploitation en pourcentage des ventes brutes totales, par province, 1973	15

Annexe

Questionnaire	22
Guide	30



INTRODUCTION

This report summarizes the results of a survey covering the franchise food serving industry in Canada for 1973. This program follows a 1971 pilot survey⁽¹⁾ and was developed to:

- (a) measure the overall impact of franchising in Canada's food serving industry;
- (b) examine franchisor/franchisee relationships;
- (c) measure sales by product lines;
- (d) ascertain the nature of facilities and services offered by franchise food serving operations;
- (e) test questionnaire content, design and methodology for future programs planned for the food serving industry.

This publication has been divided into two sections: Section I provides a general description of definitions, coverage, questionnaire content and methodology. Section II presents an analysis of the data collected through the 1973 program.

Cette publication présente en résumé les résultats d'une enquête sur les concessions dans l'industrie de la restauration en 1973. Le programme d'enquête était fondé sur une enquête pilote menée en 1971⁽¹⁾ et visait à:

- a) mesurer l'importance globale de l'exploitation en concession dans l'industrie de la restauration au Canada;
- b) examiner les rapports concesseur-concessionnaire;
- c) mesurer les ventes selon les grands produits;
- d) déterminer la nature des installations et des services offerts par les exploitations de restauration en régime de concession;
- e) éprouver le contenu, le schéma de présentation et la méthodologie du questionnaire afin de poser sur des bases solides tout programme futur visant l'industrie de la restauration.

La présente publication se divise en trois parties. La section I décrit à grands traits les définitions, le champ d'observation, le contenu du questionnaire et la méthodologie. La section II analyse les données recueillies dans le cadre du programme de 1973. Le questionnaire et le guide qui s'y rapporte sont présentés dans la dernière partie.

SECTION I

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,

(1) The results of the 1971 pilot survey were published under the same publication, title Catalogue 63-522.

Définitions

La concession est un système de distribution dans le cadre duquel une entreprise accorde à une autre entreprise le droit ou le privilège d'écouler un produit ou de vendre un service sur le marché. Ce système, ou d'autres qui lui ressemblent, est connu des hommes d'affaires nord-américains depuis plus de cinquante ans. Il peut s'agir de concessions fabricant-détaillant (industries automobile et pétrolière), fabricant-grossiste (industrie des boissons gazeuses), grossiste-détaillant (détal-lants volontairement groupés dans le secteur alimentaire) ou fournisseur de services/détaillant (industrie des casse-croûte et du prêt-à-servir).

Cette étude statistique des concessions dans l'industrie canadienne de la restauration s'est attachée aussi bien aux sociétés concédantes qu'aux concessionnaires. On entend par concesseur (société concédante) toute entreprise qui vend à une autre entreprise ou à un (des) particulier(s) le droit de produire et de vendre au public un produit alimentaire quelconque sous un nom commercial donné. Le cessionnaire est appelé concessionnaire. L'apport du concesseur comporte de nombreux éléments comme l'expérience des affaires et du

(1) Les résultats de l'enquête pilote de 1971 ont paru dans le bulletin du même titre, sous le n° 63-522 au catalogue.

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 82 (60 in 1971) franchisor companies developed from Statistics Canada's business register files and various trade magazines and directories. Early in 1974, letters were sent to the 82 companies requesting information regarding their 1973 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 31 companies did not operate in Canada during 1973; another 9 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 42 (22) companies remained in scope for the survey.

Table 1 presents the principal statistics for both company-owned/operated and independent franchise outlets by province for the 42 companies. As shown in this table, 1,970 (1,448) business outlets were reported to be operated in 1973, including 332 (203) locations owned and operated by the franchising company.

Questionnaire Content and Design

The questionnaire was developed to survey franchisor as well as multi and single outlet franchisee operations. The 1973 questionnaire design duplicates that of the pilot survey; however a number of modifications to the questionnaire content were introduced in an attempt to correct some of the response problems encountered in 1971. Copies of the questionnaire and instruction guide appear as appendices.

In completing the questionnaire, franchisor companies reporting no company-owned outlets were required to complete Questions 1 to 7, 8(a), 8(b), 8(c) and 13 only, while a franchisor company with some company-owned

commerce, les techniques de production, les méthodes de lancement et de commercialisation et le savoir-faire gestionnel. Pour sa part, le concessionnaire bénéficie d'une clientèle déjà familiarisée avec ce type d'établissement, dont la raison sociale indique à elle seule que le client y trouvera à coup sûr le "produit" tant vanté qu'il désire. Toutefois, pour jouir de cet avantage, il doit respecter les normes élevées de service et de qualité établies par le concessionnaire. Il est enfin tenu de rembourser ce dernier en acquittant à son profit des droits habituellement calculés en fonction de ses ventes.

Champ d'observation

La liste d'envoi initiale établie au moyen du registre des entreprises de Statistique Canada et de diverses revues et répertoires professionnels comprenait 82 (60 en 1971) sociétés concédantes. Au début de 1974, nous avons fait parvenir à 82 sociétés une lettre dans laquelle nous leur demandions des renseignements sur leurs activités au Canada en 1973 ainsi qu'une liste des locaux d'affaires exploités par eux cette année-là, qu'il s'agisse d'établissements possédés et exploités par la société ou de concessions indépendantes. Nous avons ainsi pu établir que 31 sociétés n'avaient exercé aucune activité au Canada en 1973. Neuf autres sociétés ne pouvaient être tenues pour des entreprises concédantes à proprement parler puisque tous leurs établissements étaient possédés et exploités par eux et qu'ils ne comptaient pas en céder en régime de concession dans l'immédiat. Il restait donc 42 (22) sociétés au total.

Le tableau 1 présente les statistiques principales par province des points de restauration possédés et exploités par ces 42 sociétés et de ceux exploités en régime de concession et indépendants. D'après ce tableau, 1,970 (1,448) points de vente étaient exploités en 1973 (suivant les déclarations), dont 332 (203) appartenant à la société concédante et exploités par elle.

Contenu et schéma de présentation du questionnaire

Le questionnaire visait à recueillir des renseignements non seulement sur les concessionnaires mais aussi sur les concessions uniques ou exploitées en chaîne. Le plan du questionnaire de 1973 est semblable à celui de l'enquête pilote. On a toutefois apporté un certain nombre de changements à son contenu en vue de résoudre quelques-uns des problèmes de réponse qui se sont posés en 1971. Le questionnaire et le guide qui s'y rapporte sont présentés en annexe.

Les sociétés concédantes appelées à répondre au questionnaire et qui ne comptaient aucun établissement leur appartenant en propre ont été priées de ne remplir que les postes 1 à 7, 8a), 8b), 8c) et 13. On a demandé en revanche aux entreprises

outlets was required to complete questions 1 to 13 inclusive. Multi-outlet franchisees (franchisees operating more than one outlet) were to complete Questions 1 to 6, 7(a) (i) to 7(a) (iii), 7(a) (ix), 7(b) (i) to 7(b) (iv), 8 to 13 inclusive. In turn, single-outlet franchisees (franchisees operating one location only) were to report to Questions 1 to 6, 7(a) (i) to 7(a) (iii), 7(a) (ix), 7(b) (i) to 7(b) (iv), 8, 9 (columns 2 to 15 inclusive) and 10 to 13.

In general, the questionnaire content and design appeared to be satisfactory; however both the franchisor and franchisee encountered some difficulties in responding to a number of data items. On the part of franchisee operators, more than 50% of the completed returns indicated detail cost of sales data as requested in section 7(b) were not available. Similarly, "other (franchise) fees" (item 8(f)) were rarely reported by the franchisee.

Franchisor companies encountered more difficulties in completing Sections 7(a) and 7(b) of the questionnaire. These difficulties were encountered because of differences in bookkeeping practices employed by the companies 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 42 franchisor companies and approximately 1,150 known franchisee head offices during April, 1974. Non-respondents were contacted by a series of letters, telegrams and telephone calls requesting their participation.

Completed returns were edited for completeness, consistency and accuracy according to pre-established edit specifications. Returns failing to meet the minimum edit requirements were followed up through correspondence or by telephone.

Upon completion of the collection and editing phases, about 80% of the total universe satisfied the data requirements of the program. Estimation procedures by company were developed for the remaining 20%. The estimated values were appropriated at the business outlet (location) level to allow compilation of data for all known locations operating in Canada during 1973.

concédeantes qui comptaient quelques points de restauration leur appartenant de répondre aux questions 1 à 13 inclusivement. Les concessionnaires à points de vente multiples (exploitant plus d'un point) devaient pour leur part répondre aux questions 1 à 6, 7a) (i) à 7a) (iii), 7a) (ix), 7b) (i) à 7b) (iv) et 8 à 13 inclusivement. Les concessionnaires à point de vente unique (exploitant un seul point) étaient tenus de remplir les postes 1 à 6, 7a) (i) à 7a) (iii), 7a) (ix), 7b) (i) à 7b) (iv), 8, 9 (colonnes 2 à 15 inclusivement) et 10 à 13.

En règle générale, le contenu et le plan du questionnaire se sont avérés satisfaisants; le concessionnaire et le concessionnaire ont toutefois eu de la difficulté à remplir un certain nombre de postes. Plus de 50 % des déclarations des concessionnaires précisait qu'ils ne disposaient pas des données détaillées sur le coût des ventes qu'on leur demandait en 7b). De même, les concessionnaires ont rarement rempli le poste 8f), Autres droits (de concession).

Les sociétés concédantes ont eu beaucoup de difficulté à remplir les postes 7a) et 7b) du questionnaire tant à cause de différences de méthodes comptables que pour des raisons se rattachant à la conception et au plan mêmes du questionnaire. Nous avons donc décidé de ne pas prendre en compte les données correspondant aux questions susmentionnées.

Méthodologie de l'enquête

Nous avons envoyé notre questionnaire en avril 1974 aux 42 sociétés concédantes et à environ 1,150 sièges sociaux connus d'entreprises de concessionnaires. Les non-déclarants ont été priés par lettre, par télégramme ou par communication téléphonique de participer.

Nous avons vérifié l'état complet, l'uniformité et l'exactitude des déclarations reçues selon des normes de contrôle bien établies. Les déclarations par trop insuffisantes ont fait l'objet d'un suivi (lettre ou communication téléphonique).

Au terme des étapes de collecte et de vérification, près de 80 % de l'univers d'observation satisfaisait aux exigences statistiques du programme. Nous avons mis au point une méthode d'estimation par société pour le 20 % restant. Nous avons attribué les valeurs estimatives obtenues au niveau des locaux ou points d'affaires afin de pouvoir produire des données pour tous les points que l'on savait en exploitation au Canada en 1973.

SECTION II

Summary Statistics

Number of Outlets and Total Gross Sales

During 1973, the number of franchise food serving outlets operating in Canada totalled 1,970 (1,448 in 1971) with reported total gross sales amounting to \$379.7 million (Table 1). Of this total, \$159.5 million or 42.0% was reported by 790 (644) outlets located in Ontario. Total gross sales of all outlets associated with franchise food serving operations represented about 24.3% of Canada's total estimated restaurant sales.(2)

Cost of Sales

Question 7(b) of the questionnaire requested respondents to report cost of sales covering items such as food, non-alcoholic and alcoholic beverages, and all other merchandise purchased for resale. 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 \$165.1 million or 43.5% of total gross sales for the nation as a whole, varying from 39.9% in Manitoba to 48.5% in Newfoundland.

Salaries and Wages

Total salaries and wages before deductions (including overtime pay, bonuses, vacation pay and other such payments) amounted to \$89.5 million (\$49.1 million in 1971) or 23.6% of total gross sales at the Canada Level. By province, this percentage ranged from 21.3% in Newfoundland to 26.3% in Alberta.

Employment

As shown in Table 1, the 1,970 business outlets reported a total of 31,139 (19,165 in 1971) full and part-time employees for the last complete week of July or closest pay period in July. The equivalent figure for September was 30,690 (18,244).

The survey produced some interesting data on the use of full-time as compared with part-time employees. Full-time

(2) Statistics Canada, Restaurant Statistics, Catalogue 63-011, Vol. 7, No. 12, Dec. 1973.

Statistiques Sommaires

Nombre de points de vente et ventes brutes totales

En 1973, on comptait 1,970 points de restauration exploités en régime de concession au Canada (contre 1,448 en 1971); leurs ventes brutes totales déclarées s'élevaient à \$379.7 millions (tableau 1). De ce total, \$159.5 millions, soit 42.0 %, ont été déclarés par 790 (644) points de vente situés en Ontario. Les ventes brutes totales de tous les points de vente exploités en régime de concession dans le secteur de la restauration représentaient près de 24.3 % des ventes estimatives totales des restaurants au Canada(2).

Coût des ventes

La question 7b) de la formule demandait aux enquêtés de déclarer le coût des ventes, qu'il s'agisse d'aliments, de boissons (alcooliques ou non) ou de toute autre marchandise achetée en vue de sa revente. Les fournitures en papier ou en carton (boîtes, emballages souples, tasses, etc.) ont été souvent portées dans le coût des marchandises vendues lorsque leur coût ne pouvait être isolé comme nous le désirions. Le coût des ventes a été estimé à \$165.1 millions, soit 43.5 % des ventes brutes totales pour l'ensemble du Canada; le pourcentage s'est échelonné entre 39.9 % au Manitoba et 48.5 % à Terre-Neuve.

Traitements et salaires

Les salaires et traitements se sont chiffrés au total avant toute déduction (heures supplémentaires, gratifications, vacances et autres paiements et articles de cette nature) à \$89.5 millions (\$49.1 millions en 1971), soit 23.6 % des ventes brutes totales pour l'ensemble du Canada. Au niveau des provinces, le pourcentage a varié entre 21.3 % à Terre-Neuve et 26.3 % en Alberta.

Effectif

Comme on peut le voir au tableau 1, les 1,970 points de vente observés comptaient au total 31,139 (19,165 en 1971) salariés à plein temps et à temps partiel pendant la dernière semaine complète de juillet ou la période de paie la plus proche en juillet. En septembre, il y en avait 30,690, contre 18,244 en 1971.

L'enquête a permis d'obtenir des données intéressantes sur le recours à des salariés à plein temps par opposition aux salariés à temps

(2) Statistique Canada, Statistique des restaurants, publication n° 63-011 au catalogue, vol. 7, n° 12, déc. 1973.

employees numbered 12,761 (8,730) for July and dropped to 11,428 (7,730) in September while part-time employees increased from 18,378 (10,435) for July to 19,262 (10,514) in September. The practice of hiring more part-time employees appeared to be followed in all the provinces with the exception of the Maritime provinces and Yukon and Northwest Territories. This could be the result of the types of operations concentrated in these provinces, as well as the differences in weather conditions.

Product Lines offered to the Customer by the Franchise Outlets

Sales by product lines shown as a percentage of total gross sales of food, non-alcoholic and alcoholic beverages, and other merchandise purchased for resale are presented in Table 2. Chicken constituted the largest single product line (36.1%), followed by hamburgs (26.0%), and dairy products and soft drinks combined at 13.9%. Of the remaining product lines, this percentage ranged from 1.8% for hot dogs to 7.0% for french fries. The 2.6% reported for "other (specify)" included such items as alcoholic beverages, salads, onion rings, fish, shrimps, oysters, apple turnovers, spaghetti, etc.

Fee Structure

Question 4 of the questionnaire requested respondents to indicate the method used for calculating franchise fees. The most frequently reported method was a "percentage of gross sales". Relatively few franchisees reported either a "flat annual fee" or 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. Franchisees were charged a franchise fee varying between 1 to 4% of gross sales and occasionally higher whereas advertising fees charged by the franchisors 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

Table 3 summarizes the results of an evaluation of the returns for 29 franchisor companies who, by completing question 5,

partiel. On pouvait observer en juillet 12,761 (8,730) salariés à plein temps, nombre qui devait fléchir à 11,428 (7,730) en septembre. Par contre, de juillet à septembre, le nombre de salariés à temps partiel devait passer de 18,378 (10,435) à 19,262 (10,514). La pratique qui consistait à engager plus de salariés à temps partiel était commune à toutes les provinces, à l'exception toutefois des provinces Maritimes, du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest. On pourrait attribuer ce fait aux types d'exploitation que l'on trouve surtout dans ces provinces ainsi qu'aux différences climatiques.

Produits offerts au client par les concessionnaires

Le tableau 2 présente les ventes selon les grands produits en pourcentage des ventes brutes totales d'aliments, de boissons non alcooliques et alcooliques et d'autres marchandises achetées en vue de leur revente. Le poulet a constitué le produit le plus important (36.1 %), devant les hamburgers (26.0 %) et les produits laitiers et les boissons gazeuses pris en compte ensemble (13.9 %). Pour ce qui est des autres grands produits, le pourcentage a varié entre 1.8 % pour les saucisses chaudes et 7.0 % pour les pommes frites. Le 2.6 % déclaré au poste "autre - (précisez)" visait entre autres les boissons alcooliques, les salades, les rondelles d'oignon, les crevettes, les huîtres, les gâteaux fourrés aux pommes et les spaghettis.

Droits

À la question 4, on demandait aux enquêtés d'indiquer la méthode de calcul des droits de concession. Il s'agissait le plus souvent d'un "pourcentage des ventes brutes". Relativement peu de concessionnaires ont fait mention d'un droit annuel fixe ou d'un droit mensuel du même genre. Certains ont indiqué d'"autres" méthodes, par ex., des droits ou une redevance intégrés à l'achat de fournitures comme les sauces, les mélanges, les boîtes, les épices, etc., ou à la vente de ces produits, surtout alimentaires. Quelques déclarants ont déclaré être assujettis à une combinaison de ces méthodes. Les concessionnaires devaient quitter des droits de concession variant entre 1 % et 4 % des ventes brutes et parfois plus élevés; les droits à verser au concessionnaire au titre des services publicitaires s'échelonnaient entre 1 % à 3 % des ventes brutes. À quelques exceptions près, les droits tant de concession que de publicité étaient des pourcentages fermes.

Services fournis par le concessionnaire

Le tableau 3 récapitule les résultats d'une évaluation des déclarations de 29 sociétés concessionnaires qui ont indiqué en réponse à la question

indicated those services which were provided by the franchisor to the franchisee as part of the franchise fee. Consultation/inspection were the most frequently reported services available in 22 franchisors, followed by field training and advertising (19), centralised purchasing (18), and field supervision and promotional material (17). Accounting services, the least reported, were provided by 1 franchisor.

Services and Facilities offered by the Franchisee

Table 4 presents the data in the form of a percentage of total reporting outlets. This was prepared by summarizing each positive response reported by the franchisee to question 9 of the questionnaire. The results showed that customers were able to place or pick-up order at a counter in 88.4% of the outlets reporting. Although 36.9% of the outlets reported offering indoor seating at tables only 14.0% provided waiter/waitress service. Take out service was reported for 33.5% of the outlets. Of the outlets reporting, 11.7% were situated in a shopping centre and 9.5% indicated alcoholic beverages were served. The number of parking spaces available averaged 24 per outlet.

Selected Operating Expenses of Franchisee Outlets

Table 5 summarizes data for selected operating expenses of the 1,638 franchisee outlets for Canada and the provinces. Cost of sales expressed as a percentage of total gross sales was 45.0% for Canada and ranged from 41.6% in Alberta to 49.9% in Prince Edward Island.

Salaries and wages paid as a percentage of total gross sales ranged from 21.3% in Newfoundland to 25.8% in Alberta. Employee benefits which included employers' contributions on behalf of employees to insurance and pension plans, welfare, workman's compensation and other such funds were 0.8% of total gross sales at the Canada Level. By province, this percentage ranged from 0.6% in Prince Edward Island to 1.0% in New Brunswick.

Purchased advertising (costs) paid as a percentage of total gross sales was 2.0% at the Canada Level, ranging from 1.7% in both Newfoundland and Ontario to 2.7% in Alberta. Purchased advertising was defined as the

5 les services fournis par le concessionnaire que visaient les droits de concession. Les services les plus courants (chez 22 concessionnaires) étaient la consultation et l'inspection, devant la formation sur le terrain (sur place), et la publicité (19), la centralisation des achats (18) et la surveillance sur place et le matériel de promotion des ventes (17). Le service le plus rare, soit la comptabilité, n'était assuré que par 1 concessionnaire.

Services et installations fournis par le concessionnaire

Le tableau 4 présente les données à ce sujet en pourcentage de l'ensemble des points de vente déclarants. À cette fin, nous avons dû condenser chaque réponse positive des concessionnaires à la question 9 de la formule de déclaration. Nous avons ainsi pu déterminer que le client pouvait passer une commande ou en prendre livraison au comptoir dans 88.4 % des établissements déclarants. Bien que 36.9 % des points aient indiqué pouvoir asseoir les clients à des tables à l'intérieur, 14.0 % seulement avaient un garçon ou une serveuse à leur service. Un service "à apporter" était assuré par 33.5 % des points. Au total, 11.7 % des points se trouvaient dans un centre commercial et 9.5 % servaient des boissons alcooliques. On comptait en moyenne 24 places de stationnement par point de vente.

Certaines dépenses d'exploitation des points exploités en régime de concession

Le tableau 5 présente en résumé les données portant sur certaines dépenses d'exploitation des 1,638 points de vente exploités en régime de concession; les chiffres visent le Canada et les provinces. Le coût des ventes exprimé en pourcentage des ventes brutes totales s'est élevé à 45.0 % pour l'ensemble du Canada et, au niveau des provinces, s'est échelonné entre 41.6 % en Alberta et 49.9 % dans l'Île-du-Prince-Édouard.

Les salaires et traitements versés, exprimés en pourcentage des ventes brutes totales, ont varié entre 21.3 % à Terre-Neuve et 25.8 % en Alberta. Les avantages accordés aux salariés, c'est-à-dire les cotisations versées par les employeurs au bénéfice des salariés aux régimes d'assurances et de pensions, à la caisse du bien-être social, au régime d'indemnisation des accidents du travail et à d'autres caisses et régimes analogues, se sont chiffrés à 0.8 % des ventes brutes totales pour l'ensemble du Canada. Au niveau des provinces, le pourcentage a varié entre 0.6 % dans l'Île-du-Prince-Édouard et 1.0 % au Nouveau-Brunswick.

Les frais de publicité achetée en pourcentage des ventes brutes totales se sont chiffrés à 2.0 % pour l'ensemble du Canada et se sont échelonnés entre 1.7 % à Terre-Neuve ainsi qu'en Ontario et 2.7 % en Alberta. On entendait par

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 overstated in the accompanying table, and "advertising fees" understated to the same extent.)

Advertising fees, as briefly indicated above, were defined as the fees paid by franchisee to the franchisor for national, regional or local advertising. The value of such fees represented 1.0% of total gross sales for Canada. Newfoundland and New Brunswick reported the lowest advertising fees (0.6%) while Prince Edward Island and Nova Scotia recorded the highest (1.4%). Because of inconsistent reporting by respondents between the two advertising expense items, it is felt that advertising fees have been understated. (See also preceding paragraph.)

Franchise fees paid by the franchisee to the franchisor constituted 2.4% of total gross sales at the Canada Level, ranging from 1.1% in New Brunswick to 2.7% in Nova Scotia.

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, copy right or control, but excluded fees paid to the franchisor for advertising, rent or other purchased services.

frais au titre de services de publicité achetés les dépenses engagées par le propriétaire du point de vente pour une publicité régionale ou locale achetée, ce qui comprenait les paiements destinés aux agences, aux stations de télévision et de radio, aux journaux, etc. De fait, les enquêtés ont parfois indiqué avoir pris en compte les droits versés au concessionnaire à ce poste du questionnaire. Lorsque l'on disposait de renseignements suffisants, le chiffre en question, ou une partie estimative de celui-ci, a été reporté au poste "Droits de publicité versés au concessionnaire". (Il est probable néanmoins que la valeur de la publicité achetée est majorée dans le tableau qui s'y rapporte et que les "droits de publicité" sont minorés d'autant.)

Comme nous l'avons indiqué brièvement plus haut, les droits de publicité sont ceux versés par le concessionnaire au concessionnaire à l'égard d'une publicité nationale, régionale ou locale. Ces droits se sont élevés à 1.0 % des ventes brutes totales pour l'ensemble du Canada. La valeur plancher (0.6 %) a été atteinte par Terre-Neuve et le Nouveau-Brunswick; c'est dans l'Île-du-Prince-Édouard et en Nouvelle-Écosse que les droits ont été les plus élevés (1.4 %). Comme la déclaration des enquêtés n'est pas uniforme pour ces deux postes relatifs aux frais de publicité, il semble que les droits de publicité aient été minorés (voir également le paragraphe précédent).

Les droits de concession versés par le concessionnaire au concessionnaire ont représenté 2.4 % des ventes brutes totales pour l'ensemble du Canada et ont varié entre 1.1 % au Nouveau-Brunswick et 2.7 % en Nouvelle-Écosse.

Par droits de concession, on entendait les droits acquittés au bénéfice du concessionnaire en échange du droit accordé d'utiliser certaines méthodes ou de vendre des produits déterminés visés par le brevet ou l'acte de propriété et d'exercice du concessionnaire ou se trouvant sous le contrôle de ce dernier; on ne prenait pas en compte les droits versés au concessionnaire au titre de la publicité, de la location ou d'autres services achetés.

TABLE 1. Principal Statistics for Franchise Associated Food Serving Outlets, by Province, 1973

TABLEAU 1. Statistiques principales des établissements de restauration associés en régime de concession, par province, 1973

Province	Outlets — Points de vente	Total gross sales — Ventes brutes totales	Cost of sales — Coût des ventes	Salaries and wages — Rémuné- rations	Paid employees — Salariés							
					July — Juillet		September — Septembre					
					Full-time — Plein temps	Part-time — Temps partiel	Full-time — Plein temps	Part-time — Temps partiel				
	No. — nomb.	\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%	number — nombre				
CANADA	1,970	379,655	100.0	165,078	43.5	89,475	23.6	12,761	18,378	11,428	19,262	1
Newfoundland — Terre-Neuve	19	4,747	100.0	2,303	48.5	1,009	21.3	208	42	202	39	12
Prince Edward Island — Île-du- Prince-Édouard	6	x	x	x	x	x	x	55	32	40	40	1
Nova Scotia — Nouvelle-Écosse	67	12,859	100.0	6,152	47.8	2,934	22.8	578	487	508	470	1
New Brunswick — Nouveau-Brunswick ...	54	7,838	100.0	3,632	46.3	1,767	22.5	353	340	302	467	1
Québec	275	53,502	100.0	23,507	43.9	12,208	22.8	1,921	2,053	1,741	2,170	1
Ontario	790	159,500	100.0	69,893	43.8	36,224	22.7	4,263	7,983	3,998	8,402	1
Manitoba	116	23,393	100.0	9,341	39.9	5,734	24.5	975	1,458	959	1,506	1
Saskatchewan	96	16,764	100.0	6,911	41.2	4,201	25.1	622	916	528	947	1
Alberta	213	40,182	100.0	16,511	41.1	10,561	26.3	1,505	2,051	1,345	1,916	1
British Columbia — Colombie-Britan- nique	327	58,457	100.0	25,634	43.9	14,314	24.5	2,231	2,984	1,760	3,276	1
Yukon and Northwest Territories — Yukon et les Territoires du Nord- Ouest	7	x	x	x	x	x	x	50	32	45	29	1

TABLE 2. Sales by Product Lines shown as a Percentage of Total Gross Sales of Food,
Non-alcoholic and Alcoholic Beverages, and Other Merchandise
purchased for Resale

TABLEAU 2. Ventes selon les grands produits en pourcentage des ventes brutes totales
d'aliments, de boissons non alcooliques et alcooliques et d'autres marchandises
achetées en vue de leur revente

Product lines — Séries de produits	Per cent — Pourcentage
Chicken - Poulet	36.1
Steaks, pancakes, waffles, sandwich combinations (beef, salamis, bacon, etc.) - Steaks, crêpes, gaufres, sandwiches (boeuf, salami, bacon, etc.)	5.0
Hamburgers	26.0
Hot dogs	1.8
Pizzas	4.0
Dairy products (soft ice cream, milk shakes, etc.) and soft drinks (ginger ale, rootbeer, colas, orange, etc.) - Produits laitiers (crème glacée molle, milk shakes, etc.) et boissons gazeuses (ginger ale, bière de gingembre, colas, orangeade, etc.)	13.9
French fries - Frites	7.0
Donuts - Beignets	3.6
Other - Autres	2.6
Total	100.0

TABLE 3. Services provided by the Franchisor to the Franchisees as Part of the Franchise Fee

TABLEAU 3. Services assurés par le concessionnaire au profit du concessionnaire et ressortissant aux
droits versés au titre de la concession

Service	Number of franchisors providing the service — Nombre de concesseurs fournissant ce service
	maximum 29
Field supervision - Surveillance sur place	17
Promotional material - Matériel de promotion des ventes	17
Consultation/inspection - Consultation-inspection	22
Home and office training - Formation à la maison et au bureau	8
Field training - Formation sur le terrain	19
Accounting services - Services de comptabilité	1
Accounting system only - Système comptable seulement	4
Centralized purchasing - Centralisation des achats	18
Advertising - Publicité	19
Financing assistance - Aide financière	7

TABLE 4. Services and Facilities offered by the Franchisee to the Customer

TABLEAU 4. Services et installations fournis par le concessionnaire au client

Nature of service — Nature du service	Per cent — 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	36.9
At counter — Au comptoir	20.1
Waiter/waitress service at tables — Service aux tables (garçon ou serveuse)	14.0
Take out only — Mets à apporter seulement	33.5
Alcoholic beverages sold — Boissons alcooliques vendues	9.5
Means used to place or pick-up orders — Moyens utilisés pour passer une commande ou en prendre livraison:	
At counter in premises — Au comptoir à l'intérieur du local	88.4
Electronic devices to place orders — Dispositif électronique permettant de passer les commandes	18.4
Car order pick-up wicket — Guichet où l'automobiliste prend livraison de sa commande	7.6
Car hops — Service à la voiture	20.6
Outlets offering a catering service — Points de vente offrant un service d'approvisionnement (restaurateurs — traiteurs)	9.0
Outlets situated in shopping centres — Points de vente situés dans un centre commercial	11.7
Average — Moyenne	
Number of parking spaces available (per outlet) — Nombre de places de stationnement disponibles (par point de vente)	24

TABLE 5. Number of Franchise Outlets showing Cost of Sales and Selected Operating Expenses
as a Percentage of Total Gross Sales, by Province, 1973

TABLEAU 5. Nombre de points de vente exploités en régime de concession suivant le coût des ventes et certaines dépenses d'exploitation en pourcentage des ventes brutes totales, par province, 1973

Province	Outlets — Points de vente	Total gross sales — Ventes brutes totales	Cost of sales — Coût des ventes	Salaries and wages — Rémuné- rations	Employee benefits — Avantages sociaux	Pur- chased adver- tising — Achat de services de publi- cité	Adver- tising fee — Droits de publi- cité	Fran- chise fee — Droits de con- cession
No. — nomb.		per cent — pourcentage						
CANADA	1,638	100.0	45.0	23.0	0.8	2.0	1.0	2.4
Newfoundland — Terre-Neuve	19	100.0	48.5	21.3	0.9	1.7	0.6	1.3
Prince Edward Island — Île-du-Prince- Édouard	6	100.0	49.9	21.5	0.6	2.6	1.4	1.9
Nova Scotia — Nouvelle-Écosse	63	100.0	49.1	22.5	0.7	2.1	1.4	2.7
New Brunswick — Nouveau-Brunswick	52	100.0	46.4	22.6	1.0	2.2	0.6	1.1
Québec	221	100.0	46.3	21.9	0.9	2.3	1.1	2.5
Ontario	631	100.0	45.0	22.1	0.8	1.7	1.0	2.5
Manitoba	80	100.0	43.8	23.0	0.7	2.5	1.1	2.4
Saskatchewan	87	100.0	42.3	24.3	0.8	1.8	1.2	2.6
Alberta	184	100.0	41.6	25.8	0.9	2.7	1.1	2.2
British Columbia — Colombie-Britannique	288	100.0	45.6	24.2	0.9	1.9	0.9	2.3
Yukon and Northwest Territories — Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	7	100.0	49.1	21.8	0.7	2.4	1.1	1.3



Statistics Canada Statistique Canada

Merchandising and Services Division

FRANCHISE SURVEY
(Food Serving Industry)
1973

Complete and mail one copy within
30 days of receipt.

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

(Exemplaires français disponibles sur demande)

Revise name or address if not correct

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 8 refer to your total business operation; Questions 9 to 12 relate to the business location(s) owned by this business and question 13 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 13 only and return the questionnaire to Statistics Canada in the envelope provided.
5. When completing questions 6 to 9, please refer to the detailed instruction guide.
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, Commercial Services Section,
Merchandising and Services Division,
Statistics Canada,
Ottawa, K1A 0V4

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 13 Certificate and return this questionnaire to Statistics Canada in the enclosed envelope.

Head Office name

Address

2. PERIOD OPERATED

(a) Report for your fiscal year (normal business year) ending at any time between April 1, 1973 and March 31, 1974.

This report covers _____ months from _____ 19 _____ to _____ 19 _____.

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

(i) New business in 1973

(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

Estimate percentage of Total Sales derived from each of the product lines listed below.

(a) Chicken

Percentage _____

(b) Steaks

(c) Hamburgers

(d) Hotdogs

(e) Pancakes, waffles

(f) Pizzas

(g) Dairy products (soft ice cream, milk shakes, etc.)

(h) French fries

(i) Soft drinks (ginger ale, rootbeer, colas, orange, etc.)

(j) Sandwich combinations (beef, salamis, bacon, etc.)

(k) Donuts

(l) Other (specify) _____

(m) Total

100%

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, as part of the franchise fee.

(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) _____

	July	September
6. EMPLOYMENT - (Read instruction guide)		Number
(a) Report the number of paid full and part-time employees for the last complete week of July and September 1973 or the closest pay period		
(i) Full-time		
(ii) Part-time		
(b) Report the number of working proprietors or partners of unincorporated businesses		
7. OPERATING STATEMENT (read instruction guide)		\$ (omit cents)
(a) Gross 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 gross 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))		
8. OPERATING EXPENSES (Read instruction guide)		
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.		

		SECTION C. Employment and salaries and wages								SECTION D. Gross sales		SECTION E. Cost of goods sold	
Other services		Give the number of off-street parking spaces provided by each location	Give the number of working proprietors or partners of unincorporated businesses	Report the number of paid workers for the last complete week of July and September or the closest pay period				Salaries and wages (Report gross salaries and wages before deductions paid during 1973)				Report gross sales for each location. Include the sales of food, non-alcoholic and alcoholic beverages and all other merchandise purchased for resale	Report the total cost of goods sold for each location. Include cost of those items listed as sales in column 22
Is table service provided (waiter or waitress)	Take out only			July		September							
				Full-time	Part-time	Full-time	Part-time	21.	22.				
13.	14.	15.	16.	17.	18.	19.	20.					23.	
(✓)	(✓)	No.	No.										

10. For the location(s) having a check mark (✓) in column 3 of question 9, indicate the reason why the location(s) operated less than 12 months during 1973.

Enter the location line No.	New operations in 1973 (✓)	Business purchased in 1973 (✓)	Business terminated in 1973		Seasonal business (✓)	Other specify
			(✓)	Specify the reason		

11. For business locations purchased in 1973 (as indicated in question 10) give the name and complete address of the other owner below.

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

12. For locations operating in shopping centres (check mark (✓) in column 4 of question 9) give the name and address of the shopping centre.

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

13. 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	19	to	19
Name of person responsible for completed form (please print)		Title	
Signature		Telephone number (include area code)	
Address		Date of this report	



Statistique Canada Statistics Canada

Division du commerce et des services

ENQUÊTE SUR LES CONCESSIONS

(Secteur de la restauration)

1973

Renvoyer un exemplaire dûment rempli dans les 30 jours suivant la réception.

Déclaration exigée en vertu de la Loi sur la statistique, chapitre 15, Statuts du Canada de 1970-71-72.

(English copies available on request)

Corriger 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 8 ont trait à l'ensemble de votre activité et les questions 9 à 12 se rapportent aux locaux d'affaires que votre entreprise possède; à la rubrique 13, 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 "n'importe" 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 13 seulement et renvoyez le questionnaire dans l'enveloppe ci-jointe à Statistique Canada.
5. Lisez la Brochure explicative avant de répondre aux questions 6 à 9.
6. Vous devez remplir le questionnaire et le renvoyer au plus tard 30 jours après l'envoi reçu. En cas de difficulté, veuillez communiquer avec

Le chef de la Section des services commerciaux,
Division de commerce et des services
Statistique Canada,
Ottawa, K1A 0V4

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 13 (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 1973 et le 31 mars 1974.

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 1973
- (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

Pourcentage estimatif des ventes des séries de produits ci-dessous en pourcentage du total des ventes.

	Pourcentage
a) Poulet	
b) Steak	
c) Hamburgers	
d) Hotdogs	
e) Crêpes, gaufres	
f) Frites	
g) Produits laitiers (crème glacée molle, milk shakes, etc.)	
h) Frites	
i) Boissons gazeuses (ginger ale, bière de gingembre, colas, orangeade, etc.)	
j) Sandwiches (boeuf, salami, bacon, etc.)	
k) Beignets	
l) Autres (précisez)	
m) Total	100%

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 et qui sont compris dans le droit de concession:

- 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. EMPLOI – (voir la Brochure explicative)	Juillet	Septembre
	Nombre	
a) Indiquez le nombre de salariés à plein temps et à temps partiel pour la dernière semaine complète de juillet et de septembre 1973 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		
7. RÉSULTATS D'EXPLOITATION (voir la Brochure explicative)		
a) Ventes et recettes brutes: 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.	\$ (sans les cents)	
(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 brutes (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 en 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 du prix coûtant ou du 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))		
8. 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.		

7. Répondez à cette question pour chaque local appartenant à l'établissement (voir la Section d'exploitation)

No. de ligne	SECTION A. Locaux d'affaires et période d'exploitation				SECTION B. Installations et services du local d'affaires (une coche (/) indique une réponse affirmative)							
	Donnez la raison sociale et l'adresse de chaque local d'affaires en indiquant le numéro et la rue, la ville et la province (si la raison sociale est la même, ne l'indiquez qu'une fois)	Ce local a-t-il été en exploitation moins de 12 mois en 1973	Ce local d'affaires est-il dans un centre commercial	Est-ce qu'on y vend des boissons alcooliques	Avez-vous un service de traiteurs (Aliments préparés dans vos locaux, mais servis à l'extérieur par votre personnel)	Dispositifs électroniques pour passer les commandes	Guichets pour ramasser les commandes	Service à la voiture	Les clients peuvent-ils s'asseoir			
1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.	
		(/)	(/)	(/)	(/)	(/)	(/)	(/)	(/)	(/)	(/)	

				SECTION C. Emploi et rémunérations								SECTION D. Ventes brutes		SECTION E. Prix de revient						
Autres services		Combien de voitures peuvent stationner hors rue à chacun de vos locaux d'affaires	Nombre de propriétaires et d'associés actifs dans le cas des entreprises individuelles non constituées en corporation	Nombre de travailleurs rémunérés pour la dernière semaine complète de juillet et de septembre ou pour la période de paye la plus rapprochée								Rémunérations (rémunérations brutes, avant déductions, en 1973)	Rapporter les ventes brutes pour chaque local (aliments, boissons non alcooliques et alcooliques et autres marchandises achetées pour la revente)	Prix de revient total des marchandises vendues à chaque local (marchandises mentionnées dans la colonne 22)						
Le service se fait-il aux tables (garçon ou serveuse)	Mets à emporter seulement			Juillet				Septembre												
				Plein temps	Temps partiel	Plein temps	Temps partiel													
13.	14.	15.	16.	17.	18.	19.	20.					21.		22.		23.				
(✓)	(✓)	N°	N°																	

10. Pour les locaux d'affaires qui sont cochés (✓) dans la colonne 3 de la question 9, indiquez la raison pour laquelle chacun de ces locaux a été exploité moins de 12 mois en 1973.

N° de ligne du local	Nouveau commerce en 1973 (✓)	Commerce acheté en 1973 (✓)	Commerce fermé en 1973		Exploitation saisonnière (✓)	Autre, précisez
			(✓)	Donnez la raison		

11. Pour les locaux d'affaires achetés en 1973 (suivant la question 10), indiquez le nom et l'adresse de l'autre propriétaire ci-dessous.

a) Nom	Adresse
b) Nom	Adresse
c) Nom	Adresse

12. Pour les locaux d'affaires exploités dans des centres commerciaux (une coche (✓) a été placée dans la colonne 4 de la question 9), indiquez le nom et l'adresse du centre commercial.

a) Nom	Adresse
b) Nom	Adresse
c) Nom	Adresse

13. Attestation

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

de

19

à

19

Nom de la personne qui a rempli la formule (en lettres moulées)

Fonction

Signature

Numéro de téléphone
(et indicatif régional)

Adresse

Date

INSTRUCTION GUIDE

Franchise Survey (Food Serving Industry) 1973

6 EMPLOYMENT

- (a) Report the number of full and part time employees for the last complete week of July and September 1973 or the closest pay period.
 - Franchise companies (Franchisors) and multi-location companies (franchisees) must include all head office and business location personnel (question 9, 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.

7 OPERATING STATEMENT

(a) Gross Sales and Receipts

- Before completing the source of revenue items ((i) to (x)) 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 gross sales of food (meals, sandwiches, french fries, ice cream, etc.) and non-alcoholic beverages of your business locations.
- Franchisors are to include foodstuffs including non-alcoholic beverages, mixes, etc. sold to business locations under this item.

(ii) Sales of alcoholic beverages

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

(iii) Sales of other merchandise purchased for resale

- Include the gross 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 gross 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 gross 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, legal 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 gross sales and receipts

- Ensure that the sum of (i) to (ix) on the questionnaire equals total gross 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.

8. **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 8 (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.

9. **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 13, Certificate.

- If only one location is owned by this business complete sections A and B of this questionnaire only.

Section A — Business location(s) and period of operation — columns 2 to 4 inclusive.

- Give the street address, city or town and province of each location owned by this business.

Section B — Description of facilities and services provided by each location — columns 5 to 15 inclusive.

- Columns 5 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 10.

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 gross 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 10 TO 13 UPON COMPLETION OF SECTION E.

BROCHURE EXPLICATIVE

Enquête sur les concessions (secteur de la restauration) 1973

6. EMPLOI

- a) Indiquez le nombre de salariés à plein temps et à temps partiel pour la dernière semaine complète de juillet et de septembre 1973 ou pour la période de paye la plus rapprochée.
- Les entreprises qui accordent des concessions (concédants) et les entreprises à locaux multiples (concessionnaires) doivent rapporter tout le personnel du siège social et des locaux d'affaires (question 9, section c, colonnes 17 à 20) qui s'occupent de l'exploitation de l'entreprise, quelles que soient leurs fonctions, par ex., commis de bureau, promoteurs des ventes, comptables, surveillants sur place, gérants de locaux, garçons, serveuses, etc.
- Comptez les directeurs des sociétés constituées en corporation.
- Ne comptez pas les propriétaires actifs des entreprises non constituées en corporation.

- b) Comptez ici les propriétaires ou associés actifs des entreprises individuelles, non constituées en corporation.

7. RÉSULTATS D'EXPLOITATION

a) Ventes et recettes brutes

- 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** doivent remplir 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 brutes d'aliments (repas, sandwiches, frites, crème glacée, etc.) et de boissons non alcooliques de vos locaux d'affaires.
- Les concédants doivent rapporter sous cet item les produits alimentaires incluant les boissons non alcooliques, les mélanges, etc., vendus aux concessionnaires.

(ii) Ventes de boissons alcooliques

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

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

- Indiquez les ventes brutes 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 brutes 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 brutes 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 ayant 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 de rapporter des recettes hors exploitation dans ce questionnaire.

(x) Total des ventes et des recettes brutes

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

- b) **Prix de revient:** La façon de déterminer le prix de revient est expliquée dans le questionnaire (stocks en début d'exercice plus achats moins stocks en fin d'exercice). Les stocks doivent être évalués au moindre du prix coûtant ou du 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 (viande, 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.
- Créditez ce compte pour 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.

5. 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 sa licence, la marque de commerce ou le contrôle du concédant.

- Ne comptez pas les droits de publicité ni les 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 8 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.

9. 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 13 (Attestation).
- Si votre entreprise ne possède qu'un seul local d'affaires, remplissez seulement les Sections A et B de ce questionnaire.

Section A: Locaux d'affaires et période d'exploitation, colonnes 2 à 4 inclusivement:

- Indiquez l'adresse, la ville et la province de chaque local d'affaires appartenant à l'entreprise.

Section B: Description des installations et des services de chaque local d'affaires-colonnes 5 à 15 inclusivement.

- Parmi les colonnes 5 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.

Nota: Si l'entreprise ne possède qu'un seul local d'affaires, sautez les Sections C, D et E et passez à la question 10.

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 qui 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 paie

ments 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 non constituées en corporation.

Section D: Total des ventes – colonne 22

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

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 revente.

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 du prix coûtant ou du prix du marché.

APRÈS LA SECTION E, PASSEZ AUX QUESTIONS 10 À 13.

DATE DUE		DATE DE RETOUR
AUG	AOUT 26 1982	
AUG	AOUT 31 1984	
NOV 26 1984		
JAN 26 1986		
JAN 24 1986		
LOWE-MARTIN No. 1137		

STATISTICS CANADA LIBRARY
BIBLIOTHEQUE STATISTIQUE CANADA



1010470826

6-3

