

Indice de l'activité commerciale

Résumé

L'indice commercial constitue une mesure finale de synthèse de l'attrait exercé par les centres urbains sur l'établissement d'activités commerciales. L'indice compare l'emploi réel dans le secteur commercial avec l'emploi probable calculé d'après la population. Ainsi, il tient compte à la fois de la variation du revenu par habitant (attrait du marché local) et de la centralité, en ce qui concerne l'aptitude à desservir les zones de service à l'extérieur de la ville. Parallèlement, la variation du revenu par habitant favorise les villes industrielles de l'Ontario, alors que la mesure de la centralité favorise les centres plus petits de l'Ouest du Canada. Les petits centres de secteur primaire, particulièrement dans la région de l'Atlantique ou au Québec, obtiennent les valeurs les plus faibles. Pour une entreprise de services commerciaux, l'indice commercial est un indicateur précieux du potentiel d'une ville à générer des ventes qui dépassent le niveau indiqué par sa taille. Pour les institutions publiques, moins sensibles aux variations du niveau de revenu, l'indice permet de mesurer la capacité de la ville à desservir une plus grande population.

L'indice de l'activité commerciale permet de comparer l'emploi réel dans les services commerciaux d'une ville avec l'emploi total probable calculé d'après sa population. Les services commerciaux comprennent toutes les activités de marché qui permettent l'exécution de tâches pour les entreprises ou les consommateurs, plutôt que des activités qui fournissent des biens. L'indice de l'activité commerciale combine les effets du revenu par habitant et de la centralité. Les emplacements qui obtiennent la cote la plus élevée correspondent en grande partie aux villes qui présentent aussi une centralité élevée, alors que les emplacements qui obtiennent l'indice de l'activité commerciale le plus faible correspondent aux villes plus isolées des régions les plus pauvres du pays. Du point de vue des consommateurs ou des entreprises, l'indice de l'activité commerciale identifie les endroits les plus (ou les moins) propices pour localiser une entreprise en fonction de la taille de la population. On peut interpréter l'indice comme la proportion de l'emploi dans les services d'une ville par rapport à la moyenne pour toutes les villes.

Description géographique

Les valeurs toujours élevées de l'indice commercial dans la région des Prairies contrastent avec les valeurs plus diverses obtenues dans le sud de l'Ontario et le sud du Québec. Les villes du Québec présentent généralement des valeurs plus faibles, tout comme de nombreux endroits dans la région de l'Atlantique, en raison des faibles niveaux de revenu. Des valeurs élevées reflètent la taille d'une ville (de là, les revenus plus élevés) et les rôles spécialisés dans la distribution ou les loisirs. Les

grandes villes sont entourées de nombreux petits centres qui soutiennent les services situés dans ces grandes villes.

Pour interpréter cette carte correctement, consulter le document « 6e_Notes sur les données et les cartes Industries de services »

Sources de la carte

Indice de l'activité commerciale

Canada. Statistique Canada. Recensement de la population, 1996. Tableaux spéciaux. Ottawa : Statistique Canada.

Références

Canada. Ministère de l'Énergie, des Mines et des Ressources. 1992. Canada - Activités de service. Atlas national du Canada, 5e édition. Ottawa.

Canada. Statistique Canada. Recensement de la population de 1996. Ottawa. (<http://www12.statcan.ca/francais/census01/info/census96.cfm>)

Jones, K. et J. Simmons. 1993. Location, Location and Location: Analysing the Retail Environment. 2e édition, Toronto: Nelson.

Jones, K. et M. Doucet. 2001. The Big Box, the Flagship, and Beyond: Impacts and Trends in the Greater Toronto Area Le Géographe canadien - The Canadian Geographer 45:494-512 (2001).

Massam, Bryan. 1993. The Right Place: Shared Responsibility and the Location of Public Facilities. Harlow, England: Longman Scientific and Technical Publications.

McCann, L. et J. Simmons. 1999. The Core-Periphery Structure of Canada's Urban System dans T. Bunting et P. Filion (éd.) Canadian Cities in Transition (2e éd.), Toronto: Oxford University Press

Simmons, J. 2000. Retail Sales and Retail Relocation: Cross-Canada Comparisons, 1989-1996. Rapport de recherche 2000-5, Toronto: Centre for the Study of Commercial Activity, Ryerson Polytechnic University.

Simmons, J. 1984. Government and the Canadian Urban System: Income Tax, Transfer Payments and Employment. Le Géographe canadien - The Canadian Geographer 28:18 45

Simmons, J. and G. Zsigovics. 2002. Location Strategies within the Canadian Urban System. Rapport de recherche 2002-7, Toronto: Centre for the Study of Commercial Activity, Ryerson University.

Simmons, J. and S. Kamikihara. 1999. The Internationalization of Commercial Activities in Canada. Rapport de recherche 1999-7, Toronto: Centre for the Study of Commercial Activity, Ryerson Polytechnic University.

Simmons, J. and S. Kamikihara. 2003. The Commercial Structure of Canadian Cities. Rapport de recherche 2003-2, Toronto: Centre for the Study of Commercial Activity, Ryerson University.

Simmons, J. and S. Kamikihara. 2003. Commercial Activity in Canada. Rapport de recherche 2003-4, Toronto: Centre for the Study of Commercial Activity, Ryerson University.

Simmons, J. and S. Kamikihara. Location Choices in the 'Not-for-Profit' Sector: the Example of Victoria BC. Rapport de recherche 2003-x, Toronto: Centre for the Study of Commercial Activity, Ryerson University, à paraître.

Simmons, J., G. Bylov, and K. Jones. 2002. The Status of Retail and Commercial Activity in Smaller Centres. Rapport de recherche 2002-6, Toronto: Centre for the Study of Commercial Activity, Ryerson University.

Simmons, J., P. Barbiero, G. Bylov, S. Kamikihara, and G. Zsigovics. 2000. Exploring a National Database of Commercial Activity. Rapport de recherche 2000-12, Toronto: Centre for the Study of Commercial Activity, Ryerson Polytechnic University.

Simmons, J., S. Simmons, and D. Tenenbaum. 2000. Clusters of Commercial Locations in Canada: A Multivariate Analysis by FSA. Rapport de recherche 2000-8, Toronto: Centre for the Study of Commercial Activity, Ryerson Polytechnic University.

Sites Web connexes (1999 – 2009)

Gouvernement fédéral

Industrie Canada. Strategis. Le site canadien des entreprises et des consommateurs
http://www.strategis.ic.gc.ca/ic_wp-pa.htm

Strategis est produit par Industrie Canada, ministère du gouvernement fédéral qui emploie plus de 5 500 personnes au Canada. La mission du Ministère consiste à travailler avec les Canadiens pour bâtir une économie du savoir grandissante et concurrentielle.

Statistique Canada. Dictionnaire du recensement de 1996

<http://www.statcan.gc.ca/pub/92-351-u/4064723-fra.htm>

Statistique Canada. Recensement de la population 1996

<http://www12.statcan.ca/francais/census01/info/census96.cfm>

Autres hyperliens

Centre for the Study of Commercial Activity (disponible en anglais seulement)

<http://www.cscs.ryerson.ca/>

Queen Street: The Dreams of the City (disponible en anglais seulement)

<http://www.rbebout.com/queen/2pworld.htm>

The Atlas of Canadian Commercial Structure (disponible en anglais seulement)

<http://www.cscs.ryerson.ca/research/jim/CommercialAtlasCanada.html>

