

Canada se fait encore par les magasins indépendants. Il est probable qu'une estimation courante du total des ventes de détail de \$2,000,000,000, serait assez juste. On calcule que si les 140 chaînes de magasins dont il n'a pas encore été reçu de rapport étaient comprises, dans le grand total, les ventes des 350 chaînes ne dépasseraient pas \$400,000,000 (non compris les ventes de certains magasins à rayons ayant des succursales et n'étant pas considérés comme des chaînes de magasins). Plusieurs de ceux qui n'ont pas fait rapport étant des maisons de moindre importance, ce dernier chiffre est probablement trop élevé. Il semble que les magasins en chaîne (à l'exclusion des chaînes coopératives de magasins indépendants), quoique leur commerce représente une proportion croissante des denrées distribuées au consommateur, font moins de 25 p.c. du commerce actuel.

Ce rapport n'inclut pas les chaînes coopératives de magasins indépendants, mais le commerce qu'elles font ajoute considérablement à la somme globale des affaires commerciales des magasins en chaîne. En les incluant, cependant, il est probable que les deux tiers de la distribution du détail se fait encore par les maisons indépendantes.

Les ventes des chaînes d'épicerie et de charcuterie se sont élevées à \$115,232,179, ou près de 45 p.c. du total des ventes enregistrées par les chaînes de magasins. Le recensement des établissements de commerce en 1924 indique 16,905 épicerie et charcuterie dont les ventes se sont totalisées à \$319,676,823. Le chiffre courant pourrait être estimé à approximativement \$400,000,000. Tenant compte des chaînes qui n'ont pas fait rapport, dans la présente enquête, les ventes totales de ces genres de magasins seraient probablement bien inférieures à \$150,000,000; donc, les magasins indépendants (y compris les coopératives et les chaînes volontaires), font le commerce le plus considérable dans un champ exploité le plus intensivement par des chaînes de magasins.

Comptoirs.—Il est intéressant de noter le nombre de comptoirs, c'est-à-dire en prenant le rayon plutôt que le magasin lui-même, comme unité. Ainsi, cependant qu'il y a des chaînes spéciales pour la vente des bonbons et confiseries, il y a aussi des comptoirs de bonbons dans les pharmacies, les boulangeries, les restaurants, etc., qui sont autant de débouchés de plus pour des denrées similaires. L'histoire complète de la distribution des denrées ne sera connue que lorsque tous les débouchés pour chaque denrée seront connus. Une tentative a été faite en vue d'une énumération complète des débouchés pour chaque classe de denrées, dans les chaînes de magasins dont il a été fait une étude. On en comptait 11,896 dans les 210 chaînes, soit une moyenne de plus de trois pour chaque magasin séparé. Il y en avait 2,965 pour les produits alimentaires et autres produits similaires, 991 pour les cigares, le tabac et articles pour fumeurs; 428 pour les vêtements de femmes, de jeunes filles et d'enfants; 410 pour les meubles; 387 pour les pharmacies et produits pharmaceutiques; et 378 pour la quincaillerie. Les comptoirs pour les autres classes de marchandises se chiffrent de 8 à 369.

Ventes par classes de denrées.—Les ventes selon les classes de denrées sont indiquées dans le tableau 29; les plus considérables sont celles des produits alimentaires et produits connexes, s'élevant à \$140,732,928, près de 55 p.c. des ventes globales des 210 chaînes ayant fait rapport. Viennent ensuite: les vêtements de femmes, jeunes filles et enfants, \$10,743,621 ou 4·2 p.c.; vêtements d'hommes, \$9,815,928 ou 3·8 p.c.; cigares, tabac et articles pour fumeurs, \$8,686,764 ou 3·4 p.c.; draps, tissus et menus articles, \$7,960,739 ou 3·1 p.c.; quincaillerie, \$7,729,686 ou 3·0 p.c.; articles de toilette, \$7,087,194 ou 2·8 p.c.; chaussures, \$6,529,593 ou 2·5 p.c.