

18.1.2 Financement des ventes et crédit à la consommation

L'industrie de la vente au détail est assortie de services financiers qui facilitent les dépenses du consommateur. Les sociétés de financement des ventes accordent du crédit non seulement pour les biens de consommation mais aussi pour les biens industriels et commerciaux. Ces entreprises comprennent les sociétés indépendantes de financement des ventes, les sociétés de financement des ventes constituées en filiales de firmes de construction d'automobiles, de camions et de machines agricoles, et les sociétés de prêts à la consommation qui financent également les contrats de ventes sous condition.

À la fin de 1973, les créances actives totales des sociétés de financement des ventes au titre du commerce de détail atteignaient le niveau sans précédent de \$2,679.7 millions, ce qui représente une augmentation de 20.2% par rapport à 1972 (\$2,228.4 millions). Sur le montant total à la fin de 1973, \$1,528.9 millions portaient sur des biens commerciaux et industriels et \$1,150.8 millions sur des biens de consommation.

Les nouveaux effets achetés par les sociétés de financement des ventes se sont élevés à \$2,463.1 millions, dont \$1,383.0 millions portaient sur des biens commerciaux et industriels et \$1,080.1 millions sur des biens de consommation. De 1972 à 1973, le financement des biens commerciaux a été plus important que le financement des biens de consommation; la valeur totale des effets achetés a augmenté de 22.1%, c'est-à-dire de 14.8% pour les biens de consommation et de 28.5% pour les biens commerciaux et industriels.

Même s'il a perdu de son importance, le principal produit financé par les sociétés de financement des ventes demeure les voitures particulières neuves. De 1970 à 1973, la proportion des créances actives totales représentée par les créances actives pour les voitures particulières des consommateurs a diminué, tombant de 34.3% à 29.6%, alors que dans le cas des véhicules utilitaires (voitures particulières employées à des fins commerciales comprises), la proportion est passée de 27.0% à 36.5%.

Le crédit à la consommation est accordé au moyen de prêts en espèces, d'avances de biens et services ou de cartes de crédit, en échange d'une promesse de payer par la suite — généralement par des versements qui comprennent les intérêts et les frais de financement. Le financement à tempérament par les sociétés de crédit par acceptation qui sont des filiales d'importantes organisations de vente au détail ou qui leur sont associés est pris en compte, mais les prêts pleinement garantis et les dettes à long terme, comme par exemple les hypothèques sur le logement et les prêts de rénovation de maisons, sont exclus.

Le tableau 18.12 indique les tendances chez divers genres d'institutions prêteuses pour ce qui concerne les créances actives des prêts à la consommation et du financement des achats des consommateurs. De 1966 à 1969, la valeur totale des créances actives pour les prêts à la consommation a augmenté de 43.2%; de 1970 à 1973, elle a augmenté de 50.3%. Par comparaison, les achats des consommateurs dans les magasins de détail au cours de ces deux mêmes périodes ont augmenté respectivement de 20.8% et 36.4%, et l'indice des prix à la consommation de 12.7% et 16.0%.

Les différentes institutions prêteuses ont connu des taux très variés. Les créances actives des prêts à la consommation des sociétés de financement des ventes et de prêts à la consommation ont en fait diminué de 1966 à 1973. Une baisse a également été enregistrée par les sociétés qui prêtent de l'argent en vertu de la Loi sur les petits prêts (sommes inférieures à \$1,500). D'autres institutions prêteuses ont connu des augmentations relativement faibles de 1966 à 1973, par exemple les magasins de meubles, téléviseurs, radios et appareils ménagers (13.0%), les «autres» magasins de détail (44.8%), les grands magasins (57.5%), les services publics (80.8%) et les compagnies d'assurance-vie qui prêtent sur polices (92.7%). Les augmentations les plus importantes ont été enregistrées par les sociétés de prêts à la consommation accordant des prêts de plus de \$1,500 (223%), les banques à charte (261%), les «autres» supports de crédit (183%) et les caisses d'épargne et de crédit (158%).

18.1.3 Services

Les entreprises de services représentent généralement les entreprises qui assurent un service et dans lesquelles la vente de biens ne constitue qu'une faible part de leur activité. Les services sont habituellement classés en six groupes principaux: divertissements et loisirs (cinémas, salles de quilles, salles de billard, clubs de santé, etc.); services personnels (salons de coiffure pour hommes et pour femmes, blanchisseries et établissements de nettoyage à sec,