

d'enseignement, les enseignants et les étudiants, afin de déterminer la pénétration et le taux de croissance des marchés; elles serviront également à la recherche fondamentale sur les activités économiques aux niveaux local, provincial et national.

De plus, les associations professionnelles et commerciales pourront utiliser les renseignements statistiques pour analyser les ventes, les stocks et d'autres éléments à l'intention de leurs membres. Les commissions municipales d'urbanisme et les promoteurs immobiliers pourront s'en servir pour la rénovation urbaine et la planification des centres commerciaux. Les détenteurs de concessions pourront obtenir des renseignements détaillés sur la pénétration et la viabilité de ce genre d'entreprise dans les secteurs hautement concurrentiels du commerce de détail et des services.

Il convient également de noter l'utilisation des statistiques du commerce et des services dans le domaine des communications. Les journaux, périodiques et magazines incorporent des données de Statistique Canada dans leurs divers exposés sur la situation dans le monde des affaires au Canada et aux États-Unis. Les renseignements sur le commerce de gros et de détail et sur les services établis à l'occasion du recensement de 1971 constitueront un élément essentiel de ces exposés.

17.4.2 Enquêtes intercensitaires

17.4.2.1 Commerce de détail

L'évolution du commerce de détail constitue l'un des indices les plus précis de la prospérité et du bien-être économique du pays. En 1972, les détaillants ont absorbé 48.4% du revenu personnel disponible des Canadiens et ont figuré pour 51.7% de l'ensemble des dépenses personnelles au titre des biens et services de consommation. La valeur des ventes au détail, estimée d'après les sondages intercensitaires et rectifiée tous les cinq ans en fonction d'un nouveau recensement, a augmenté de 49.5% au cours de la période 1966-72. On peut trouver le détail des rectifications intercensitaires dans *Commerce de détail, 1961-1966* (n° de catalogue 63-517) et dans *Commerce de détail, rectification des estimations postcensales de 1966 à 1970* (n° de catalogue 63-519). Entre 1971 et 1972, les ventes ont augmenté, d'après les estimations, de 10.7% comparativement à 9.3% entre 1970 et 1971. Ce chiffre reflète non seulement l'effet des tendances inflationnistes mais également la progression vigoureuse de l'économie en 1972. La série courante sur le commerce de détail, qui figure au tableau 17.20, répartit le commerce de détail en 18 genres d'entreprises et donne les totaux par province pour la période 1966-72. On peut trouver de plus amples renseignements sur le commerce de détail dans le bulletin mensuel intitulé *Commerce de détail* (n° de catalogue 63-005).

Magasins à succursales et magasins indépendants. Au sein du commerce de détail, les magasins à succursales et les détaillants indépendants se font concurrence pour obtenir ou conserver une partie suffisante du marché global. (Statistique Canada définit l'entreprise de détail à succursales comme «une entreprise qui exploite au moins quatre magasins de vente au détail dans le même genre de commerce et suivant la même forme juridique». La concession située dans un grand magasin n'est pas considérée, aux fins de la présente définition, comme un local d'affaires.) Les magasins indépendants ont conservé la prédominance dans certains genres de commerces, notamment les marchands de véhicules automobiles, les stations-service et garages, les magasins d'alimentation autres que les épicerie et épicerie-boucheries, les marchands de combustibles et les magasins de vêtements pour hommes, dans d'autres genres, notamment dans les grands magasins, les bazards et les magasins généraux, ce sont les magasins à succursales qui réalisent la plus forte proportion des ventes. Au cours des dernières années, les variations de la part du marché ont été les plus marquées dans les magasins de vêtements pour femmes, les épicerie et épicerie-boucheries, les magasins de vêtements pour la famille, les bijouteries et les magasins de chaussures. Le constant mouvement de bascule entre les magasins à succursales et indépendants est illustré aux tableaux 17.21 et 17.22.

Grands magasins. En 1972, les grands magasins ont réalisé une plus grande proportion de l'ensemble des ventes que la plupart des autres genres de commerces de détail (ils n'ont été surpassés que par les épicerie et épicerie-boucheries et les marchands de véhicules automobiles). Leurs ventes, évaluées à 3,687.9 millions de dollars, représentaient 10.9% de l'ensemble du commerce de détail et 14.2% du chiffre d'affaires de leurs concurrents (c'est-à-dire de tous les commerces autres que les marchands de véhicules automobiles, les marchands de combustibles et certains genres d'entreprises du groupe «tous autres magasins».