



Wholesale Trade

Commerce de gros

May 1999

Mai 1999



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

Data in many forms

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on the Internet, compact disc, diskette, computer printouts, microfiche and microfilm, and magnetic tape. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct online access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable database and retrieval system.

How to obtain more information

Inquiries about this product and related statistics or services should be directed to: Marketing and Client Service Section, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone: (613) 951-3549) or Toll Free at 1 877 421-3067 or to the Statistics Canada Regional Reference Centre in:

Halifax	(902) 426-5331	Regina	(306) 780-5405
Montréal	(514) 283-5725	Edmonton	(780) 495-3027
Ottawa	(613) 951-8116	Calgary	(403) 292-6717
Toronto	(416) 973-6586	Vancouver	(604) 666-3691
Winnipeg	(202) 983-4020		

You can also visit our World Wide Web site:
<http://www.statcan.ca>

Toll-free access is provided **for all users who reside outside the local dialing area** of any of the Regional Reference Centres.

National enquiries line	1 800 263-1136
National telecommunications device for the hearing impaired	1 800 363-7629
Order-only line (Canada and United States)	1 800 267-6677
Fax order line (Canada and United States)	1 877 287-4369

Ordering/Subscription information

All prices exclude sales tax

Catalogue no. 63-008-XIB, is available monthly on Internet for CDN \$14.00 per issue or CDN \$140.00 for a one-year subscription. Users can obtain single issues or subscribe at <http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub.cgi>.

This product is also available on paper through a Print-on-Demand service. The prices for delivery in Canada are \$45.00 per issue and \$210.00 for a one-year subscription. The prices for delivery outside Canada are US \$45.00 per issue and US \$210.00 for a one-year subscription. The paper version can be ordered by mail, at Statistics Canada, Dissemination Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6; by phone, at **(613) 951-7277** or **1 800 700-1033**; by fax, at **(613) 951-1584** or **1 800 889-9734**; by Internet, at order@statcan.ca; or in person, at local Statistics Canada offices. For changes of address, please provide both old and new addresses.

Standards of service to the public

Statistics Canada is committed to serving its clients in a prompt, reliable and courteous manner and in the official language of their choice. To this end, the agency has developed standards of service which its employees observe in serving its clients. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

Des données sous plusieurs formes

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur Internet, disque compact, disquette, imprimé d'ordinateur, microfiche et microfilm, et bande magnétique. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordi-nologique et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toute demande de renseignements au sujet du présent produit ou au sujet de statistiques ou de services connexes doit être adressée à : Section du commerce de gros, Division de la statistique du commerce, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (téléphone : (613) 951-3549) ou numéro sans frais 1 877 421-3067 ou à l'un des centres de consultation régionaux de Statistique Canada :

Halifax	(902) 426-5331	Regina	(306) 780-5405
Montréal	(514) 283-5725	Edmonton	(780) 495-3027
Ottawa	(613) 951-8116	Calgary	(403) 292-6717
Toronto	(416) 973-6586	Vancouver	(604) 666-3691
Winnipeg	(204) 983-4020		

Vous pouvez également visiter notre site sur le Web :
<http://www.statcan.ca>

Un service d'appel interurbain sans frais est offert à **tous les utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale** des centres de consultation régionaux.

Service national de renseignements	1 800 263-1136
Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants	1 800 363-7629
Numéro pour commander seulement (Canada et États-Unis)	1 800 267-6677
Numéro pour commander par télécopieur (Canada et États-Unis)	1 877 287-4369

Renseignements sur les commandes et les abonnements

Les prix ne comprennent pas les taxes de vente

On peut se procurer ce produit n° 63-008-XIB au catalogue mensuellement sur Internet. Un numéro coûte 14 \$CAN et un abonnement d'un an coûte 140 \$CAN. Pour obtenir un numéro de ce produit ou s'y abonner, les utilisateurs sont priés de se rendre à http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub_f.cgi.

On peut aussi se procurer la version imprimée de ce produit par l'entremise du service d'impression sur demande. Au Canada, un numéro coûte 45 \$ et un abonnement d'un an coûte 210 \$. À l'extérieur du Canada, un numéro coûte 45 \$US et un abonnement d'un an coûte 210 \$US. On peut commander la version imprimée par la poste, en écrivant à Statistique Canada, Division de la diffusion, Gestion de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6; par téléphone, en composant le **(613) 951-7277** ou le **1 800 700-1033**; par télécopieur, en composant le **(613) 951-1584** ou le **1 800 889-9734**; par Internet, en se rendant à order@statcan.ca; ou en personne, en se présentant à l'un des bureaux régionaux de Statistique Canada. Lorsque vous signalez un changement d'adresse, veuillez nous fournir l'ancienne et la nouvelle adresses.

Normes de service à la clientèle

Statistique Canada s'engage à fournir à ses clients des services rapides, fiables et courtois et dans la langue officielle de leur choix. À cet égard, notre organisme s'est doté de normes de service à la clientèle qui doivent être observées par les employés lorsqu'ils offrent des services à la clientèle. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.



Statistics Canada
Distributive Trades Division
Wholesale Trade Section

Wholesale Trade

May 1999

Statistique Canada
Division de la statistique du commerce
Section du commerce de gros

Commerce de gros

Mai 1999

Published by authority of the Minister
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 1999

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording or otherwise without prior written permission from Licence Services, Marketing Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

July 1999

Catalogue no. 63-008-XIB, Vol. 62, no. 5

Frequency: Monthly

ISSN 1480-7467

Ottawa

Publication autorisée par le ministre
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1999

Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement, sans l'autorisation écrite préalable des Services de concession des droits de licence, Division du marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Juillet 1999

N° 63-008-XIB au catalogue, vol. 62, n° 5

Périodicité : mensuelle

ISSN 1480-7467

Ottawa

Note of appreciation

Canada owes the success of its statistical system to a long-standing partnership between Statistics Canada, the citizens of Canada, its businesses, governments and other institutions. Accurate and timely statistical information could not be produced without their continued cooperation and goodwill.

Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises, les administrations canadiennes et les autres organismes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.

Symbols

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- ^p preliminary figures.
- ^r revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

The data published in Wholesale Trade (Matrix Nos. 0059, 0061, 0648, 0649) (Catalogue no. 63-008-XPB) are also available in machine readable form through CANSIM (Canadian – Socio-Economic Information Management System). Users interested in accessing data via CANSIM should contact one of Statistics Canada's regional centres at the numbers listed on the inside front cover of this publication, or contact the Marketing Division, Statistics Canada, R.H. Coats Building, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (613) 951-8200.

This publication was prepared under the direction of:

- **F. Maranda**, Director, Distributive Trades Division
- **R. Lussier**, Assistant Director, Distributive Trades Division
- **Jeffrey Smith**, Chief, Wholesale Trade Section, Distributive Trades Division
- **Alexander Hays**, Economist, author of this publication. He may be reached at (613) 951-3552.

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.



Signes conventionnels

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- ^p nombres provisoires.
- ^r nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

Les données qui sont publiées sur le Commerce de gros (matrice n^{os} 0059, 0061, 0648, 0649) (n^o 63-008-XPB au catalogue) peuvent être obtenues sous forme lisible par machine de CANSIM (Système Canadien d'information socio-économique). Les utilisateurs voulant obtenir des chiffres par l'intermédiaire de CANSIM peuvent contacter un des centres de consultation de Statistique Canada dont les numéros de téléphone figurent au verso du couvert de cette publication ou en communiquant directement avec la Division du marketing, Statistique Canada, Immeuble R.H. Coats, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (613) 951-8200.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **F. Maranda**, directeur, division de la statistique du commerce
- **R. Lussier**, directeur adjoint, division de la statistique du commerce
- **Jeffrey Smith**, chef, section du commerce de gros, division de la statistique du commerce
- **Alexander Hays**, économiste, auteur de cette publication. On peut le rejoindre au numéro (613) 951-3552.

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'American National Standard for Information Sciences "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 1984.



TABLE OF CONTENTS

	PAGE
Highlights	iv
Statistical Tables	
1. Wholesale Merchants Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region	2
2. Wholesale Merchants Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region	4
3. Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Sales	6
4. Wholesale Merchants Inventories, Seasonally Adjusted, by Trade Group	8
5. Wholesale Merchants Inventories, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group	8
6. Wholesale Merchants Inventories/Sales Ratio, Seasonally Adjusted, by Trade Group	10
7. Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Inventories	10

TABLE DES MATIÈRES

	PAGE
Faits saillants	iv
Tableaux statistiques	
1. Ventes des marchands de gros, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région	2
2. Ventes des marchands de gros, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région	4
3. Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des ventes	6
4. Stocks des marchands de gros, désaisonnalisés, selon le groupe de commerce	8
5. Stocks des marchands de gros, non-désaisonnalisés, selon le groupe de commerce	8
6. Marchands de gros, rapport stocks/ventes, désaisonné, selon le groupe de commerce	10
7. Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des stocks	10

Highlights

May 1999 (preliminary)

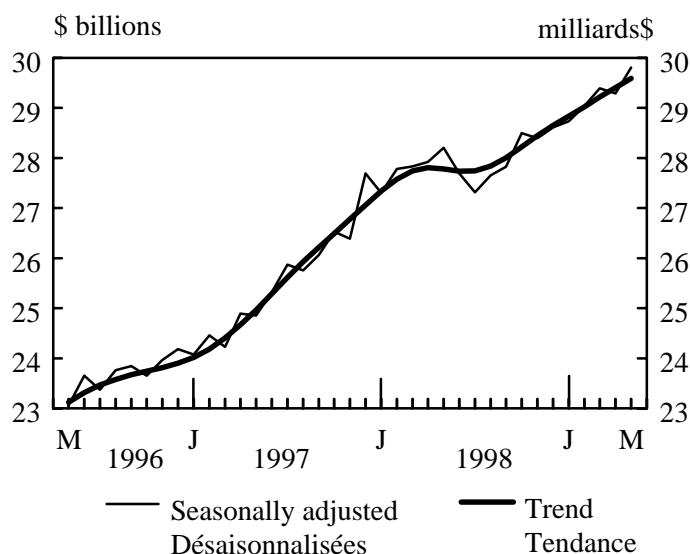
Wholesalers took a step forward in May, their sales rising by 1.8% to \$29.8 billion after a slight decline in April. Except for a slowdown during the first half of 1998, sales have generally been climbing for the last three years. Gains this month were broadly based with increases being recorded in nine of the eleven trade groups, seven of those nine having increases between 2.7% and 4.7%.

Faits saillants

Mai 1999 (données provisoires)

Les grossistes ont gagné du terrain en mai, leurs ventes ayant augmenté de 1,8 % pour atteindre 29,8 milliards de dollars, après un léger recul en avril. Exception faite du ralentissement observé au cours de la première moitié de 1998, les ventes ont été généralement à la hausse au cours des trois dernières années. Les gains signalés en mai ont été diversifiés : neuf des onze groupes de commerce indiquent une augmentation, celle-ci se situant entre 2,7 % et 4,7 % pour sept des neuf groupes.

Wholesalers took a step forward in May Les grossistes ont gagné du terrain en mai



In percentage terms, the gains were led by wholesalers of apparel and dry goods who posted a 4.7% increase over April, bringing their sales to \$0.5 billion. Notable increases were also recorded by wholesalers of lumber and building materials (+3.9% to \$2.4 billion), motor vehicles, parts and accessories (+3.6% to \$5.4 billion), and computers, packaged software and other electronic machinery (+3.6% to \$3.1 billion).

Les gains les plus marqués, en pourcentage, ont été déclarés par les grossistes de vêtements et d'articles de mercerie, leurs ventes ayant augmenté de 4,7 % relativement à avril pour se chiffrer à 0,5 milliard de dollars. Un accroissement notable a été signalé également pour les ventes en gros de bois et de matériaux de construction (+ 3,9 % pour atteindre 2,4 milliards de dollars), de véhicules automobiles, de pièces et d'accessoires (+ 3,6 % pour atteindre 5,4 milliards de dollars) et d'ordinateurs, de logiciels et d'autres équipements électroniques (+3,6 % pour atteindre 3,1 milliards de dollars).

With sales of \$4.2 billion, wholesalers of Industrial and other machinery, equipment and supplies posted a drop from April of 0.8%. Sales of Beverage, drug and tobacco products were down 0.4% in May to \$1.9 billion, a second consecutive decline. This drop was primarily due to weak sales in the drugs component. After a period of briskly expanding sales during all of 1997, sales for the beverage, drug and tobacco sector have been fairly stable since early 1998.

Apparel and dry goods lead the way

The increase in sales in May for wholesalers of apparel and dry goods was sufficient to make up for the decline in April. Despite the month-to-month volatility in sales, the overall movement has been fairly flat since the spring of 1998, following two years of continuous expansion. Wholesalers within the Men's and Boys clothing sector reported a number of unusually large sales in May.

Sales of lumber and building materials reach new heights

Wholesalers of lumber and building materials posted a 3.9% increase in sales in May over April levels. The level of sales has generally been increasing since mid-1998, following a series of declines commencing in the spring of 1997. The residential construction industry continued its strong pace south of the border and Canadian residential permits were up 6% in May. Additionally, May saw increased prices for both lumber and oriented strand board. For sales destined to the US, the nearly 2.5% drop in the Canadian dollar during May may have helped wholesalers gain market share. Also, during May the lumber suppliers were not yet restricted by their quarterly quota for the April to June period. Media reports about Canadian suppliers of wallboard, insulation and other building materials indicate that they were running at full capacity to keep abreast of demand.

Industrial and other machinery, equipment and supplies looking for a boost

Wholesalers in this group saw their sales dip 0.8% in May. This sector had seen strong increases in sales from early 1996 until the spring of 1998. Since then, sales have generally remained flat. With commodity prices at low levels, wholesalers in this group are experiencing weak markets from clients in commodity based industries. Wholesalers of business and office equipment also reported slow sales in May which contributed to the overall decline. Signs of a recovery in Japan and its neighbouring Asian countries may benefit this sector by increasing demand for certain commodities such as nickel, tin and aluminum.

Se chiffrant à 4,2 milliards de dollars, les ventes en gros de machines, de matériel et de fournitures industriels et autres ont affiché une baisse de 0,8 % relativement à avril. Les ventes de boissons, de médicaments et de produits du tabac ont fléchi de 0,4 % en mai pour atteindre 1,9 milliard de dollars, soit une deuxième baisse consécutive. Ce déclin est attribuable surtout à de faibles ventes de médicaments. Après une période de ventes vigoureuses tout au long de 1997, le secteur des boissons, des médicaments et des produits du tabac est resté relativement stable depuis le début de 1998.

Les vêtements et articles de mercerie prennent le devant

L'augmentation des ventes en gros observée en mai pour les vêtements et articles de mercerie a été suffisante pour compenser le déclin enregistré en avril. Malgré la volatilité des ventes d'un mois à l'autre, la tendance générale montre une stabilité relative depuis le printemps de 1998, après deux années de croissance continue. Le secteur des vêtements pour hommes et garçons a signalé en mai des ventes exceptionnellement élevées.

Les ventes de bois et de matériaux de construction atteignent un nouveau sommet

Les ventes en gros de bois et de matériaux de construction ont augmenté de 3,9 % en mai relativement à avril. Les ventes de ces grossistes ont généralement été à la hausse depuis le milieu de 1998, après avoir enregistré une série de diminutions qui a débuté au printemps de 1997. Le secteur de la construction résidentielle demeure vigoureux aux États-Unis et les permis résidentiels ont augmenté de 6 % au Canada en mai. De plus, les prix du bois et des panneaux de particules orientées ont augmenté en mai. Pour ce qui est des ventes de produits destinés aux États-Unis, la baisse de presque 2,5 % du dollar canadien observée en mai a pu aider les grossistes à obtenir une part du marché. En mai, également, les fournisseurs de bois n'étaient pas encore limités par leur contingent pour le trimestre d'avril à juin. Les rapports diffusés dans les médias au sujet des fournisseurs canadiens de panneaux muraux, d'isolant et d'autres matériaux de construction indiquent une production à pleine capacité aiguillée par la demande.

Les grossistes de machines, de matériel et de fournitures industriels et autres souhaitent une relance

Les ventes en gros de ce groupe ont baissé de 0,8 % en mai. Les ventes ont augmenté fortement dans ce secteur entre le début de 1996 et le printemps de 1998. Depuis, les ventes sont restées généralement stables. Compte tenu des prix peu élevés des matières premières, les grossistes de ce groupe observent des marchés faibles chez les clients relevant de secteurs axés sur les matières premières. Les ventes en gros d'équipement de bureau ont également ralenti en mai, ce qui aide à expliquer le déclin global. Les signes de reprise au Japon et dans d'autres pays de l'Asie pourraient aider ce secteur en favorisant une demande accrue de certains produits comme le nickel, l'étain et l'aluminium.

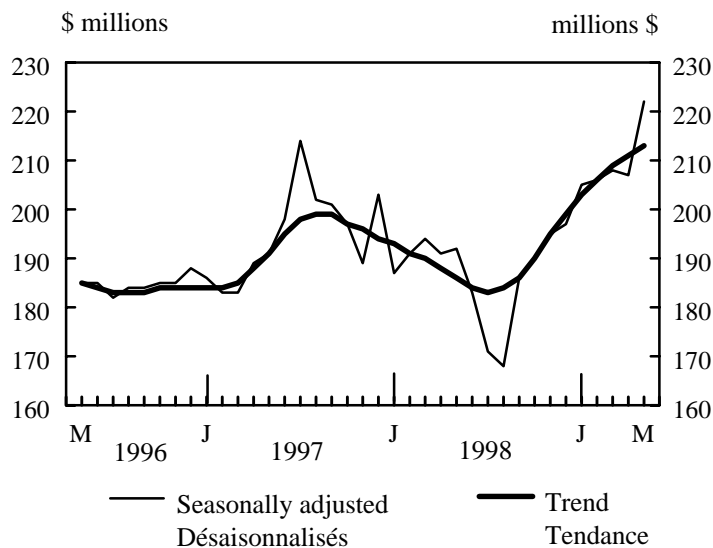
Strong growth on the coasts

Nine of the ten provinces displayed increased sales in May. Wholesalers in Newfoundland posted the largest percentage increase, a 7.1% increase over April. This further bolsters the strong upward movement for sales by wholesalers in that province since mid-1998. The impending increase in production, which is slated for Hibernia in the fall of 1999, may be contributing to this growth.

Forte croissance dans les régions côtières

Neuf des dix provinces ont vu leurs ventes s'accroître en mai. Les ventes en gros à Terre-Neuve ont affiché la plus forte augmentation en pourcentage, soit une hausse de 7,1 % relativement à avril. Cela vient renforcer la forte évolution à la hausse des ventes en gros dans cette province depuis le milieu de 1998. Il est possible que cette croissance soit favorisée par la hausse de production prévue pour Hibernia à l'automne de 1999.

Newfoundland wholesalers display strength since mid-1998
Les ventes en gros à Terre-Neuve progressent depuis le milieu de 1998



British Columbia has breathed some fresh air and wholesalers have posted an increase in sales of 3.5% during May. The general level of sales saw strong increases in the second half of 1997 but since then increases and decreases have offset each other. In the midst of a quarter for lumber export quotas and increasing lumber prices, lumber exports to supply the strong United States construction industry have likely contributed to the increase. British Columbia wholesalers may also be benefiting from signs of increased spending in the Pacific Rim since it is an important destination for resource exports.

La situation en Colombie-Britannique est plus favorable et les ventes en gros se sont accrues de 3,5 % en mai. L'augmentation des ventes a été généralement forte au cours de la deuxième moitié de 1997, après quoi les hausses et les baisses se sont neutralisées. En plein coeur d'un trimestre de contingents d'exportation de bois et d'une hausse des prix du bois, les exportations de bois vers le secteur vigoureux de la construction aux États-Unis ont probablement favorisé cette augmentation. De plus, les ventes en Colombie-Britannique ont peut-être bénéficié de dépenses accrues dans les pays côtiers du Pacifique puisqu'il s'agit là d'une importante destination des exportations de ressources.

Nova Scotia was the exception in May, declining by 1.2%. Sales in Nova Scotia, despite their drop this month, remain 14% higher than a year ago. Sales generally increased at a moderate pace from mid-1996 until the fall of 1997 at which point sales dipped slightly through to the fall of 1998. Since then, sales have generally been rising at a strong pace. A decline in sales of industrial and other machinery, equipment and supplies contributed significantly to the overall drop in Nova Scotia in May.

Wholesale inventories are diminishing

Amidst healthy sales this month, and a movement toward lower inventories generally, wholesalers reduced their inventories another 0.4% this month. Since the beginning of 1999, the overall level of inventories held by wholesalers has been diminishing. The inventory to sales ratio has been dropping since mid-1998, declining to 1.35 in May.

Le déclin de 1,2 % observé en Nouvelle-Écosse en mai a représenté l'exception. Malgré cette baisse, les ventes dans cette province sont plus élevées de 14 % qu'elles ne l'étaient l'an dernier. De façon générale, les ventes ont augmenté de façon modérée entre le milieu de 1996 et l'automne de 1997, baissant ensuite légèrement jusqu'à l'automne de 1998. Depuis, les ventes ont généralement affiché une augmentation vigoureuse. Une part appréciable de la baisse générale observée en Nouvelle-Écosse en mai s'explique par le déclin des ventes de machines, de matériel et de fournitures industriels et autres.

Diminution des stocks de gros

Compte tenu des ventes soutenues en mai et d'une réduction généralisée des stocks, les grossistes ont diminué leurs stocks de nouveau de 0,4 % en mai. Depuis le début de 1999, les stocks des grossistes ont généralement baissé. Le ratio des stocks aux ventes fléchit depuis le milieu de 1998; il a atteint 1,35 en mai.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

Table 1.**Wholesale Merchant Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region**

No.	Trade Group	Sales Ventes				Year-to-date 1999 Cumulatif	Change from previous month Variation du mois précédent		
		May 1999 mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février		May 1999 mai	April 1999 Avril	
		millions of dollars - millions de dollars							
	Trade Group - Canada								
1	Food products	4612	4583	4546	4501	22877	0.6	0.8	
2	Beverage, drug and tobacco products	1904	1911	1994	1919	9650	-0.4	-4.2	
3	Apparel and dry goods	554	529	555	562	2731	4.7	-4.7	
4	Household goods	823	801	789	795	3982	2.7	1.6	
5	Motor vehicles, parts and accessories	5362	5175	5234	5276	26278	3.6	-1.1	
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	2022	1955	1954	1936	9734	3.5	--	
7	Lumber and building materials	2370	2281	2281	2204	11262	3.9	--	
8	Farm machinery, equipment and supplies	817	795	793	774	3925	2.8	0.3	
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	4213	4248	4240	4204	21143	-0.8	0.2	
10	Computers and packaged software and other electronic machinery	3144	3034	3033	2947	15040	3.6	--	
11	Other products	3989	3973	3971	3924	19637	0.4	0.1	
12	Total, all trade groups	29810	29286	29390	29042	146259	1.8	-0.4	
	Regions								
13	Newfoundland	222	207	208	206	1048	7.1	-0.1	
14	Prince Edward Island	50	49	50	49	247	2.0	-2.4	
15	Nova Scotia	619	627	562	558	2927	-1.2	11.5	
16	New Brunswick	376	360	362	351	1794	4.6	-0.5	
17	Quebec	6133	6046	6053	5954	30108	1.4	-0.1	
18	Ontario	14597	14302	14449	14321	71898	2.1	-1.0	
19	Manitoba	1112	1112	1061	1009	5221	--	4.8	
20	Saskatchewan	873	865	844	914	4338	1.0	2.4	
21	Alberta	2614	2612	2645	2603	13043	0.1	-1.2	
22	British Columbia	3188	3082	3129	3051	15502	3.5	-1.5	
23	Yukon	10	9	12	9	52	2.8	-19.3	
24	Northwest Territories	13	13	12	15	68	-2.4	3.8	
25	Nunavut	3	2	3	2	12	6.1	-13.3	

Tableau 1.**Ventes des marchands de gros, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région**

Change from previous month Variation du mois précédent		Change from previous year Variation de l'année précédente					Groupe de commerce	N°
March 1999 Mars	February 1999 Février	May 1999 mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février	Year-to-date 1999 Cumulatif		
per cent - pourcentage								
							Groupe de commerce - Canada	
1.0	-2.9	9.2	8.6	7.9	8.9	9.4 Produits alimentaires	1	
3.9	-0.1	-1.2	1.7	5.7	0.4	2.0 Boissons, médicaments et tabac	2	
-1.1	5.8	--	-4.6	0.7	2.3	-0.6 Vêtements et articles de mercerie	3	
-0.8	2.6	2.7	0.7	-3.1	-6.0	-1.7 Articles ménagers	4	
-0.8	0.9	6.0	4.0	4.5	4.9	5.8 Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5	
1.0	3.8	5.3	1.9	1.7	-0.8	1.5 Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6	
3.5	3.6	18.5	13.4	12.9	6.4	10.9 Bois et matériaux de construction	7	
2.4	3.8	9.3	1.2	6.4	-0.1	2.2 Machines, matériel et fournitures agricoles	8	
0.8	-0.8	1.9	2.3	2.5	2.5	2.8 Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9	
2.9	2.2	23.2	21.4	24.0	18.7	20.3 Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	10	
1.2	3.8	-6.8	-3.7	-2.8	-0.2	-3.5 Produits divers	11	
1.2	1.1	5.7	4.9	5.6	4.5	5.2 Total, ensemble des groupes de commerce	12	
							Régions	
0.7	0.8	16.0	8.7	6.8	8.0	9.8 Terre-Neuve	13	
2.1	-0.2	-8.0	1.7	2.5	5.3	2.9 Île-du-Prince-Édouard	14	
0.7	-0.5	13.7	29.6	12.1	18.1	17.7 Nouvelle-Écosse	15	
3.0	1.7	8.6	5.3	7.4	4.3	6.3 Nouveau-Brunswick	16	
1.7	0.5	10.0	7.3	10.1	8.7	9.5 Québec	17	
0.9	0.7	7.5	7.0	7.0	6.1	7.2 Ontario	18	
5.1	8.7	17.1	15.9	13.7	6.5	10.3 Manitoba	19	
-7.7	8.5	-13.0	-11.7	-10.0	-0.6	-9.1 Saskatchewan	20	
1.6	1.3	-5.5	-6.6	-2.9	-3.4	-5.2 Alberta	21	
2.6	-0.1	1.1	-0.3	-0.1	-3.9	-1.2 Colombie-Britannique	22	
23.9	-16.6	-10.7	-14.9	4.8	-8.8	-2.3 Yukon	23	
-17.4	1.0 Territoires du Nord-Ouest	24	
42.6	-19.7 Nunavut	25	

Table 2.**Wholesale Merchants Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region**

No.	Trade Group	Sales				
		Ventes				
		May 1999 mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février	Year-to-date 1999 Cumulatif
		millions of dollars - millions de dollars				
	Trade Group - Canada					
1	Food products	4858	4568	4601	3962	22192
2	Beverage, drug and tobacco products	1898	1889	1982	1675	9103
3	Apparel and dry goods	449	521	666	608	2661
4	Household goods	735	715	793	638	3460
5	Motor vehicles, parts and accessories	6127	6056	6318	5204	27914
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	2103	1976	1972	1705	9325
7	Lumber and building materials	2771	2406	2068	1685	10409
8	Farm machinery, equipment and supplies	970	1017	720	562	3766
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	4180	4192	4660	3861	20776
10	Computers, packaged software and other electronic machinery	2663	2779	3955	2754	14669
11	Other products	4749	4183	3984	3338	19337
12	Total, all trade groups	31501	30302	31719	25992	143612
	Regions					
13	Newfoundland	230	199	203	167	964
14	Prince Edward Island	60	45	45	36	224
15	Nova Scotia	679	630	557	448	2782
16	New Brunswick	393	357	353	285	1668
17	Quebec	6423	6137	6393	5277	29154
18	Ontario	15186	14960	16236	13230	71604
19	Manitoba	1346	1181	1068	830	5159
20	Saskatchewan	1093	956	796	716	4231
21	Alberta	2809	2633	2698	2237	12555
22	British Columbia	3259	3182	3339	2746	15154
23	Yukon	11	9	12	6	45
24	Northwest Territories	12	12	17	13	65
25	Nunavut	1	1	2	1	7

Tableau 2.

Ventes des marchands de gros, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région

Change from previous year					Groupe de commerce	N°
Variation de l'année précédente						
May 1999 mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février	Year-to-date 1999 Cumulatif		
per cent - pourcentage						
					Groupe de commerce - Canada	
9.4	8.2	11.7	8.2	9.4	Produits alimentaires	1
-2.1	1.3	9.3	0.9	2.0	Boissons, médicaments et tabac	2
-0.9	-3.8	2.4	3.5	-0.5	Vêtements et articles de mercerie	3
3.1	0.2	-0.5	-4.8	-1.1	Articles ménagers	4
4.8	2.7	8.0	5.3	5.4	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
5.2	0.7	4.4	0.5	1.6	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
17.9	15.2	15.3	6.6	12.1	Bois et matériaux de construction	7
9.4	4.8	6.6	2.3	4.1	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
0.8	2.8	5.4	2.6	2.9	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
20.7	23.1	27.5	18.0	20.5	Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	10
-6.7	-2.5	--	-0.2	-3.4	Produits divers	11
4.8	4.9	9.0	4.8	5.4	Total, ensemble des groupes de commerce	12
					Régions	
16.9	8.1	9.5	8.3	10.6	Terre-Neuve	13
-4.5	1.1	6.8	3.1	2.2	Île-du-Prince-Édouard	14
13.9	31.7	13.7	15.5	17.5	Nouvelle-Écosse	15
8.5	7.4	9.9	4.1	6.6	Nouveau-Brunswick	16
9.6	7.4	14.1	8.8	9.7	Québec	17
6.1	6.1	10.5	6.7	7.2	Ontario	18
17.0	19.7	16.6	6.3	12.1	Manitoba	19
-14.4	-8.4	-6.8	1.0	-8.8	Saskatchewan	20
-6.8	-5.2	0.3	-3.2	-4.9	Alberta	21
1.2	-0.9	2.2	-4.5	-1.3	Colombie-Britannique	22
-10.8	-12.8	8.2	-17.5	-4.0	Yukon	23
..	Territoires du Nord-Ouest	24
..	Nunavut	25

Table 3.**Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Sales**

No.	Trade Group	Response Fraction			
		Fraction de réponse			
		May 1999 mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février
		per cent - pourcentage			
	Trade Group - Canada				
1	Food products	81.1	93.5	94.6	92.4
2	Beverage, drug and tobacco products	89.9	90.8	94.1	90.3
3	Apparel and dry goods	90.6	91.7	94.2	92.9
4	Household goods	88.7	96.1	98.6	95.8
5	Motor vehicles, parts and accessories	97.3	98.0	93.5	98.7
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	90.0	92.0	94.1	91.0
7	Lumber and building materials	91.5	93.4	96.2	92.5
8	Farm machinery, equipment and supplies	92.9	94.3	96.8	94.6
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	87.0	89.6	91.1	92.2
10	Computers, packaged software and other electronic machinery	85.9	90.0	93.1	92.8
11	Other products	84.8	87.0	92.7	89.2
12	Total, all trade groups	88.7	92.4	93.6	93.2
	Regions				
13	Newfoundland	89.5	93.0	94.5	91.4
14	Prince Edward Island	94.5	92.7	94.4	88.2
15	Nova Scotia	89.0	94.9	95.2	93.3
16	New Brunswick	94.8	94.6	97.9	95.3
17	Quebec	88.6	93.6	94.3	93.9
18	Ontario	89.7	92.5	92.2	93.8
19	Manitoba	89.5	93.2	96.1	91.8
20	Saskatchewan	89.1	89.1	97.5	89.3
21	Alberta	83.8	90.7	94.5	91.6
22	British Columbia	87.5	91.2	95.9	91.7
23	Yukon	91.9	93.4	95.4	88.9
24	Northwest Territories	78.7	84.1	96.3	84.1
25	Nunavut	69.2	69.5	100.0	92.5

Tableau 3.

Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des ventes

Coefficient of variation				Groupe de commerce	N°
Coefficient de variation					
May 1999 mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février		
per cent - pourcentage					
				Groupe de commerce - Canada	
1.8	1.8	2.2	1.8	Produits alimentaires	1
2.4	2.3	2.5	2.1	Boissons, médicaments et tabac	2
6.3	5.3	6.7	6.0	Vêtements et articles de mercerie	3
6.4	6.7	5.8	5.2	Articles ménagers	4
1.3	1.6	1.3	1.3	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
5.6	5.4	5.3	5.5	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
6.6	5.3	4.8	5.3	Bois et matériaux de construction	7
3.8	3.9	4.7	5.7	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
3.7	4.0	3.5	3.3	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
3.5	4.0	2.9	3.0	Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	10
2.6	2.3	2.2	2.0	Produits divers	11
1.1	1.0	1.0	0.9	Total, ensemble des groupes de commerce	12
				Régions	
3.1	3.2	2.7	2.4	Terre-Neuve	13
2.9	2.3	1.4	1.7	Île-du-Prince-Édouard	14
5.5	9.9	5.7	5.0	Nouvelle-Écosse	15
2.1	1.5	1.6	1.3	Nouveau-Brunswick	16
2.9	2.5	2.1	2.0	Québec	17
1.5	1.5	1.4	1.4	Ontario	18
3.6	2.9	3.1	1.9	Manitoba	19
2.6	2.4	2.4	2.3	Saskatchewan	20
3.3	2.8	2.4	2.3	Alberta	21
3.8	3.8	4.0	3.6	Colombie-Britannique	22
0.5	0.5	0.4	0.4	Yukon	23
--	--	--	--	Territoires du Nord-Ouest	24
--	--	--	--	Nunavut	25

Table 4.**Wholesale Merchants Inventories, Seasonally Adjusted, by Trade Group**

No.	Trade Group	Inventories Stocks				Change from previous month Variation du mois précédent	
		May 1999 mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février	May 1999 mai	April 1999 Avril
		millions of dollars - millions de dollars					
	Trade Group - Canada						
1	Food products	2712	2666	2682	2660	1.7	-0.6
2	Beverage, drug and tobacco products	2257	2255	2251	2251	0.1	0.2
3	Apparel and dry goods	1216	1242	1240	1240	-2.1	0.1
4	Household goods	1568	1554	1535	1552	0.9	1.2
5	Motor vehicles, parts and accessories	5701	5862	5858	5788	-2.7	0.1
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	3533	3507	3520	3518	0.8	-0.4
7	Lumber and building materials	3554	3584	3590	3549	-0.8	-0.2
8	Farm machinery, equipment and supplies	2185	2189	2256	2262	-0.2	-3.0
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	9888	9876	10089	9929	0.1	-2.1
10	Computers, packaged software and other electronic machinery	2486	2415	2517	2603	2.9	-4.0
11	Other products	5076	5205	5381	5376	-2.5	-3.3
12	Total, all trade groups	40176	40354	40920	40728	-0.4	-1.4

Table 5.**Wholesale Merchants Inventories, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group**

No.	Trade Group	Inventories Stocks			
		May 1999 mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février
		millions of dollars - millions de dollars			
	Trade Group - Canada				
1	Food products	2693	2638	2609	2653
2	Beverage, drug and tobacco products	2211	2251	2208	2201
3	Apparel and dry goods	1204	1221	1237	1299
4	Household goods	1538	1514	1446	1486
5	Motor vehicles, parts and accessories	5925	6153	6287	6039
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	3579	3583	3547	3507
7	Lumber and building materials	3810	3825	3758	3574
8	Farm machinery, equipment and supplies	2245	2263	2349	2308
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	10076	10095	10093	9876
10	Computers, packaged software and other electronic machinery	2482	2435	2547	2737
11	Other products	5303	5632	5756	5437
12	Total, all trade groups	41066	41610	41837	41117

Tableau 4.

Stocks des marchands de gros, désaisonnalisés, selon le groupe de commerce

Change from previous month Variation du mois précédent		Change from previous year Variation de l'année précédente				Groupe de commerce	N°
March 1999 Mars	February 1999 Février	May 1999 mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février		
per cent - pourcentage							
						Groupe de commerce - Canada	
0.8	0.5	4.0	1.8	3.2	3.4	Produits alimentaires	1
--	1.1	4.2	5.9	6.7	3.8	Boissons, médicaments et tabac	2
--	-0.1	2.1	2.3	1.8	2.5	Vêtements et articles de mercerie	3
-1.0	1.5	-0.8	0.3	-0.5	0.5	Articles ménagers	4
1.2	-1.2	0.7	5.6	6.6	7.4	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
0.1	0.9	4.7	4.9	5.1	6.3	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
1.1	-5.0	0.1	4.0	5.7	3.2	Bois et matériaux de construction	7
-0.3	-0.4	-2.4	-0.5	-0.1	0.4	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
1.6	0.4	1.3	2.3	5.7	6.4	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
-3.3	0.9	6.9	1.9	6.9	10.7	Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	10
0.1	-3.0	-2.3	-2.1	2.8	6.1	Produits divers	11
0.5	-0.7	1.3	2.5	4.6	5.4	Total, ensemble des groupes de commerce	12

Tableau 5.

Stocks des marchands de gros, non-désaisonnalisés, selon le groupe de commerce

Change from previous year Variation de l'année précédente				Groupe de commerce	N°
May 1999 mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février		
per cent - pourcentage					
				Groupe de commerce - Canada	
4.1	1.3	3.2	3.0	Produits alimentaires	1
2.6	6.2	6.6	4.2	Boissons, médicaments et tabac	2
0.7	3.2	2.3	3.1	Vêtements et articles de mercerie	3
-0.6	--	-1.4	0.6	Articles ménagers	4
-0.4	6.1	6.8	6.9	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
4.5	4.5	5.2	6.5	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
-0.3	3.7	4.5	3.0	Bois et matériaux de construction	7
-3.2	-2.1	0.4	0.9	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
1.5	2.5	6.1	6.8	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
6.6	0.6	6.6	11.2	Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	10
-3.1	-2.1	4.2	6.7	Produits divers	11
0.8	2.3	4.9	5.6	Total, ensemble des groupes de commerce	12

Table 6.**Wholesale Merchants, Inventories/Sales Ratio, Seasonally Adjusted, by Trade Group**

No.	Trade Group	Inventories/sales ratio Rapport stocks/ventes			
		May 1999 mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février
	Trade Group - Canada				
1	Food products	0.59	0.58	0.59	0.59
2	Beverage, drug and tobacco products	1.19	1.18	1.13	1.17
3	Apparel and dry goods	2.19	2.35	2.23	2.21
4	Household goods	1.91	1.94	1.95	1.95
5	Motor Vehicles, parts and accessories	1.06	1.13	1.12	1.10
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	1.75	1.79	1.80	1.82
7	Lumber and building materials	1.50	1.57	1.57	1.61
8	Farm machinery, equipment and supplies	2.67	2.75	2.85	2.92
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	2.35	2.32	2.38	2.36
10	Computers, packaged software and other electronic machinery	0.79	0.80	0.83	0.88
11	Other products	1.27	1.31	1.36	1.37
12	Total, all trade groups	1.35	1.38	1.39	1.40

Table 7.**Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Inventories**

No.	Trade Group	Response fraction Fraction de réponse			
		May 1999 mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février
	Trade Group - Canada				
		per cent - pourcentage			
1	Food products	72.1	80.3	81.5	85.3
2	Beverage, drug and tobacco products	88.2	87.8	88.2	88.8
3	Apparel and dry goods	70.7	73.7	73.0	73.1
4	Household goods	83.5	85.0	88.2	86.4
5	Motor Vehicles, parts and accessories	91.1	91.1	88.4	92.6
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	86.6	90.0	88.3	85.3
7	Lumber and building materials	71.4	79.4	82.5	83.5
8	Farm machinery, equipment and supplies	78.7	81.0	84.9	84.7
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	76.2	78.5	81.1	80.2
10	Computers, packaged software and other electronic machinery	75.7	72.0	80.6	79.1
11	Other products	71.1	74.5	77.1	73.2
12	Total, all trade groups	78.7	81.4	83.0	82.8

Tableau 6.

Marchands de gros, rapport stocks/ventes, désaisonnalisé, selon le groupe de commerce

Inventories/sales ratio Rapport stocks/ventes				Groupe de commerce	No
May 1998 mai	April 1998 Avril	March 1998 Mars	February 1998 Février		
Groupe de commerce - Canada					
0.62	0.62	0.62	0.62	0.62 Produits alimentaires	1
1.12	1.13	1.12	1.13	1.13 Boissons, médicaments et tabac	2
2.15	2.19	2.21	2.20	2.20 Vêtements et articles de mercerie	3
1.97	1.95	1.90	1.82	1.82 Articles ménagers	4
1.12	1.12	1.10	1.07	1.07 Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
1.76	1.74	1.74	1.70	1.70 Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
1.77	1.71	1.68	1.66	1.66 Bois et matériaux de construction	7
2.99	2.80	3.03	2.91	2.91 Machines, matériel et fournitures agricoles	8
2.36	2.32	2.31	2.28	2.28 Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
0.91	0.95	0.96	0.95	0.95 Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	10
1.21	1.29	1.28	1.29	1.29 Produits divers	11
1.41	1.41	1.41	1.39	1.39 Total, ensemble des groupes de commerce	12

Tableau 7.

Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des stocks

Coefficient of variation Coefficient de variation				Groupe de commerce	No
May 1999 mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février		
per cent - pourcentage					
Groupe de commerce - Canada					
4.7	4.7	4.7	4.4	4.4 Produits alimentaires,	1
4.9	5.1	5.0	5.1	5.1 Boissons, médicaments et tabac	2
6.3	6.4	5.9	5.8	5.8 Vêtements et articles de mercerie	3
5.5	6.1	6.6	5.8	5.8 Articles ménagers	4
3.4	3.0	3.1	3.3	3.3 Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
5.6	5.0	4.9	5.0	5.0 Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
8.7	9.0	8.2	7.0	7.0 Bois et matériaux de construction	7
7.0	6.6	6.7	6.1	6.1 Machines, matériel et fournitures agricoles	8
4.5	4.6	4.7	4.4	4.4 Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
3.5	3.5	3.6	3.4	3.4 Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	10
3.6	4.0	3.8	3.4	3.4 Produits divers	11
1.7	1.7	1.7	1.6	1.6 Total, ensemble des groupes de commerce	12