

nombre de débouchés de détail augmente de 14·8 p.c. et le volume du commerce en dollars, de 25·6 p.c. Le gain de 25·6 p.c. de la valeur des ventes en dollars entre 1930 et 1941 ne reflète pas de façon exacte l'augmentation du volume physique du commerce, les prix la dernière année étant en moyenne de 8 p.c. inférieurs à ceux de 1930 d'après l'indice des prix de détail du Bureau.

Les résultats des ventes au Nouveau-Brunswick, dans le Québec, l'Ontario, l'Alberta et la Colombie Britannique ne dévient que légèrement du gain moyen de 25·6 p.c. pour tout le Canada, tandis que l'augmentation du nombre de magasins dans ces provinces varie de 12 p.c. en Ontario à 22 p.c. en Colombie Britannique. Malgré une augmentation de 3 p.c. du nombre de magasins en Saskatchewan, les ventes demeurent à peu près les mêmes depuis 1930. Les ventes augmentent de 12 p.c. et 16 p.c. respectivement au Manitoba et dans l'Île du Prince-Edouard, tandis que l'activité intense du temps de guerre entraîne pour la Nouvelle-Ecosse des gains de 67 p.c. dans les ventes et de 10 p.c. dans le nombre de magasins.

Les magasins de détail pour fins de recensement sont classés en 10 groupes selon le genre de commerce. Le gain de 25 p.c. dans le commerce de détail entre les années de recensement reflète un plus gros volume de ventes en 1941 qu'en 1930 pour chaque groupe, excepté celui des magasins de seconde main dont les ventes diminuent de 6 p.c. Les augmentations des ventes varient de 3 p.c. pour les magasins généraux de campagne à 73 p.c. pour les restaurants. Les résultats analysés selon le genre particulier de commerce indiquent des tendances variées entre 1930 et 1941 pour chaque commerce en particulier. Le déplacement du commerce des magasins vendant des épiceries en faveur des magasins vendant des épiceries et de la viande fraîche, classés comme épiceries-boucheries, est révélé dans l'augmentation de 86 p.c. des ventes des épiceries-boucheries comparativement à un gain de 9 p.c. des ventes des épiceries. Le nombre de postes d'essence en 1941 est près du double de celui de 1930 et les recettes augmentent de 137 p.c. entre les deux années. Il y a des augmentations marquées du nombre et des ventes des bazars. Les ventes des bazars augmentent de 93 p.c. en volume pendant les années entre recensements, tandis que le nombre de magasins passe de 513 à 1,085. Les recettes des restaurants, des cafétérias et des autres salles à manger accusent des gains prononcés. L'augmentation de 73 p.c. peut être attribuée dans une certaine mesure au revenu plus élevé du consommateur et à l'accroissement de la population dans les centres urbains en raison de l'expansion industrielle de temps de guerre. Les ventes des magasins de meubles augmentent de 56 p.c.; les autres magasins de détail dont les ventes augmentent d'une façon marquée sont les suivants: pharmacies, 31·5 p.c.; magasins de vêtements et d'accessoires pour femmes, 39·7 p.c.; magasins et comptoirs de tabac, 40·8 p.c.; bijouteries, 44·2 p.c.; vendeurs de véhicules automobiles, 46·3 p.c.

Une étude plus complète du nombre de magasins et des ventes se trouve aux pp. 633-635 de l'Annuaire de 1945.

Répartition du dollar du consommateur selon la marchandise.—Les deux diagrammes qui suivent illustrent les proportions relatives du dollar du consommateur dépensées pour divers groupes de denrées dans tous les genres de débouchés de détail. C'est-à-dire que ces pourcentages sont fondés non seulement sur les ventes des magasins de détail, mais également sur les ventes au détail faites par d'autres débouchés tels que les boulangeries et les laiteries manufacturières et autres.