Commerce et services

18.1

Cette section porte sur la distribution de biens et services qui passent du producteur au consommateur, par l'intermédiaire surtout de grossistes et de détaillants ainsi que d'entreprises de services, constituant ce qu'il est généralement convenu d'appeler le processus de commercialisation.

Le commerce comprend la vente en gros et l'entrepôtage, qui sont assurés par divers intermédiaires: grossistes, agents et courtiers, intermédiaires en produits de base, services de vente des fabricants, stockistes et distributeurs par camion de produits pétroliers. La vente au détail englobe toutes les activités qui transmettent des biens aux consommateurs pour usages domestiques ou personnels, par l'intermédiaire de magasins traditionnels ou de méthodes commerciales dont la vente directe et par distributeurs automatiques.

Les données sur le commerce et les services sont recueillies lors des recensements périodiques des entreprises et par le moyen d'enquêtes mensuelles, annuelles et occasionnelles. Ces dernières années, on a porté un grand intérêt au secteur des services, y compris des services à but non lucratif, ce qui s'est traduit par un élargissement du champ d'observation statistique dans ce domaine.

Commerce de détail

18.1.1

Les données sur le commerce de détail sont recueillies par Statistique Canada au moyen d'enquêtes mensuelles auprès de tous les magasins de détail à succursales (quatre magasins ou plus faisant partie d'une même entreprise et appartenant à un même propriétaire), et auprès d'un échantillon de détaillants indépendants.

Le tableau 18.1 présente des données sur le commerce de détail de 1972 à 1975 et indique les taux de variation pour cette période. Entre 1972 et 1975, les ventes au détail sont passées de \$34.1 milliards à \$51.2 milliards, ce qui représente une augmentation de 50.1%. Des augmentations supérieures à la moyenne ont été enregistrées par les bijouteries (63.4%), les marchands de véhicules automobiles (63.2%) et les magasins de vêtements pour la famille (57.9%). Parmi les commerces qui ont enregistré les plus faibles augmentations figurent les bazars (21.6%), les garages (24.6%) et tous les autres magasins d'alimentation (24.7%). Toutes les provinces ont affiché des augmentations supérieures à 46.0%, l'Alberta ayant enregistré la plus forte (67.0%), suivie par la Saskatchewan (64.5%) et l'Île-du-Prince-Édouard (54.6%); le Manitoba a enregistré la plus faible (46.5%).

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.

Le tableau 18.2 donne des renseignements sur les tendances des ventes des magasins à succursales et des magasins indépendants par genre de commerce en 1972 et 1975, et le taux de variation entre ces deux années. De 1972 à 1975, les ventes des magasins à succursales ont augmenté de 57.7% et celles des magasins indépendants de 44.9%. Comme dans le passé, les succursales des épicerie-boucheries ont continué à enregistrer des augmentations des ventes (61.6%) au