

également une progression des magasins à succursales dans les catégories suivantes: magasins généraux, magasins de vêtements pour hommes, magasins de vêtements pour la famille, librairies et papeteries et magasins d'accessoires personnels. Dans chaque cas, l'augmentation des ventes a été beaucoup plus considérable pour les magasins à succursales que pour les magasins indépendants entre 1974 et 1977.

Le tableau 18.3 fait voir l'importance relative des magasins à succursales par genre de commerce et les tendances de 1974 à 1977. Les pourcentages indiqués représentent la part du marché détenue par les magasins à succursales, les magasins indépendants justifiant du reste. En 1977, tout comme en 1974, les magasins à succursales représentaient 42.0% du marché total (et les magasins indépendants 58.0%), comparativement à 41.8% en 1976. Les variations les plus considérables se sont produites dans la catégorie des magasins généraux, où la part du marché absorbée par les magasins à succursales s'est élevée de 19.2% en 1974 à 28.0% en 1977, et dans celle des magasins de vêtements pour hommes, où la part du marché des magasins à succursales a grimpé de 24.4% en 1974 à 33.2% en 1977. Les diminutions les plus marquées de la part du marché des magasins à succursales sont survenues dans les magasins de meubles, où le pourcentage est tombé de 19.6% en 1974 à 15.5% en 1977, ainsi que dans les magasins de pièces et d'accessoires d'automobile, où il a régressé de 17.0% en 1974 à 13.5% en 1977.

Grands magasins. Les grands magasins (tableau 18.4) ont affiché l'un des taux de progression les plus constants de toutes les catégories du commerce de détail. Leurs ventes ont été dépassées seulement par celles des épicerie-boucheries et celles des marchands de véhicules automobiles. En 1977, les ventes des grands magasins s'établissaient à \$6,941 millions, abstraction faite des ventes par catalogue, soit une augmentation de 36.9% par rapport à 1974. La part du marché absorbée par ces magasins en 1977 était de 11.3%.

Pour ce qui concerne les rayons des grands magasins, les plus fortes augmentations en 1977 ont été enregistrées dans la bijouterie (58.1%), la lingerie et les vêtements de nuit pour femmes (52.6%), les appareils et fournitures de photographie (52.2%) et la quincaillerie, la peinture et le papier teint (49.8%). Sept rayons ont enregistré des ventes supérieures à \$300.0 millions, les plus élevées ayant été observées dans les rayons des meubles et des produits alimentaires et assimilés (\$367.8 millions chacun); venaient ensuite les gros appareils ménagers (\$351.9 millions), les vêtements sport pour femmes et jeunes filles (\$341.2 millions), les articles de toilette, cosmétiques et médicaments (\$330.8 millions), les vêtements pour hommes (\$325.3 millions) et les accessoires pour hommes (\$313.6 millions). La plus faible augmentation des ventes a été enregistrée dans le rayon des chapeaux (4.6%), où les ventes ont été également les plus faibles (\$16.0 millions).

Ventes de véhicules automobiles neufs. Le plus important groupe homogène de produits écoulés dans les points de vente au détail est celui des «véhicules automobiles neufs». La série statistique fondée sur les ventes de cette catégorie particulière de biens de consommation durables est un bon indicateur des attitudes et des prévisions des consommateurs relativement à l'économie nationale. En 1977, les ventes de véhicules automobiles neufs, d'une valeur de \$8,546 millions, représentaient 72.7% des ventes au détail des marchands de véhicules automobiles (\$11,750 millions), 13.9% de l'ensemble des ventes au détail (\$61,597 millions) et 7.0% des dépenses totales pour les biens et services de consommation (\$121,955 millions).

Statistique Canada obtient auprès des fabricants et importateurs canadiens des chiffres mensuels sur les ventes de véhicules automobiles neufs, en nombre et en valeur. Les utilisateurs des données sur le nombre de véhicules vendus doivent toutefois se rappeler que ces chiffres diffèrent de ceux provenant d'autres sources, par exemple de ceux portant sur les expéditions des fabricants ou sur les immatriculations, à cause des différences de définition et des différences de classement suivant qu'il s'agit de véhicules neufs ou de véhicules de démonstration, de ventes aux Forces canadiennes, d'importations de véhicules semi-finis ou de ventes de moteurs et de châssis aux constructeurs de carrosseries.