



indépendants, de 1970 à 1974 ceux-là avaient grandement devancé ceux-ci, soit dans une proportion de 99.3% contre 46.3%. Les principaux magasins à succursales dans la catégorie des bazars ont affiché des augmentations inférieures (25.4%) à celles des magasins indépendants (35.8%), et durant la période observée, les bazars représentaient la seule catégorie où les augmentations des ventes des magasins à succursales étaient 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 177.3% contre 35.6% de 1970 à 1974. Les magasins à succursales de vêtements pour hommes figurent pour une proportion sensiblement plus faible des ventes que les magasins indépendants, mais de 1970 à 1974 les magasins à succursales ont enregistré des augmentations de 79.4% comparativement à 26.2% 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 magasins de chaussures. Auparavant, les magasins à succursales justifiaient d'une proportion plus faible du total, mais après une augmentation de 44.8% comparativement à 17.6% pour les magasins indépendants, les ventes des magasins à succursales dépassent maintenant celles des magasins indépendants. Le même phénomène