

les intérêts, les dividendes et revenus de placements divers, les transferts des administrations publiques aux particuliers et les soldes et indemnités des militaires) a augmenté de 10.3% par an de 1966 à 1969, mais seulement de 3.3% par an de 1970 à 1973.

Magasins à succursales et magasins indépendants. L'entreprise de détail à succursales est définie comme étant une entreprise qui exploite au moins quatre magasins de vente au détail dans le même genre de commerce et suivant la même forme juridique. Tous les grands magasins sont classés comme «magasins à succursales» même s'ils ne satisfont pas à cette définition. Un détaillant indépendant est une personne qui exploite entre un et trois magasins, même s'il fait partie d'un ensemble de détaillants volontairement groupés.

Dans certains genres de commerce, tels que les marchands de véhicules automobiles, les stations-service et garages, les «autres magasins d'alimentation» (c.-à-d. à l'exclusion des épiceries et épiceries-boucheries) et les magasins de vêtements pour hommes, les marchands indépendants ont conservé leur position prédominante; dans d'autres catégories, comme par exemple les magasins de marchandises diverses et les bazars, les entreprises à succursales dominent. Le tableau 18.2 fournit des renseignements sur les tendances des ventes des magasins à succursales et des magasins indépendants par genre de commerce en 1970 et 1973, et le taux de variation de 1966 à 1969 et de 1970 à 1973.

De 1966 à 1969, les ventes des magasins à succursales ont augmenté de 30.3% et celles des magasins indépendants de 16.1%. De 1970 à 1973, les ventes au détail des magasins à succursales et des magasins indépendants ont progressé à un taux supérieur à celui de la période précédente. Les ventes des magasins à succursales ont augmenté de 42.8%, celles des magasins indépendants de 32.5%.

Les épiceries et épiceries-boucheries ont continué à enregistrer des augmentations au détriment des magasins indépendants. Même si les magasins généraux à succursales étaient moins importants que les magasins indépendants, de 1970 à 1973 ceux-là ont grandement devancé ceux-ci. Les magasins à succursales dans la catégorie des bazars, qui étaient plus nombreux que les magasins indépendants, ont connu des augmentations inférieures à celles enregistrées par ces derniers. De 1970 à 1973, les bazars représentaient la seule catégorie où les augmentations des ventes des magasins à succursales ont été inférieures à celles des magasins indépendants. Dans le cas des stations-service et des garages, les ventes des entreprises à succursales sont nettement inférieures à celles des entreprises indépendantes, mais une tendance semble se dessiner en faveur des entreprises à succursales. Les augmentations des ventes des entreprises à succursales comparativement à celles des entreprises indépendantes étaient de 50.1% contre 22.8% de 1966 à 1969 et de 104.1% contre 20.6% de 1970 à 1973. Les magasins à succursales de vêtements pour hommes figurent pour une proportion sensiblement plus faible des ventes que les magasins indépendants. Les deux ont connu des augmentations analogues de 1966 à 1969, mais de 1970 à 1973 les magasins à succursales ont enregistré des augmentations de 49.7% comparativement à 16.5% pour les magasins indépendants. Une tendance semblable à celle observée dans le cas des magasins de vêtements pour hommes a été relevée au sujet des ventes des magasins de chaussures. Auparavant, les magasins à succursales justifiaient d'une proportion plus faible du total, mais après une augmentation de 31.3% comparativement à 10.3% pour les magasins indépendants, les ventes des magasins à succursales dépassent maintenant celles des magasins indépendants. Le même phénomène s'est produit pour ce qui est des magasins de meubles, téléviseurs et appareils ménagers, des marchands de combustibles et des pharmacies. Dans chaque cas, l'augmentation des ventes des magasins à succursales comparativement à celle des magasins indépendants a progressé beaucoup plus rapidement entre 1970 et 1973 qu'entre 1966 et 1969.

Le tableau 18.3 fait voir l'importance relative des magasins à succursales par genre de commerce et les tendances de 1966 à 1973. Les pourcentages indiqués dans ce tableau représentent la part du marché détenue par les magasins à succursales. Les magasins indépendants justifient du reste; par exemple, en 1973 les magasins à succursales représentaient 39.6% du marché total et les magasins indépendants 60.4%. Les ventes au détail dans les points de vente des magasins à succursales en 1966 figuraient pour 33.0% de l'ensemble des ventes au détail, alors qu'en 1973 le chiffre correspondant était de 39.6%. La variation la plus considérable s'est produite dans la catégorie des épiceries et épiceries-boucheries, où la part du marché absorbée par les magasins à succursales a augmenté de 44.9% en 1966 à 55.9% en 1973, et dans les magasins de vêtements pour femmes où elle est passée de