

l'inventaire annuel, on ne peut s'attendre que les résultats soient aussi exacts que ceux d'un relevé plus complet. Ils donnent toutefois une indication appréciable de la tendance courante du commerce de gros.

La valeur moyenne en dollars des ventes dans les neuf genres d'affaires qui figurent au relevé mensuel est de 11 p.c. plus élevée en 1940 qu'en 1939, les ventes de tous les mois de 1940, septembre excepté, étant plus volumineuses qu'au cours des périodes correspondantes de l'année précédente. Les lourds achats de stockage de la part des détaillants, pour refaire leurs rayons à la suite d'un commerce de Noël exceptionnellement actif à la fin de 1939, a eu pour résultat des augmentations marquées des ventes en gros en janvier et février 1940. D'autre part, les ventes, en septembre 1940, sont de 16 p.c. en moyenne inférieures à la cime touchée au cours du premier mois de la guerre. Les augmentations des totaux annuels s'étendent à tous les genres d'affaires de même qu'à toutes les régions du pays. Les commerces de l'outillage automobile et de la quincaillerie accusent des gains de 20 p.c. sur 1939; le tabac augmente de 15 p.c.; l'industrie du vêtement, de 14 p.c.; celle de la chaussure, de 11 p.c. Les gains dans les autres branches du commerce qui figurent au relevé ne dépassent pas 10 p.c.

Sous-section 2.—Établissements de détail et de service*

STATISTIQUES DE RECENSEMENT

Commerce de détail par province.—L'Annuaire de 1934-35, pp. 684-702, contient une revue aussi complète des statistiques des établissements de détail et de service que celle paraissant dans le présent ouvrage et qui est basée sur le recensement des établissements de commerce et de service de 1931. Cette revue analyse en détail ce genre de commerce, les ventes nettes annuelles et le personnel par province, groupes et genres de commerce et mode d'opération (i.e. magasins indépendants, multiples de deux magasins, multiples de trois magasins, chaînes volontaires et autres, etc.). Comme ces statistiques ne changeront pas d'ici au prochain recensement, il n'a pas été jugé nécessaire de les republier dans la présente édition de l'Annuaire. Toutefois, pour l'information des lecteurs en général, le résumé statistique suivant est reproduit ici.

* Une revue du commerce de détail pour la période de 1923-30 paraît aux pp. 663-665 de l'Annuaire de 1936. Ce résumé est puisé dans un rapport spécial intitulé "Dix ans de commerce de détail" publié sous forme du bulletin en 1935 par la branche du Commerce Intérieur du Bureau Fédéral de la Statistique.

22.—Commerce des marchandises au détail, par province, 1930

| Province | Popula- tion, 1931 | Établisse- ments | Employés à temps entier | | | Ventes nettes | Stocks en main, fin de l'année (prix courant) |
|-------------------------|--------------------------|---------------------|-------------------------|---------------|----------------------|----------------------|---|
| | | | Hommes | Femmes | Salaires et gages | | |
| | nomb. | nomb. | nomb. | nomb. | \$ | \$ | \$ |
| Ile du Prince-Edouard. | 88,038 | 851 | 732 | 395 | 874,400 | 13,773,700 | 3,359,400 |
| Nouvelle-Ecosse..... | 512,846 | 6,464 | 5,415 | 2,811 | 7,006,300 | 99,519,900 | 18,506,700 |
| Nouveau-Brunswick.... | 408,219 | 4,434 | 4,516 | 2,338 | 6,224,300 | 84,371,900 | 14,806,700 |
| Québec..... | 2,874,255 | 34,286 | 45,085 | 17,815 | 59,778,200 | 651,138,500 | 119,843,700 |
| Ontario..... | 3,431,683 | 43,045 | 64,127 | 30,057 | 101,636,800 | 1,099,990,200 | 177,112,500 |
| Manitoba..... | 700,139 | 6,859 | 11,440 | 6,366 | 18,945,300 | 189,243,900 | 28,253,700 |
| Saskatchewan..... | 921,785 | 10,841 | 10,158 | 2,939 | 14,170,600 | 189,181,100 | 43,153,400 |
| Alberta..... | 731,605 | 8,592 | 9,638 | 3,439 | 14,947,000 | 176,537,100 | 35,800,500 |
| Colombie Britannique. | 694,263 | 9,501 | 14,675 | 6,513 | 23,465,100 | 248,597,500 | 41,055,300 |
| Yukon et T. du N.-O.... | 13,953 | 130 | 215 | 9 | 322,500 | 3,216,100 | 1,735,600 |
| Canada..... | 10,376,786 | 125,003 | 166,001 | 72,682 | 247,370,500 | 2,755,569,900 | 483,627,500 |