

## Le marché

---

Le marché est l'endroit où les gens achètent et vendent des services. La taille du marché, mesurée d'après la population, constitue de loin l'élément le plus important de l'attrait exercé par une ville sur les services commerciaux, tels que commerce de détail, services financiers et services de loisirs, deux autres caractéristiques économiques des marchés peuvent modifier cette force d'attraction : le niveau de revenu et la centralité. L'indice de l'activité commerciale, indique le degré de spécialisation dans les activités commerciales dans chaque marché.

---

Les marchés sont des endroits où les biens sont achetés et vendus. Les sociétés qui offrent des biens et des services aux consommateurs canadiens voient le pays comme un ensemble de marchés de tailles variables aux caractéristiques diverses. Ces sociétés sont conscientes que les grands centres urbains, qu'elles désignent comme des zones de marché (ou zones desservies), renferment la plus grande part du marché canadien tout en facilitant l'accès au reste du pays.



Une photographie du marché à Vancouver-Ouest où l'on vend des produits frais aux piétons.

**Source** : Marque déposée d'Images West Marketing

## Caractéristiques des marchés

La caractéristique la plus importante des centres urbains tient au fait qu'ils renferment des concentrations extraordinaires d'activités humaines. La région métropolitaine de Toronto comprend près du cinquième de la population et de l'activité économique du Canada dans une région qui fait moins de un demi pour cent du territoire canadien. À l'extérieur des villes, les populations rurales sont en petit nombre et très dispersées. Moins de 25 % de la population vit dans ces régions et la

plupart des biens et des services qui y sont consommés proviennent habituellement des villes à proximité.

Bien que la taille du marché, mesurée d'après la population, constitue de loin l'élément le plus important de l'attrait exercé par une ville sur les services commerciaux, tels que commerce de détail, services financiers et services de loisirs, deux autres caractéristiques économiques des marchés peuvent modifier cette force d'attraction : le niveau de revenu et la centralité. La « centralité » représente un avantage lié à l'emplacement dont jouit une ville qui dessert en biens et services d'autres villes voisines ou des régions rurales environnantes. L'indice commercial constitue une mesure de synthèse finale de l'attrait variable exercé par les régions urbaines pour l'établissement d'activités commerciales. L'indice compare l'emploi réel dans le secteur commercial avec l'emploi probable calculé d'après la population.

Pour interpréter ces cartes correctement, consulter le document « 6e\_Notes sur les données et les cartes Industries de services ».