

Si l'on considère les rayons, sur les 40 couverts par l'enquête de Statistique Canada, 32 ont enregistré des ventes plus élevées en 1985 qu'en 1984. Les plus fortes augmentations ont eu lieu dans la quincaillerie, peinture et papier-tenture (+ 23.4 %), les fourrures (+ 14.6 %), la bijouterie (+ 13.4 %) et les robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour femmes et jeunes filles (+ 12.6 %). Pour ce qui est des diminutions, elles se situaient entre 9.9 %, pour l'essence, l'huile, les accessoires d'automobile, la réparation et les fournitures, et 0.6 %, pour les tentures, rideaux et housses.

17.1.3 Ventes de véhicules automobiles neufs

Vu l'importance considérable de l'industrie automobile au Canada, les ventes au détail de véhicules automobiles neufs constituent l'un des principaux indicateurs économiques de la santé de l'économie nationale. En effet, elles représentent l'un des premiers postes de la dépense personnelle globale en biens et services de consommation dans le produit intérieur brut. Des taux d'intérêt réduits et une conjoncture économique généralement plus reluisante ont contribué à l'accroissement considérable de 19.2 % des ventes de véhicules automobiles neufs en 1985, lesquelles ont atteint un niveau record de 1.5 million d'unités, d'une valeur de \$19.9 milliards. Les ventes de voitures particulières ont totalisé 1.1 million d'unités en 1985, d'une valeur de \$13.7 milliards, soit une augmentation de 17.1 % par rapport à 1984. Les ventes de camions et autobus ont progressé de 25.9 % pour atteindre 0.4 million d'unités, d'une valeur de \$6.2 milliards.

Les fabricants nord-américains détenaient 69.9 % du marché canadien des voitures particulières en 1985 (d'après les ventes d'unités), comparativement à 74.7 % en 1984. Les fabricants japonais et sud-coréens, avec 58.2 % et 23.1 % respectivement, détenaient la majeure partie du marché canadien des voitures particulières importées en 1985. Les ventes des fabricants nord-américains figuraient pour 87.7 % du marché canadien des camions et autobus, niveau à peu près inchangé par rapport à 1984.

La Section du commerce de détail, de la Division de l'industrie à Statistique Canada, recueille des statistiques sur les véhicules automobiles neufs directement auprès des fabricants canadiens et des importateurs ou distributeurs de véhicules neufs qui exercent leur activité au Canada. Ces sources fournissent des données sur le nombre de véhicules automobiles vendus par leur réseau de concessionnaires et sur la valeur totale des ventes. Les statistiques sur le nombre d'unités peuvent ne pas correspondre exactement à d'autres données existantes, par exemple sur les

expéditions des fabricants ou sur les immatriculations, à cause des différences dans les définitions, les concepts et le traitement des chiffres.

17.1.4 Librairies de campus

Des statistiques sur le commerce de détail sont recueillies chaque année auprès de plus de 300 librairies situées sur les campus des universités et d'autres établissements d'enseignement post-secondaire. A cause de leur emplacement et du caractère saisonnier de leur activité, les librairies de campus ne sont pas prises en compte dans les estimations mensuelles du commerce de détail. Entre 1981 et 1985, le total des ventes au détail effectuées par les librairies de campus a augmenté de 49.6 % pour passer de \$157.7 millions à \$235.8 millions. Si l'on considère l'année scolaire 1984-1985, sur la valeur totale des ventes de \$235.8 millions, \$153.7 millions ou 65.2 % figuraient pour les manuels, \$19.8 millions ou 8.4 % pour les autres livres, \$34.4 millions ou 14.6 % pour la papeterie et les fournitures, et \$27.8 millions ou 11.8 % pour les articles divers.

17.1.5 Vente au détail hors magasin

La vente au détail en magasin n'est pas l'unique façon dont les biens atteignent le consommateur: il existe également d'autres moyens qui, tout à fait hors des réseaux de points de vente traditionnels, assurent le mouvement des biens du producteur primaire, du fabricant, de l'importateur, du grossiste ou du spécialiste de la vente directe au consommateur. Statistique Canada effectue des enquêtes annuelles sur deux formes distinctes de commerce au détail hors magasin: les ventes de marchandises par distributeurs automatiques et les ventes des fabricants et distributeurs qui s'adressent à l'acheteur sans autres intermédiaires que le catalogue, le contact par correspondance, le démarchage et les démonstrations à domicile.

Ventes des distributeurs automatiques. Cette enquête a pour objet d'évaluer les ventes de marchandises par distributeurs automatiques possédés et exploités par des commerçants indépendants et par des succursales ou divisions d'entreprises manufacturières et d'entreprises de gros. Elle fait abstraction des ventes de milliers de distributeurs automatiques (qui offrent par exemple des cigarettes, des boissons, des confiseries) dans les magasins de détail, les restaurants et les stations-service propriétaires ou exploitants de ces machines; les statistiques de ces ventes font partie des données provenant d'autres enquêtes, et il est généralement impossible de les isoler.

En 1984, les ventes des 714 exploitants de distributeurs automatiques (141,476 distributeurs