



Wholesale Trade

Commerce de gros

December 1999

Décembre 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 Clients Services Section, Distributive Trades Division, 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	(204) 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 ordinaire 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 marketing et service à la clientèle, Division de la statistique du commerce, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (téléphone : (613) 951-3549) ou sans frais au 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 mensuellement sur Internet. Un numéro coûte 14.00 \$CAN et un abonnement d'un an coûte 140.00 \$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 45.00 \$ et un abonnement d'un an coûte 210.00 \$. À l'extérieur du Canada, un numéro coûte 45.00 \$US et un abonnement d'un an coûte 210.00 \$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

December 1999

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

Commerce de gros

Décembre 1999

Published by authority of the Minister
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 2000

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.

March 2000

Catalogue no. 63-008-XIB, Vol. 62, no. 12

Frequency: Monthly

ISSN 1480-7467

Ottawa

Publication autorisée par le ministre
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 2000

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.

Mars 2000

N° 63-008-XIB au catalogue, vol. 62, n° 12

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-XIB) 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
- **Greg Parsons**, Economist, author of this publication. He may be reached at (613) 951-0062.

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-XIB 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
- **Greg Parsons**, économiste, auteur de cette publication. On peut le rejoindre au numéro (613) 951-0062.

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

December 1999 (preliminary)

Wholesale sales crept upward by 0.2% during December. This brings a quiet close to a good year for wholesalers overall, with annual sales for 1999 up 7.8% over that of 1998.

Wholesale sales have generally been increasing since mid-1998. From the end of 1997 to mid-1998, wholesalers experienced a period of stagnant sales following generally rising sales in previous years.

Wholesalers of lumber and building materials showed the strongest percentage gain in December with sales up 2.7%, their third consecutive monthly increase. Notable advances were also registered by wholesalers of food products (+2.0%) and industrial and other machinery, equipment and supplies(+1.3%).

For the second consecutive month, wholesalers of farm machinery, equipment and supplies registered the largest percentage decline across the sectors (-5.1%) while wholesalers of apparel and dry goods, after a strong increase in November, also showed a large decline in December (-5.0%). Though an infrequent occurrence, wholesalers of computers, packaged software and other electronic machinery posted a second consecutive monthly decline (-2.2%). Decembers' 0.9% reduction in sales by wholesalers in the automotive sector was their first decline in 6 months.

Faits saillants

Décembre 1999 (données provisoires)

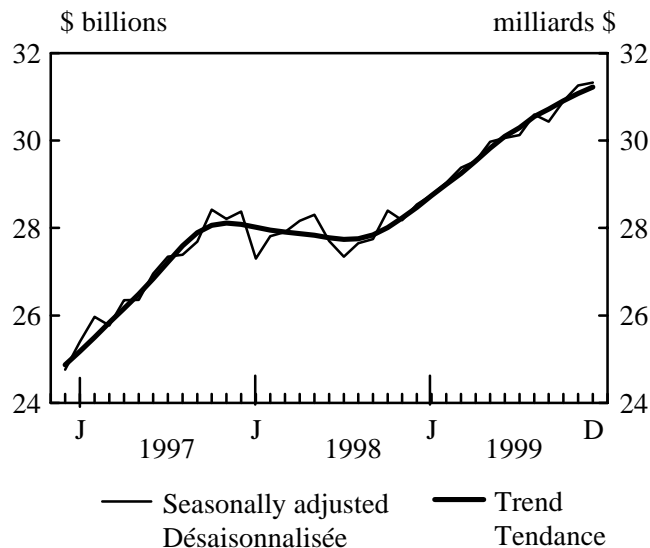
Les ventes en gros ont progressé légèrement de 0,2 % en décembre. C'est là la fin modeste d'une bonne année dans l'ensemble pour les grossistes, le chiffre annuel des ventes pour 1999 ayant augmenté de 7,8 % par rapport à celui de 1998.

Les ventes en gros sont généralement à la hausse depuis le milieu de 1998. De la fin de 1997 au milieu de 1998, les ventes ont connu une période de stagnation après la hausse générale des années précédentes.

Les grossistes en bois et en matériaux de construction ont affiché le taux d'augmentation le plus robuste en décembre, les ventes s'étant accrues de 2,7 %, soit la troisième augmentation mensuelle consécutive. Des bonds notables ont également été enregistrés par les grossistes en produits alimentaires (+2,0 %) et en machines, matériel et fournitures industriels et autres (+1,3 %).

Pour un deuxième mois consécutif, les grossistes en machines, matériel et fournitures agricoles ont affiché le plus fort déclin en pourcentage de tous les secteurs (-5,1 %), tandis que les grossistes en vêtements et articles de mercerie, après une nette augmentation en novembre, ont également connu un dur déclin en décembre (-5,0 %). Phénomène peu fréquent, les grossistes en ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques ont enregistré en décembre un deuxième déclin mensuel consécutif (-2,2 %). La baisse de 0,9 % des ventes observée en décembre parmi les grossistes du secteur automobile a marqué le premier déclin en 6 mois.

Wholesale sales make a small gain in December to end 1999 Les ventes en gros augmentent quelque peu en décembre pour clore 1999



The value of inventories held grew 1.6% in December to \$42.8 billion. Except for a brief dip in the value of inventories during the first quarter of 1999, inventories have been building for several years. Notable increases this month were registered by wholesalers in the auto sector and those selling industrial and other machinery, equipment and supplies.

The inventory-to-sales ratio increased to 1.37 in December from 1.35 in both October and November. This ratio had peaked at about 1.45 by mid-1998 and had fallen by mid-1999 to the 1.35 range where it has remained.

Advance in 1999 does not match the best gains following the 1990-91 recession

During 1999, overall wholesale sales rose by 7.8% to \$361.2 billion. Though a favourable result compared to the 1998 percentage increase of 3.3%, the 1999 increase ranks only fifth largest amongst the eight years following the 1990-91 recession. Overall sales generally climbed throughout the year, with month-to-month sales being positive or unchanged in 11 of 12 months. However, this conceals quite varied results by sector.

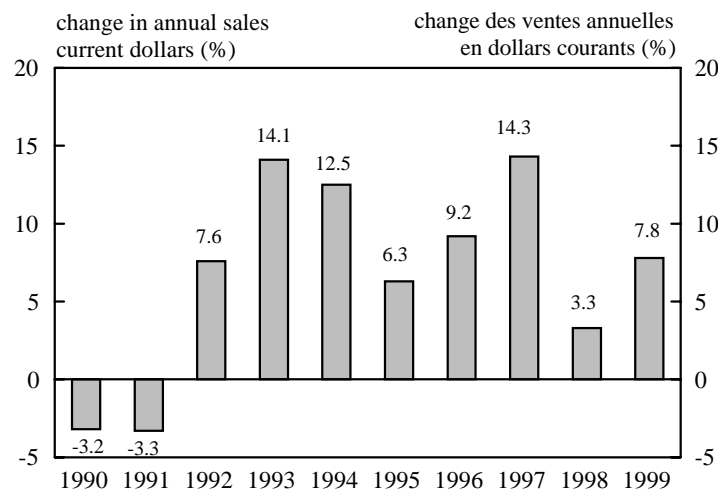
La valeur des stocks s'est accrue de 1,6 % en décembre pour atteindre 42,8 milliards de dollars. Exception faite pour un bref fléchissement de la valeur des stocks au cours du premier trimestre de 1999, ceux-ci progressent depuis plusieurs années. Des hausses notables ont été affichées ce mois-ci par les grossistes du secteur automobile et par les grossistes en machines, matériel et fournitures industriels et autres.

Le ratio des stocks aux ventes a augmenté en décembre pour atteindre 1,37 relativement à 1,35 en octobre et en novembre. Ce ratio avait atteint son point culminant à environ 1,45 au milieu de 1998, et au milieu de 1999 il avait baissé à environ 1,35, valeur qu'il a retenue.

La progression de 1999 reste en deçà des meilleures augmentations observées à la suite de la récession de 1990-1991

En 1999, les ventes en gros ont augmenté dans l'ensemble de 7,8 % pour atteindre 361,2 milliards de dollars. C'est là un résultat favorable comparativement au taux d'augmentation de 3,3 % enregistré en 1998, mais la hausse de 1999 est la cinquième seulement en importance observée au cours des huit années qui ont suivi la récession de 1990-1991. Les ventes globales se sont généralement accrues au cours de l'année, les chiffres d'un mois à l'autre étant positifs ou inchangés pour 11 des 12 mois. Toutefois, cela cache des résultats variables selon le secteur.

1999 advance does not match the best gains since 1991 La progression de 1999 reste en deçà des meilleures augmentations observées depuis 1991



Strong percentage increases for wholesalers of computers, automobiles and lumber

Wholesalers of computers, packaged software and other electronic machinery; motor vehicles, parts and accessories; and lumber and building materials led the way in 1999 with increased annual sales of 15.3%, 15.1% and 14.4% respectively. This is despite the fact that these three sectors had very different results from each other during 1998.

In the case of wholesalers of computers, packaged software and other electronic machinery, their 1999 result is a continuation of a strong 10.5% increase in sales during 1998. Their strong 1999 annual result is in spite of a drop in the value of sales during the fourth quarter (-2.0%). Decreasing service revenue as contracts are completed and customer purchase deferrals, both connected to year 2000 concerns, along with computer chip shortages late in the year may all have contributed to the fourth quarter results.

Wholesalers of motor vehicles, parts and accessories, despite this month's 0.9% decline, picked up the pace in 1999 from their 2.3% increase in 1998. This sector posted four solid quarters in 1999. Wholesalers of motor vehicles, parts and accessories had a very busy year acting as the intermediary between highly charged manufacturing and retail sectors.

On the other hand, wholesalers of lumber and building materials recovered from a 0.8% drop in sales during 1998 to post their 14.4% increase in 1999. Rising prices of lumber and other forestry products have contributed to this run up in value of sales. Lumber prices were on average 12.3% higher during 1999 than during 1998, this in comparison to the 11.3% drop in lumber prices during 1998. Most lumber is used in construction and Canadian dwelling starts increased by 9.1% in 1999 over 1998, while U.S. starts reached their highest level since 1986, up 2.9% over 1998.

Agricultural sector sales continue to slide

As with most activities connected to the agricultural sector during 1999, wholesalers of farm machinery, equipment and supplies had to contend with continued declining sales. They came off a 1.0% drop in sales during 1998 and the bad news continued into 1999. Despite increased sales in the first and fourth quarters, overall annual sales for 1999 fell well short of their 1998 level, down by 11.3%

Fortes augmentations en pourcentage pour les grossistes en ordinateurs, en véhicules automobiles et en bois

Les grossistes en ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques; en véhicules automobiles, pièces et accessoires; et en bois et matériaux de construction ont été en tête en 1999 avec des ventes annuelles accrues de 15,3 %, de 15,1 % et de 14,4 % respectivement, et ce malgré des résultats fort différents pour ces trois secteurs en 1998.

Dans le cas des grossistes en ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques, le résultat de 1999 est la suite d'une forte augmentation de 10,5 % des ventes en 1998. Le résultat annuel robuste de 1999 a été enregistré malgré une baisse de la valeur des ventes au cours du quatrième trimestre (-2,0 %). Une diminution dans les revenus d'entretien en raison de la fin de contrats et le report des achats des consommateurs, deux facteurs liés aux préoccupations de l'an 2000, ainsi que la pénurie de puces informatiques en fin d'année peuvent expliquer en partie les résultats du quatrième trimestre.

Les grossistes en véhicules automobiles, pièces et accessoires, malgré le déclin de 0,9 % de ce mois-ci, ont fait du progrès en 1999 relativement à l'augmentation de 2,3 % enregistrée en 1998. Ce secteur a affiché quatre bons trimestres en 1999. Les grossistes en véhicules automobiles, pièces et accessoires ont connu une année très active à titre d'intermédiaire entre les secteurs fort dynamiques de la fabrication et du commerce de détail.

D'autre part, les grossistes en bois et en matériaux de construction ont connu une reprise depuis la baisse de 0,8 % des ventes enregistrée en 1998, pour afficher l'augmentation de 14,4 % observée en 1999. Les prix haussiers du bois et autres produits forestiers ont contribué à la reprise des ventes. Après la baisse de 11,3 % du prix du bois en 1998, celui-ci a été en moyenne de 12,3 % plus élevé en 1999 qu'en 1998. Le bois est surtout destiné à la construction et les mises en chantier au Canada ont augmenté de 9,1 % en 1999 par rapport à 1998, tandis que les mises en chantier aux États-Unis ont atteint leur niveau le plus élevé depuis 1986, affichant une hausse de 2,9 % par rapport à 1998.

Le fléchissement des ventes dans le secteur agricole se poursuit

Comme c'est le cas pour la plupart des activités liées au secteur agricole en 1999, les grossistes en machines, matériel et fournitures agricoles ont continué à recevoir de mauvaises nouvelles en 1999. Malgré des ventes accrues au cours des premier et quatrième trimestres, les ventes annuelles globales pour 1999 ont été nettement inférieures à celles de 1998, la baisse étant de 11,3 %. Cette baisse fait suite à une diminution des ventes de 1,0 % en 1998.

Annual variation in wholesales sales	1997	1998	Variation annuelles des ventes de gros
	to 1998	to 1999	
% change / var. en %			
Computers, packaged software and other electronic machinery	10.5	15.3	Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques
Motor vehicles, parts and accessories	2.3	15.1	Véhicules automobiles, pièces et accessoires
Lumber and building materials	-0.8	14.4	Bois et matériaux de construction
Food products	3.8	8.0	Produits alimentaires
Sales, all trade groups	3.3	7.8	Ventes, ensemble des groupes de commerce
Industrial and other machinery, equipment and supplies	2.2	6.6	Machines, matériel et fournitures industriels et autres
Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	6.1	4.6	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage
Beverage, drug and tobacco products	6.9	3.0	Boissons, médicaments et tabac
Household goods	6.0	2.9	Article ménagers
Other products	0.2	0.6	Produits divers
Apparel and dry goods	6.1	0.6	Vêtements et articles de mercerie
Farm machinery, equipment and supplies	-1.0	-11.3	Machines, matériel et fournitures agricoles

Wholesale activity is skewed to the East during 1999

Wholesalers in the Atlantic provinces along with Ontario and Quebec fared quite well during 1999. Except for PEI, registering a 3.6% increase, the others all had increases well above the 7.8% increase posted at the national level. On the other hand, wholesalers in provinces in western Canada did not fare so well, their 1999 results being either negative or well below the national average. For the four western provinces, this follows weak sales during 1998, Saskatchewan being the only province in the west in which wholesalers posted an annual increase in sales during 1998.

Décalage du commerce de gros vers l'Est en 1999

Les grossistes des provinces de l'Atlantique, du Québec et de l'Ontario et du Canada central ont eu une assez bonne année en 1999. Exception faite pour l'ÎPE, qui a connu une augmentation de 3,6 %, les autres ont toutes affiché des augmentations nettement supérieures à la valeur nationale de 7,8 %. Par contre, les grossistes des provinces de l'Ouest canadien ont connu en 1999 des résultats soit négatifs, soit nettement inférieurs à la moyenne nationale. Dans les quatre provinces de l'Ouest, cette situation fait suite à de faibles ventes en 1998, la Saskatchewan étant la seule province de l'Ouest dans laquelle les grossistes ont enregistré une augmentation annuelle des ventes en 1998.

Annual variation in wholesales sales	1997	1998	Variation annuelles des ventes de gros
	to 1998	to 1999	
% change / var. en %			
Newfoundland	2.0	14.8	Terre Neuve
Nova Scotia	0.9	13.7	Nouvelle-Écosse
Quebec	6.3	10.5	Québec
Ontario	4.8	9.9	Ontario
New Brunswick	8.2	9.5	Nouveau Brunswick
Canada	3.3	7.8	Canada
Prince Edward Island	9.1	3.6	Île-du-Prince-Édouard
British Columbia	-2.3	2.9	Colombie-Britannique
Manitoba	-0.3	1.2	Manitoba
Alberta	-1.6	0.9	Alberta
Saskatchewan	4.1	-1.7	Saskatchewan
Northwest Territories and Nunavut*	5.1	-3.4	Territoires du Nord-Ouest et Nunavut*
Yukon	-12.5	-4.8	Yukon

*These territories were combined because separate data have only been available since January 1999.

*Ces Territoires ont été réunis parce que des données distinctes ne sont disponibles que depuis janvier 1999.

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	
		December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre		December 1999 Décembre	November 1999 Novembre
		millions of dollars - millions de dollars						
	Trade Group - Canada							
1	Food products	4,861	4,767	4,657	4,715	55,660	2.0	2.4
2	Beverage, drug and tobacco products	1,979	1,964	1,993	1,980	23,362	0.7	-1.5
3	Apparel and dry goods	581	612	544	547	6,588	-5.0	12.5
4	Household goods	849	861	831	832	9,881	-1.4	3.6
5	Motor vehicles, parts and accessories	6,110	6,167	6,131	6,041	68,576	-0.9	0.6
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	2,092	2,074	2,005	1,996	23,826	0.9	3.4
7	Lumber and building materials	2,543	2,476	2,373	2,341	28,069	2.7	4.3
8	Farm machinery, equipment and supplies	592	624	676	621	7,680	-5.1	-7.7
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	4,677	4,615	4,477	4,508	52,792	1.3	3.1
10	Computers and packaged software and other electronic machinery	3,041	3,108	3,185	2,948	37,186	-2.2	-2.4
11	Other products	3,999	3,993	4,028	3,904	47,614	0.2	-0.9
12	Total, all trade groups	31,325	31,261	30,900	30,433	361,233	0.2	1.2
	Regions							
13	Newfoundland	208	217	212	216	2,580	-3.9	2.3
14	Prince Edward Island	51	51	52	53	610	0.3	-0.9
15	Nova Scotia	620	543	571	569	6,914	14.2	-5.0
16	New Brunswick	394	393	384	378	4,459	0.3	2.3
17	Quebec	6,481	6,364	6,359	6,305	74,303	1.8	0.1
18	Ontario	15,541	15,668	15,372	15,050	179,223	-0.8	1.9
19	Manitoba	927	934	915	925	11,253	-0.8	2.1
20	Saskatchewan	833	887	920	900	10,561	-6.1	-3.6
21	Alberta	2,916	2,823	2,772	2,708	32,339	3.3	1.8
22	British Columbia	3,329	3,357	3,319	3,304	38,692	-0.8	1.2
23	Yukon	11	9	10	12	121	15.0	-8.3
24	Northwest Territories	10	11	12	12	151	-9.5	-7.2
25	Nunavut	2	3	2	2	27	-6.8	7.1

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°
October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	Year-to-date 1999 Cumulatif		
per cent - pourcentage								
							Groupe de commerce - Canada	
-1.2	1.0	8.2	7.7	6.1	7.0	8.0	Produits alimentaires	1
0.7	1.6	4.8	5.1	5.7	5.7	3.0	Boissons, médicaments et tabac	2
-0.6	-0.4	5.4	13.8	-0.7	-0.4	0.6	Vêtements et articles de mercerie	3
-0.1	-0.6	7.0	7.9	9.3	6.2	2.9	Articles ménagers	4
1.5	0.9	17.8	22.6	19.4	25.4	15.1	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
0.4	-0.2	11.2	6.4	5.4	6.3	4.6	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
1.4	-0.4	19.3	18.8	12.7	12.6	14.4	Bois et matériaux de construction	7
9.0	6.5	-2.9	-5.8	1.3	-7.2	-11.3	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
-0.7	1.5	11.3	11.6	7.9	9.8	6.6	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
8.0	-11.0	4.7	8.5	5.8	7.6	15.3	Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	10
3.2	-0.3	2.8	4.5	4.7	1.6	0.6	Produits divers	11
1.5	-0.5	9.8	10.9	8.8	9.7	7.8	Total, ensemble des groupes de commerce	12
							Régions	
-1.8	-6.0	5.4	11.0	11.1	15.8	14.8	Terre-Neuve	13
-2.1	-9.3	1.3	0.7	5.8	7.6	3.6	Île-du-Prince-Édouard	14
0.4	-0.5	5.2	4.0	14.9	12.3	13.7	Nouvelle-Écosse	15
1.6	-2.1	19.6	17.5	16.1	9.7	9.5	Nouveau-Brunswick	16
0.9	0.1	11.6	10.1	12.3	11.2	10.5	Québec	17
2.1	-1.3	10.3	13.3	7.8	11.3	9.9	Ontario	18
-1.1	-2.3	1.3	3.3	1.6	-2.2	1.2	Manitoba	19
2.2	2.8	2.9	7.3	11.7	9.6	-1.7	Saskatchewan	20
2.4	0.9	12.7	9.4	8.7	7.2	0.9	Alberta	21
0.4	0.8	6.2	7.3	6.6	4.8	2.9	Colombie-Britannique	22
-16.9	32.5	0.8	-9.6	2.0	21.1	-4.8	Yukon	23
5.1	-10.2	Territoires du Nord-Ouest	24
40.1	-27.5	Nunavut	25

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

No.	Trade Group	Sales				
		Ventes				
		December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	Year-to-date 1999 Cumulatif
		millions of dollars - millions de dollars				
	Trade Group - Canada					
1	Food products	5,180	4,751	4,671	4,771	55,732
2	Beverage, drug and tobacco products	2,044	2,110	2,102	2,067	23,375
3	Apparel and dry goods	349	566	588	672	6,577
4	Household goods	896	1,132	947	969	9,938
5	Motor vehicles, parts and accessories	5,480	6,670	6,464	6,111	68,460
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	1,804	2,238	2,139	2,166	23,848
7	Lumber and building materials	2,015	2,442	2,528	2,589	28,124
8	Farm machinery, equipment and supplies	519	517	756	636	7,620
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	4,875	4,792	4,526	4,702	52,825
10	Computers, packaged software and other electronic machinery	3,853	3,197	3,143	3,300	37,215
11	Other products	3,701	4,091	4,169	4,005	47,508
12	Total, all trade groups	30,717	32,506	32,033	31,989	361,222
	Regions					
13	Newfoundland	208	227	225	235	2,586
14	Prince Edward Island	53	50	50	54	607
15	Nova Scotia	673	519	549	572	6,925
16	New Brunswick	392	397	389	404	4,465
17	Quebec	6,135	6,636	6,651	6,758	74,326
18	Ontario	15,438	16,721	16,117	15,836	179,192
19	Manitoba	849	897	911	937	11,225
20	Saskatchewan	786	760	938	851	10,564
21	Alberta	2,930	2,893	2,848	2,807	32,359
22	British Columbia	3,232	3,386	3,330	3,505	38,676
23	Yukon	10	9	10	14	121
24	Northwest Territories	10	10	12	14	152
25	Nunavut	2	2	2	3	26

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						
December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	Year-to-date 1999 Cumulatif		
per cent - pourcentage						
					Groupe de commerce - Canada	
10.0	10.6	2.9	6.9	8.1	Produits alimentaires	1
4.2	7.9	3.7	5.4	3.1	Boissons, médicaments et tabac	2
4.7	20.8	-4.6	-1.1	0.4	Vêtements et articles de mercerie	3
6.6	13.5	2.4	1.8	3.5	Articles ménagers	4
19.8	29.2	14.1	26.2	15.0	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
9.4	12.2	1.7	4.6	4.7	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
22.2	21.8	7.2	9.0	14.7	Bois et matériaux de construction	7
-9.9	-1.8	0.7	-8.4	-12.0	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
12.3	15.1	5.1	8.9	6.6	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
5.1	11.6	5.9	6.2	15.3	Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	10
2.7	6.6	1.6	1.6	0.4	Produits divers	11
10.1	15.0	5.5	8.8	7.8	Total, ensemble des groupes de commerce	12
					Régions	
3.6	13.4	6.2	13.3	15.1	Terre-Neuve	13
6.3	3.0	2.5	16.0	3.1	Île-du-Prince-Édouard	14
12.9	3.6	8.9	13.6	13.8	Nouvelle-Écosse	15
21.9	21.6	11.5	9.9	9.7	Nouveau-Brunswick	16
11.8	13.8	8.3	11.1	10.6	Québec	17
10.2	17.9	5.1	9.7	9.9	Ontario	18
1.8	3.8	-2.9	-2.1	1.0	Manitoba	19
5.9	8.2	10.9	8.2	-1.6	Saskatchewan	20
13.8	14.0	4.1	4.0	1.0	Alberta	21
5.3	10.6	3.2	6.4	2.8	Colombie-Britannique	22
1.5	-4.8	2.2	15.3	-5.1	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			
		December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre
		per cent - pourcentage			
	Trade Group - Canada				
1	Food products	93.2	92.9	91.7	81.7
2	Beverage, drug and tobacco products	90.9	92.7	92.4	91.4
3	Apparel and dry goods	88.4	91.2	91.5	91.4
4	Household goods	91.3	94.8	94.5	94.3
5	Motor vehicles, parts and accessories	95.9	98.1	97.9	98.0
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	89.6	93.6	92.1	92.7
7	Lumber and building materials	88.0	91.7	89.7	90.6
8	Farm machinery, equipment and supplies	91.9	93.3	91.6	91.2
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	85.2	88.3	87.3	89.0
10	Computers, packaged software and other electronic machinery	85.6	91.2	87.4	87.2
11	Other products	90.5	89.4	86.9	86.8
12	Total, all trade groups	90.3	92.7	91.3	90.0
	Regions				
13	Newfoundland	86.9	89.8	90.2	89.2
14	Prince Edward Island	90.0	91.4	89.9	81.0
15	Nova Scotia	91.9	93.5	93.1	86.7
16	New Brunswick	92.0	93.8	94.3	94.5
17	Quebec	90.4	93.9	90.7	88.5
18	Ontario	90.5	92.8	92.0	90.3
19	Manitoba	89.9	92.4	88.1	88.3
20	Saskatchewan	88.4	89.8	88.2	87.4
21	Alberta	87.4	90.5	89.6	90.4
22	British Columbia	92.1	92.1	91.7	92.0
23	Yukon	87.9	91.6	91.8	86.9
24	Northwest Territories	84.0	89.3	80.5	84.9
25	Nunavut	98.2	98.3	88.2	98.9

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					
December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre		
per cent - pourcentage					
				Groupe de commerce - Canada	
2.5	2.2	1.9	2.3	Produits alimentaires	1
1.9	2.7	3.3	2.6	Boissons, médicaments et tabac	2
7.2	6.8	6.8	6.2	Vêtements et articles de mercerie	3
6.4	5.3	4.7	5.0	Articles ménagers	4
1.5	1.6	1.7	1.6	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
7.2	7.5	7.0	6.7	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
5.2	5.3	6.1	4.6	Bois et matériaux de construction	7
5.4	5.6	4.6	5.6	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
4.6	3.8	3.6	3.7	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
3.8	3.6	4.3	4.5	Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	10
2.5	2.3	2.3	2.2	Produits divers	11
1.2	1.1	1.1	1.1	1.1 Total, ensemble des groupes de commerce	12
				Régions	
2.4	2.4	2.9	2.4	Terre-Neuve	13
1.7	1.1	11.6	8.2	Île-du-Prince-Édouard	14
13.6	4.5	4.3	4.6	Nouvelle-Écosse	15
1.4	1.4	1.5	1.7	Nouveau-Brunswick	16
2.6	2.5	2.8	2.1	Québec	17
1.9	1.7	1.6	1.8	Ontario	18
2.7	2.9	3.3	3.9	Manitoba	19
2.8	2.5	2.2	2.6	Saskatchewan	20
2.5	2.7	2.9	2.9	Alberta	21
3.6	3.6	3.6	3.8	Colombie-Britannique	22
0.8	1.0	0.5	0.6	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	
		December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre
		millions of dollars - millions de dollars					
	Trade Group - Canada						
1	Food products	2,788	2,800	2,793	2,772	-0.4	0.3
2	Beverage, drug and tobacco products	2,604	2,502	2,532	2,482	4.1	-1.2
3	Apparel and dry goods	1,192	1,225	1,235	1,275	-2.7	-0.8
4	Household goods	1,589	1,541	1,542	1,499	3.1	--
5	Motor vehicles, parts and accessories	6,527	6,285	6,180	6,114	3.8	1.7
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	3,773	3,764	3,711	3,642	0.2	1.4
7	Lumber and building materials	3,984	3,868	3,812	3,746	3.0	1.5
8	Farm machinery, equipment and supplies	2,043	2,066	2,073	2,162	-1.1	-0.3
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	10,496	10,310	10,164	10,317	1.8	1.4
10	Computers, packaged software and other electronic machinery	2,656	2,607	2,629	2,597	1.9	-0.8
11	Other products	5,131	5,135	5,106	5,052	-0.1	0.6
12	Total, all trade groups	42,785	42,105	41,778	41,656	1.6	0.8

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

No.	Trade Group	Inventories Stocks			
		December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre
		millions of dollars - millions de dollars			
	Trade Group - Canada				
1	Food products	2,896	2,932	2,882	2,802
2	Beverage, drug and tobacco products	2,589	2,604	2,542	2,515
3	Apparel and dry goods	1,114	1,103	1,161	1,268
4	Household goods	1,516	1,548	1,637	1,585
5	Motor vehicles, parts and accessories	6,322	6,123	6,064	6,135
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	3,723	3,662	3,684	3,640
7	Lumber and building materials	3,828	3,663	3,643	3,610
8	Farm machinery, equipment and supplies	1,971	1,993	1,990	2,103
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	10,179	10,148	10,101	10,346
10	Computers, packaged software and other electronic machinery	2,719	2,690	2,626	2,472
11	Other products	5,013	5,021	5,011	4,844
12	Total, all trade groups	41,869	41,488	41,341	41,320

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°
October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre		
per cent - pourcentage							
						Groupe de commerce - Canada	
0.8	-0.3	3.8	3.8	4.0	3.5	Produits alimentaires	1
2.0	3.8	16.7	12.8	16.7	16.4	Boissons, médicaments et tabac	2
-3.1	3.2	-3.4	-6.4	-3.6	-0.4	Vêtements et articles de mercerie	3
2.9	0.4	4.0	--	0.6	-2.8	Articles ménagers	4
1.1	0.5	11.8	10.2	9.9	8.3	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
1.9	2.3	8.0	7.0	5.2	1.4	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
1.8	-1.1	8.5	7.6	3.3	2.3	Bois et matériaux de construction	7
-4.1	-1.1	-12.1	-10.6	-11.3	-8.7	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
-1.5	1.2	6.0	5.8	3.4	4.4	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
1.2	0.1	-0.1	-3.8	-0.7	2.2	Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	10
1.1	0.2	-4.3	-4.4	-2.5	-3.2	Produits divers	11
0.3	0.7	4.5	3.4	3.0	2.7	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°
December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre		
per cent - pourcentage					
				Groupe de commerce - Canada	
3.6	4.0	4.1	3.6	Produits alimentaires	1
17.7	12.7	16.9	17.1	Boissons, médicaments et tabac	2
-4.8	-6.2	-3.2	0.6	Vêtements et articles de mercerie	3
4.3	--	0.4	-3.5	Articles ménagers	4
13.3	9.8	8.3	8.0	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
8.3	7.5	5.4	1.7	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
9.5	7.2	3.1	2.0	Bois et matériaux de construction	7
-12.3	-11.0	-11.6	-7.9	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
6.2	5.0	2.8	4.8	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
0.7	-3.0	--	0.9	Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	10
-4.2	-4.3	-3.0	-4.0	Produits divers	11
4.9	3.3	2.7	2.8	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			
		December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre
	Trade Group - Canada				
1	Food products	0.57	0.59	0.60	0.59
2	Beverage, drug and tobacco products	1.32	1.27	1.27	1.25
3	Apparel and dry goods	2.05	2.00	2.27	2.33
4	Household goods	1.87	1.79	1.85	1.80
5	Motor Vehicles, parts and accessories	1.07	1.02	1.01	1.01
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	1.80	1.82	1.85	1.82
7	Lumber and building materials	1.57	1.56	1.61	1.60
8	Farm machinery, equipment and supplies	3.45	3.31	3.07	3.48
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	2.24	2.23	2.27	2.29
10	Computers, packaged software and other electronic machinery	0.87	0.84	0.83	0.88
11	Other products	1.28	1.29	1.27	1.29
12	Total, all trade groups	1.37	1.35	1.35	1.37

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

No.	Trade Group	Response fraction Fraction de réponse			
		December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre
	Trade Group - Canada				
		per cent - pourcentage			
1	Food products	80.8	82.8	80.4	69.5
2	Beverage, drug and tobacco products	91.2	94.2	90.8	88.4
3	Apparel and dry goods	76.1	76.4	70.9	68.6
4	Household goods	85.7	88.0	84.9	82.4
5	Motor Vehicles, parts and accessories	90.6	93.5	93.4	92.3
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	88.2	91.4	89.6	89.3
7	Lumber and building materials	82.1	83.3	81.1	81.0
8	Farm machinery, equipment and supplies	80.1	81.1	76.1	77.6
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	81.8	83.2	81.1	81.0
10	Computers, packaged software and other electronic machinery	74.9	81.8	78.8	71.9
11	Other products	76.6	77.1	74.9	73.0
12	Total, all trade groups	83.1	85.2	82.9	81.1

Tableau 6.

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

Inventories/sales ratio Rapport stocks/ventes				Groupe de commerce	No
December 1998 Décembre	November 1998 Novembre	October 1998 Octobre	September 1998 Septembre		
				Groupe de commerce - Canada	
0.60	0.61	0.61	0.61	Produits alimentaires	1
1.18	1.19	1.15	1.14	Boissons, médicaments et tabac	2
2.24	2.43	2.34	2.33	Vêtements et articles de mercerie	3
1.93	1.93	2.02	1.97	Articles ménagers	4
1.13	1.13	1.10	1.17	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
1.86	1.81	1.86	1.91	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
1.72	1.72	1.75	1.76	Bois et matériaux de construction	7
3.81	3.49	3.50	3.54	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
2.36	2.36	2.37	2.41	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
0.92	0.95	0.88	0.93	Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	10
1.38	1.40	1.36	1.36	Produits divers	11
1.43	1.45	1.43	1.46	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
December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre		
per cent - pourcentage				Groupe de commerce - Canada	
5.2	5.1	5.2	5.0	Produits alimentaires,	1
5.6	5.4	5.9	5.3	Boissons, médicaments et tabac	2
6.6	6.7	6.9	6.6	Vêtements et articles de mercerie	3
8.9	8.4	6.2	6.1	Articles ménagers	4
3.4	3.6	3.8	3.5	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
7.1	6.6	7.1	6.7	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
9.6	10.0	9.5	8.5	Bois et matériaux de construction	7
8.0	8.1	7.9	7.8	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
4.4	4.5	4.6	4.4	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
5.0	4.9	4.9	3.8	Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	10
3.7	3.4	3.7	3.6	Produits divers	11
1.8	1.9	1.9	1.8	Total, ensemble des groupes de commerce	12