

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'entreposage, 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 telles que la vente directe et la vente par distributeurs automatiques.

Les données sur le commerce et les services sont recueillies au moyen de recensements périodiques des entreprises et d'enquêtes mensuelles, annuelles et occasionnelles. Ces dernières années, on a porté un grand intérêt au secteur des services, 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, par genre de commerce et par province, le commerce de détail de 1974 à 1977 et indique les taux de variation pour cette période: les ventes au détail sont passées de \$44.8 milliards à \$61.6 milliards, ce qui représente une augmentation de 37.6%. Des augmentations supérieures à la moyenne ont été enregistrées par les magasins d'articles de sport et d'accessoires (66.7%), les librairies et papeteries (56.0%), et les épiceries, confiseries et magasins d'articles divers (54.2%). Parmi les commerces qui ont enregistré les plus faibles augmentations figurent les magasins de meubles, téléviseurs, radios et appareils ménagers (4.5%), les magasins de marchandises diverses (12.0%) et les magasins de chaussures spécialisées (14.2%). Toutes les provinces ont affiché des augmentations supérieures à 25.0%, l'Alberta ayant enregistré la plus forte (57.6%), suivie par le Nouveau-Brunswick (37.8%) et l'Île-du-Prince-Édouard (37.4%); le Manitoba a enregistré la plus faible (26.0%).

Magasins à succursales et magasins indépendants. L'entreprise de détail à succursales est 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 1974 et 1977, et le taux de variation entre ces deux années; les ventes des magasins à succursales ont augmenté de 37.5% et celles des magasins indépendants de 37.6%. Comme dans le passé, les succursales des épiceries-boucheries ont continué à enregistrer des augmentations de leurs ventes (41.5%) au détriment des magasins indépendants (27.6%). Même si le chiffre d'affaires des magasins d'articles de sport et d'accessoires à succursales était moins important que celui des magasins indépendants, de 1974 à 1977 ceux-là ont progressé plus que ceux-ci: 216.9% contre 62.6%. Les magasins de vêtements pour femmes, où les magasins indépendants tenaient la plus grande place en 1974, étaient dominés par les magasins à succursales en 1977. On note