

l'année scolaire 1973-74, 216 librairies de campus ont réalisé des ventes nettes de \$50 millions, ce qui représente une augmentation de 13.2% par rapport à l'année scolaire précédente. De ce montant, 66.3% provenait de la vente de manuels scolaires, 10.7% de la vente de livres ordinaires, 15.0% de la vente de papeterie et fournitures et 8.0% de la vente d'articles divers (tableau 18.7).

Vente au détail hors magasin. La vente au détail en magasin n'est pas l'unique façon dont les biens de consommation atteignent le consommateur; il existe également d'autres canaux de distribution, plus directs ceux-là. Ce qui les caractérise est le fait que les marchandises évitent complètement le point de vente au détail et sont acheminées du producteur primaire, du fabricant, de l'importateur, qui s'occupe de vente en gros ou se spécialise dans la vente directe, vers le consommateur. La Division du commerce et des services effectue les enquêtes périodiques, normalement des enquêtes annuelles, de deux formes distinctes sur le commerce de détail hors magasin: les ventes de marchandises par distributeurs automatiques et les ventes des fabricants et distributeurs se spécialisant dans la vente directe, par exemple la vente par catalogue ou par correspondance, le démarchage, les réceptions à domicile, etc.

Ventes des distributeurs automatiques. Cette enquête a pour objet d'évaluer les ventes de marchandises effectuées par les distributeurs automatiques possédés et exploités par des commerçants indépendants et par des succursales ou divisions d'entreprises manufacturières et d'entreprises de gros. Ne sont pas prises en compte les ventes de milliers de distributeurs automatiques (qui vendent par exemple des cigarettes, des boissons, des confiseries, etc.) possédés et exploités par des magasins de détail, des restaurants et des stations de service, étant donné que de façon générale ces statistiques sont forcément prises en compte dans les données fournies pour d'autres enquêtes.

En 1973, les 648 exploitants des 104,253 distributeurs automatiques visés par l'enquête ont déclaré des ventes de \$207 millions, dont \$2.5 millions provenant des 26,155 distributeurs de «confiseries en vrac» (tableau 18.8). Ces ventes dépassaient de 15.7% celles de 1972 (\$179 millions). Comme l'indique le tableau 18.9, l'accroissement des ventes par les principaux types suivants de distributeurs est le premier facteur qui explique l'augmentation générale des recettes entre 1972 et 1973: les ventes des distributeurs de cigarettes qui sont montées de 14.1% pour atteindre \$99.7 millions; les ventes des distributeurs de café qui ont augmenté de 13.4% pour se chiffrer à \$32.0 millions; et les ventes des distributeurs de boissons gazeuses qui ont augmenté de 7.5% pour s'établir à \$31.2 millions. Des gains notables ont également été enregistrés pour les distributeurs de confiseries sous emballage, de pâtisserie et de grignotines, dont les recettes sont montées de 15.4% pour atteindre \$18.0 millions; les distributeurs d'aliments frais, dont les ventes ont augmenté de 30.4% pour s'établir à \$12.1 millions; les distributeurs de lait (et jus) en contenant, dont les recettes ont progressé de 55.9% pour se chiffrer à \$6.5 millions; et les distributeurs de soupe et d'aliments chauds en boîte, dont les ventes ont augmenté de 21.8% pour atteindre \$3.4 millions en 1973.

Sur les 77,230 distributeurs automatiques de taille normale (abstraction faite des petits distributeurs de «confiseries en vrac»), installés à la fin de 1973, 38.4% se trouvaient dans des établissements industriels, 22.5% dans des hôtels, motels, tavernes, restaurants, etc., et 14.6% dans des institutions telles que hôpitaux, écoles, collèges, etc.

Des enquêtes spéciales portant sur les années 1972 et 1973 ont déterminé que 27,014 distributeurs automatiques avaient été vendus au Canada par des fabricants et des importateurs pour un montant de \$16.3 millions en 1973, comparativement à 24,547 distributeurs d'une valeur de \$14.1 millions un an auparavant. Les ventes les plus importantes au cours de la dernière année observée sont les suivantes: 4,637 distributeurs de cigarettes qui ont vendu pour \$3.3 millions, 1,883 distributeurs de café qui ont vendu pour \$2.3 millions et 8,897 distributeurs de boissons gazeuses qui ont vendu pour \$6.9 millions.

Vente directe. Le public connaît très bien cette méthode commerciale suivant laquelle des démarcheurs se rendent à domicile pour vendre une grande variété de produits. Les produits vendus, et les ventes réalisées (entre parenthèses) se présentent comme suit: cosmétiques et bijouterie de parure (\$101.6 millions); appareils électroménagers, y compris aspirateurs (\$62.7 millions); vaisselle, batteries de cuisine et ustensiles (\$38.7 millions); nettoyeurs ménagers, brosses, balais et vadrouilles (\$26.1 millions); et livres (\$23.1 millions). Parmi les autres produits vendus à domicile figurent le pain, le lait et les produits laitiers (\$233.3 millions) et les journaux (\$128.1 millions).