

### 17.1.3 Ventes de véhicules automobiles neufs

Vu l'importance de l'industrie automobile au Canada, les ventes au détail de voitures automobiles neuves constituent l'un des principaux indicateurs du rendement économique du Canada et représentent un des principaux postes quant aux dépenses personnelles totales pour des biens et services de consommation pour ce qui est du produit intérieur brut.

L'industrie automobile, qui été la plus sérieusement atteinte par la récession de 1982, est celle qui a connu au départ la reprise la plus forte. Les ventes au détail de véhicules automobiles neufs ont enregistré des taux de croissance sans précédent (entre 24 % et 29 %) en 1983, en 1984 et en 1985, avant de ralentir pour connaître des taux de 9,8 % et 12,0 % en 1986 et en 1987 respectivement. Les ventes de véhicules automobiles neufs en 1987 ont atteint 24,5 milliards de dollars : 64 % (15,7 milliards de dollars) représentaient des ventes de voitures particulières, et 36 % (8,7 milliards de dollars), des ventes de véhicules commerciaux.

La forte croissance observée dans le secteur des véhicules commerciaux a partiellement compensé le ralentissement de la demande de voitures particulières qui s'est produit en 1986 et en 1987. Les ventes de nouvelles voitures particulières, qui s'élevaient à 1,1 million d'unités en 1987, se sont tout juste maintenues à leur niveau de 1985, en dépit des efforts continus des fabricants d'automobiles pour stimuler les ventes par le recours à des programmes de financement innovateurs.

Les fabricants nord-américains détenaient 65,8 % du marché canadien des voitures particulières en 1987 (d'après les ventes d'unités), comparativement à 69,5 % en 1986. Les fabricants japonais détenaient la majeure partie du marché canadien des voitures particulières importées en 1987 (66,8 %). Les ventes des fabricants nord-américains représentaient 89,0 % du marché canadien des camions et autobus en 1987, comparativement à 87,6 % en 1986.

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

chiffres s'y rapportant, lesquelles surviennent en raison des concepts particuliers à chaque enquête.

### 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. À 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 1984 et 1987, le total des ventes au détail qu'ont effectuées les librairies de campus a augmenté de 40,9 % pour passer de 211,8 millions de dollars à 298,4 millions de dollars. Si l'on considère l'année scolaire 1986-1987, les manuels représentaient 62,5 % des ventes totales; les autres livres, 8,5 %; la papeterie et les fournitures, 11,5 %; et tous les autres articles, 17,5 %.

### 17.1.5 Vente au détail hors magasin

La vente au détail en magasin n'est pas l'unique façon dont les biens arrivent jusqu'au consommateur : il existe également d'autres moyens qui, 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 de commerce au détail hors magasin : les ventes de marchandises par distributeurs automatiques et les ventes des fabricants et distributeurs qui s'adressent directement à l'acheteur en utilisant des méthodes telles le démarchage, la vente par catalogue, les programmes télévisés d'achat à la maison et les démonstrations à domicile.

**Ventes des distributeurs automatiques.** L'enquête qui comprend ce genre de ventes 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 de ces marchandises. Elle fait abstraction des ventes de distributeurs automatiques 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 1986, les ventes des 698 exploitants de distributeurs automatiques (158 177 distributeurs en tout) faisant partie de l'univers de cette enquête ont été de 387,2 millions de dollars, ce qui correspond à une augmentation de 5,4 % par rapport