



Catalogue no. 63-005-XPB

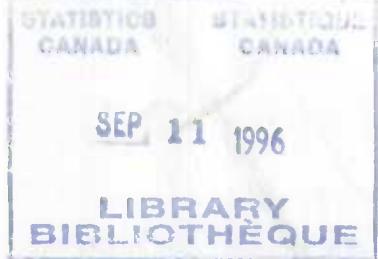
Retail Trade

June 1996

N° 63-005-XPB au catalogue

Commerce de détail

Juin 1996



Statistics
Canada Statistique
Canada

Canadä

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 publication and related statistics or services should be directed to: Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone (613) 951-9682) or to the Statistics Canada Regional Reference Centre in:

Halifax (902) 426-5331	Regina (306) 780-5405
Montreal (514) 283-5725	Edmonton (403) 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

How to Order Publications

Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, the Statistics Canada Regional Reference Centres, or from:

Statistics Canada
Operations and Integration Division
Circulation Management
120 Parkdale Avenue
Ottawa, Ontario
K1A 0T6

Telephone: (613) 951-7277
Fax: (613) 951-1584
Toronto (credit card only): (416) 973-8018
Internet: order@statcan.ca

Standards of Service to the Public

To maintain quality service to the public, Statistics Canada follows established standards covering statistical products and services, delivery of statistical information, cost-recovered services and service to respondents. 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 ordinolingué et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de la présente publication ou au sujet de statistiques ou de services connexes doit être adressée à: Section du commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (téléphone: (613) 951-9682) 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 (403) 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 W3:
<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

Comment commander les publications

On peut se procurer les publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des centres de consultation régionaux de Statistique Canada, ou en écrivant à:

Statistique Canada
Division des opérations et de l'intégration
Gestion de la circulation
120, avenue Parkdale
Ottawa (Ontario)
K1A 0T6

Téléphone: (613) 951-7277
Télécopieur: (613) 951-1584
Toronto (carte de crédit seulement): (416) 973-8018
Internet: order@statcan.ca

Normes de service au public

Afin de maintenir la qualité du service au public, Statistique Canada observe des normes établies en matière de produits et de services statistiques, de diffusion d'information statistique, de services à recouvrement des coûts et de services aux répondants. 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
Industry Division
Retail Trade Section

Retail Trade

June 1996

Statistique Canada
Division de l'industrie
Section du commerce de détail

Commerce de détail

Juin 1996

Published by authority of the Minister
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 1996

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.

September 1996

Price: Canada: \$20.00 per issue
\$200.00 annually
United States: US \$24.00 per issue
US \$240.00 annually
Other Countries: US \$28.00 per issue
US \$280.00 annually

Catalogue 63-005-XPB, Vol. 68, No. 6

Frequency: Monthly

ISSN 0380-6146

Ottawa

Note of appreciation

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

Publication autorisée par le ministre
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1996

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.

Septembre 1996

Prix: Canada: 20 \$ l'exemplaire,
200 \$ par année
Etats-Unis: 24 \$ US l'exemplaire,
240 \$ US par année
Autres pays: 28 \$ US l'exemplaire,
280 \$ US par année

Catalogue 63-005-XPB, vol. 68, no. 6

Périodicité: Mensuelle

ISSN 0380-6146

Ottawa

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 symbols are used in this Statistics Canada publication:

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

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Retail Trade (Matrix Nos. 2299, 2398-2417 and 2420), as well as many other series are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer print-outs, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff of Dissemination Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- G.W. Andrusiak, Director, Industry Division
- R. Lussier, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- B. Thériault, Chief, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- P. Desjardins, Senior Economist, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division

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 suivants sont employés uniformément dans cette publication de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- 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

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (système canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de détail (matrice nos 2299, 2398-2417 et 2420), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinolingués. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM de la Division de la diffusion, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- G.W. Andrusiak, directeur, Division de l'industrie
- R. Lussier, directeur adjoint, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- B. Thériault, chef, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie
- P. Desjardins, Économiste principale, Section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distributions, Division de l'industrie

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

Highlights	v
Charts	vii
For Further Reading	ix
Table	

1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods) 2
2. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods) 4
3. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates) 6
4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods) 20
5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates) 22
6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates) 24
7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Current Periods) 26
8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Historical Estimates) 26
9. Retail Sales, Current and Constant (1986) Dollar Estimates 28

Appendix

- I. Definitions 31
- II. Trade Group Coverage 33

TABLE DES MATIÈRES

PAGE	PAGE
Faits saillants	v
Graphiques	vii
Lectures suggérées	ix
Tableau	
1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	2
2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	4
3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)	6
4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)	20
5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	22
6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	24
7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)	26
8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)	26
9. Ventes au détail, estimations en dollars courants et constants (1986)	28
Appendice	
I. Définitions	31
II. Couverture des groupes de commerce	33

Note to users

Monthly estimates (unadjusted data) for four metropolitan areas (Montreal, Toronto, Winnipeg and Vancouver) can be tabulated by trade group and are available for purchase. For information on the metropolitan area estimates, or to order, contact the Monthly Retail Trade Section at (613) 951-3549.

Users interested in acquiring further information relating to the methodology, seasonal adjustment and data reliability of this survey may consult the most recent February issue (containing revisions to the previous year) of this publication or contact the Monthly Retail Trade Section.

Notes aux utilisateurs

Les estimations mensuelles (non désaisonnalisées) pour les quatre régions métropolitaines (Montréal, Toronto, Winnipeg et Vancouver) par groupe de commerce sont disponibles pour achat. Pour plus de renseignements sur les régions métropolitaines, communiquez avec la Section mensuelle du commerce de détail à (613) 951-3549.

Les utilisateurs qui sont intéressés d'obtenir plus de renseignements concernant la méthodologie, la désaisonnalisation et la fiabilité des données peuvent consulter le numéro de février le plus récent de cette publication (incluant les révisions de l'année précédente) ou communiquez avec la section mensuelle du commerce de détail.

HIGHLIGHTS

Consumers increased their purchases of goods in June, as retail sales were up 0.6% to \$18.0 billion. After pausing in March and April, sales have risen with monthly increases growing stronger in May and June. During the first half of 1996, sales increased 2.3% (unadjusted) compared to the same period in 1995. The sales trend has turned slightly upward since January 1996. Previously, the trend was generally flat in 1995 following sustained growth in 1992, 1993 and 1994.

Retailers recorded higher sales in five of the seven sectors, accounting for almost 71.0% of total sales. Increasing the most in dollar terms were the general merchandise (+2.1%) and automotive (+0.5%) sectors. Of the two sectors that lost ground in June, the furniture sector (-1.1%) reported the most significant decline.

Sales remained strong in the general merchandise sector, where a 2.1% rise in June followed a 0.3% gain in May; this is the strongest monthly gain so far this year. In fact, sales by other general stores (retailers, excluding department stores, primarily engaged in selling a wide range of commodities) dominated this month's gain, up a strong 5.0%, the seventh consecutive monthly increase. On the other hand, sales by department stores remained unchanged in June after a 0.5% gain in May. This sector has generally seen steady growth since mid-93.

Sales in the automotive sector (which includes new and used car dealers, gasoline service stations, and parts, accessories and service outlets) rose 0.5% this June, their seventh gain in the last eight months. This rise was due to higher sales by retailers of motor vehicle and recreational vehicle dealers. Their sales rebounded 1.5% in June following a 1.1% drop in May.

Gasoline service station sales dropped 2.4% in June after a 2.2% gain in May. This decline was mainly attributable to a drop in gas prices (-2.9%), the first after three months of increase.

FAITS SAILLANTS

Les consommateurs ont acheté plus de marchandises en juin, d'où une augmentation des ventes au détail (+0.6%), lesquelles ont atteint 18.0 milliards de dollars. Après une pause en mars et en avril, les ventes au détail ont augmenté de façon croissante en mai et en juin. Durant la première moitié de 1996, les ventes au détail ont augmenté de 2.3% (donnée non désaisonnalisée) comparativement à la même période en 1995. La tendance est légèrement positive depuis janvier 1996. Auparavant, la tendance était plutôt neutre en 1995, après la croissance soutenue de 1992, de 1993 et de 1994.

Les détaillants ont enregistré de meilleures ventes dans cinq des sept secteurs, qui ont représenté près de 71.0% des ventes totales. Le secteur des magasins de marchandises diverses (+2.1%) et celui de l'automobile (+0.5%) sont ceux qui ont le plus progressé en dollars. Des deux secteurs qui ont perdu du terrain en juin, celui de l'ameublement (-1.1%) a affiché la baisse la plus marquée.

Les ventes sont restées fermes dans le secteur des magasins de marchandises diverses, où l'augmentation de 2.1% de juin, qui a fait suite à un gain de 0.3% en mai, est la plus forte de l'année jusqu'à présent. En fait, avec un gain de 5.0%, qui marque aussi le septième mois consécutif d'augmentation des ventes, les autres magasins généraux (magasins, sauf les grands magasins, dont l'activité est le commerce de détail d'une vaste gamme de marchandises) viennent en tête des progressions des ventes pour le mois de juin. En revanche, après un gain de 0.5% au mois de mai, les ventes des grands magasins sont restées inchangées en juin. De manière générale, ce secteur affiche une croissance constante depuis le milieu de 1993.

Dans le secteur de l'automobile (qui comprend les concessionnaires de véhicules neufs et d'occasion, les stations-service et les magasins de pièces, d'accessoires et de services), les ventes ont augmenté de 0.5%, ce qui représente la septième progression au cours des huit derniers mois. Cette hausse s'explique par des ventes plus importantes chez les détaillants de véhicules automobiles et les concessionnaires de véhicules récréatifs. En effet, après avoir baissé de 1.1% en mai, leurs ventes ont augmenté de 1.5% en juin.

Après un gain de 2.2% en mai, les ventes des stations-service ont reculé de 2.4% en juin. Ce recul tient, en grande partie, à une baisse des prix de l'essence (-2.9%), la première après trois mois d'augmentations.

Sales in the furniture sector declined 1.1% after a strong 6.3% gain in May. The weakness was dominated by lower sales in furniture and appliances stores where sales dropped 1.6%. Sales by retailers of other furnishing products were up (+1.0%) for a second consecutive month. The trend in the furniture sector turned upward after decreasing since February 1995.

The sales trend for drug stores has risen since May 1995, offsetting poor sales between September 1994 and March 1995. Sales in the clothing sector have increased slightly in recent months, after posting declines from May 1995 to January 1996.

Among the six provinces and territories where retailers reported higher sales in June, the strongest gains in dollar terms were in Ontario (+0.9%) and Quebec (+1.0%). Partly offsetting these gains were lower sales in Manitoba (-1.9%) and Newfoundland (-0.8%). Retail sales remained unchanged in New Brunswick.

First half of 1996

In the first half of 1996, retailers increased their sales by 2.3%. Advancing the most were the automotive (+6.4%), general merchandise (+4.8%) and the drug (+6.5%) sectors. These latest gains were partly offset by lower sales in the furniture (-5.3%), food (-2.7%) and clothing (-5.3%) sectors.

All provinces, except Newfoundland and Ontario, had higher sales, with increases ranging from 2.1% in British Columbia and 8.4% in Saskatchewan. In general, increases were higher (+5.0%) in the Atlantic and the Prairie provinces.

In the Atlantic provinces, Prince Edward Island and New Brunswick had the strongest sales growth (+8.0%), while retailers in Newfoundland saw their sales down 0.8% during the first six months of 1996.

Saskatchewan posted the strongest growth (+8.4%) in retail sales within the Prairies; Manitoba (+5.2%) and Alberta (+2.1%) also contributed to the overall gain.

Retail sales in Ontario remained virtually unchanged following a gain of 5.5% in the first six month of 1995.

Dans le secteur de l'ameublement, les ventes ont diminué de 1.1%, après avoir augmenté de 6.3% en mai. Les magasins de meubles et d'appareils ménagers ont enregistré les plus mauvais résultats (-1.6%). Les ventes des détaillants d'autres produits d'ameublement ont augmenté (+1.0%) pour le deuxième mois consécutif. La tendance dans le secteur de l'ameublement s'est inversée à la hausse après avoir été à la baisse depuis février 1995.

La tendance des ventes dans les pharmacies est à la hausse depuis mai 1995, ce qui compense les mauvaises ventes enregistrées entre septembre 1994 et mars 1995. Dans le secteur du vêtement, qui avait affiché des baisses de mai 1995 à janvier 1996, on note une légère reprise des ventes au cours des derniers mois.

Parmi les six provinces et territoires où les détaillants ont affiché des augmentations des ventes en juin, l'Ontario (+0.9%) et le Québec (+1.0%) ont enregistré les meilleurs gains en dollars. Ces gains ont été en partie contrebalancés par une baisse des ventes au Manitoba (-1.9%) et à Terre-Neuve (-0.8%). Les ventes au détail sont restées inchangées en juin au Nouveau-Brunswick.

Premier semestre de 1996

Durant la première moitié de 1996, les détaillants ont augmenté leurs ventes de 2.3%. Les secteurs de l'automobile (+6.4%), des magasins de marchandises diverses (+4.8%) et des pharmacies (+6.5%) ont vu la valeur de leurs ventes augmenter le plus. Ces derniers gains ont été contrbalancés par les baisses dans les secteurs de l'ameublement (-5.3%), des aliments (-2.7%) et du vêtement (-5.3%).

Toutes les provinces, à l'exception de Terre-Neuve et de l'Ontario, ont enregistré des ventes plus élevées, s'échelonnant de 2.1% en Colombie-Britannique à 8.4% en Saskatchewan. En général, les augmentations ont été plus élevées (+5.0%) dans les provinces de l'Atlantique et des Prairies.

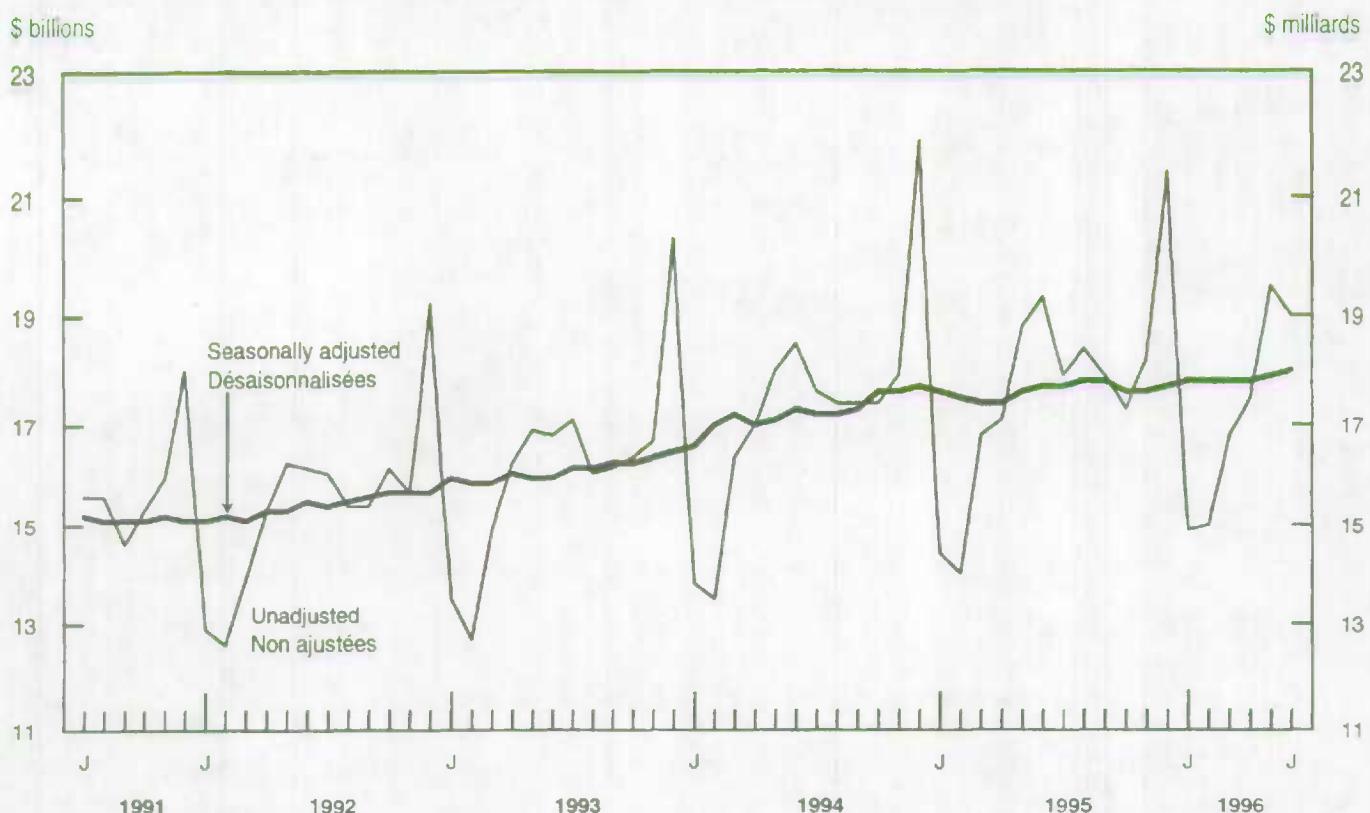
Dans les provinces de l'Atlantique, l'Île-du-Prince-Édouard et le Nouveau-Brunswick ont connu la croissance la plus forte à 8.0%. Les détaillants de Terre-Neuve ont vu leurs ventes baisser de 0.8% au cours des six premiers mois de 1996.

Dans les Prairies, la Saskatchewan enregistre la plus forte augmentation (+8.4%). Le Manitoba (+5.2%) et l'Alberta (+2.1%) ont aussi contribué à la hausse générale.

Les ventes sont restées pratiquement inchangées en Ontario, après un gain de 5.5% dans la première moitié de 1995.

Chart 1

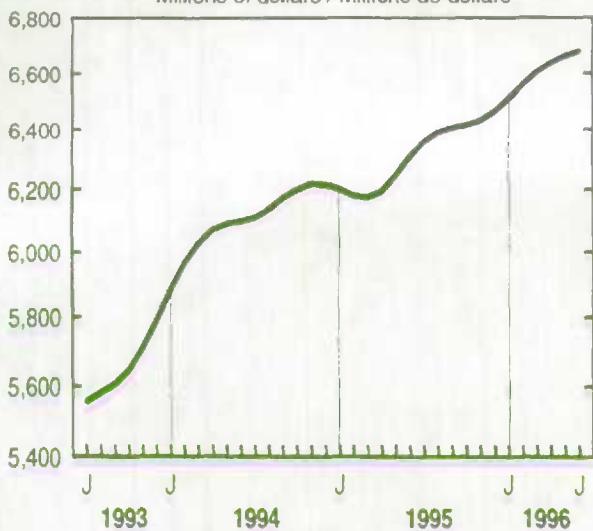
Graphique 1

Retail Sales, Canada**Ventes au détail, Canada**

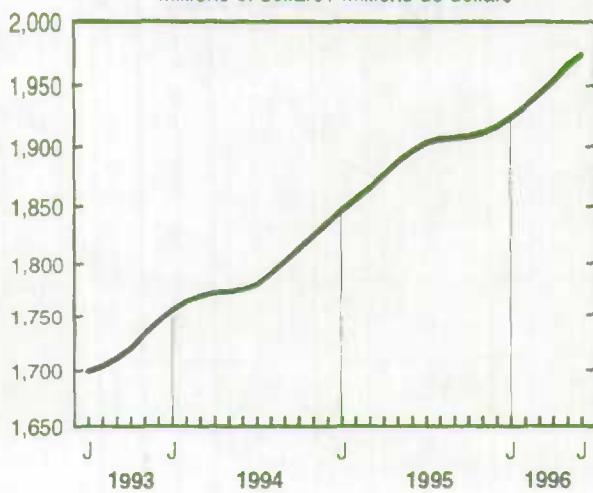
Retail Sales Trends¹ – Canada,
By Major Group

Tendances¹ des ventes au détail – Canada,
par groupe principal

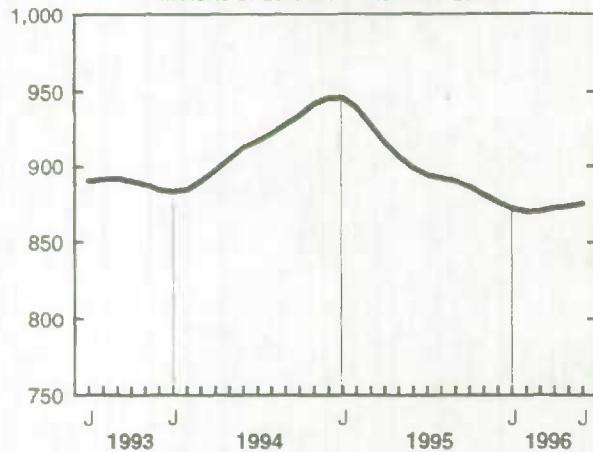
Automotive / Véhicules automobiles
Millions of dollars / Millions de dollars



General Merchandise / Marchandises diverses
Millions of dollars / Millions de dollars

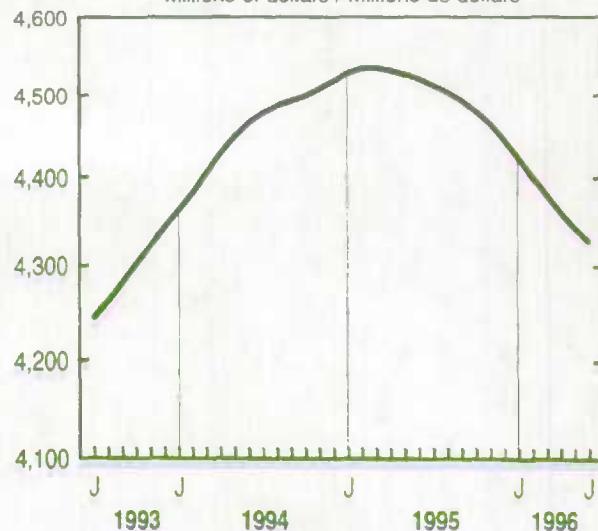


Furniture / Meubles
Millions of dollars / Millions de dollars



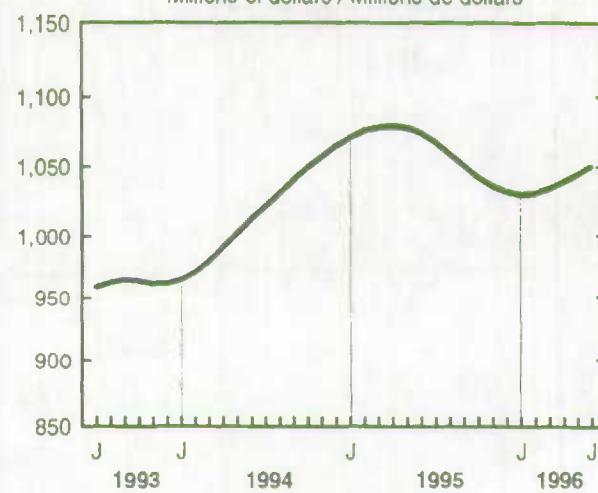
Food / Aliments

Millions of dollars / Millions de dollars



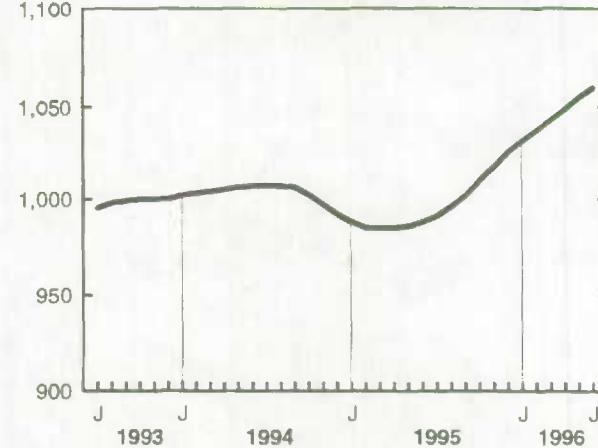
Clothing / Vêtements

Millions of dollars / Millions de dollars



Drug / Médicaments

Millions of dollars / Millions de dollars



¹ Trends represent smoothed seasonally adjusted data.

¹ Les tendances représentent les données désaisonnalisées lissées.

FOR FURTHER READING**Selected Publications
from Statistics Canada****Title**

Department Store Sales and Stocks,
Monthly, Bilingual

Department Store Sales by Region,
Advance Release, Monthly, Bilingual

New Motor Vehicle Sales, Monthly,
Bilingual

Retail Chain and Department Stores,
Annual, Bilingual

Vending Machine Operators, Annual,
Bilingual

Direct Selling in Canada, Annual,
Bilingual

Campus Bookstores, Annual, Bilingual

Wholesaling and Retailing in Canada,
Annual, Bilingual

Market Research Handbook, Annual,
Bilingual

Retail Commodity Survey, Occasional,
Bilingual

To order a publication you may telephone 1-613-951-7277 or use facsimile number 1-613-951-1584. For toll free in Canada only telephone 1-800-267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

LECTURES SUGGÉRÉES**Choisies parmi les publications
de Statistique Canada****Titre**

Ventes et stocks des grands magasins,
Mensuel, Bilingue

Ventes des grands magasins par région,
Rapport provisoire, Mensuel, Bilingue

Ventes de véhicules automobiles neufs,
Mensuel, Bilingue

Magasins de détail à succursales et
les grands magasins, Annuel, Bilingue

Exploitants de distributeurs
automatiques, Annuel, Bilingue

La vente directe au Canada, Annuel,
Bilingue

Librairies de campus, Annuel,
Bilingue

Les commerces de gros et de détail au
Canada, Annuel, Bilingue

Recueil statistique des études de
marché, Annuel, Bilingue

Enquête sur les marchandises vendues
au détail, Hors série, Bilingue

Catalogue

63-002-XPB

63-004-XPB

63-007-XPB

63-210-XPB

63-213-XPB

63-218-XPB

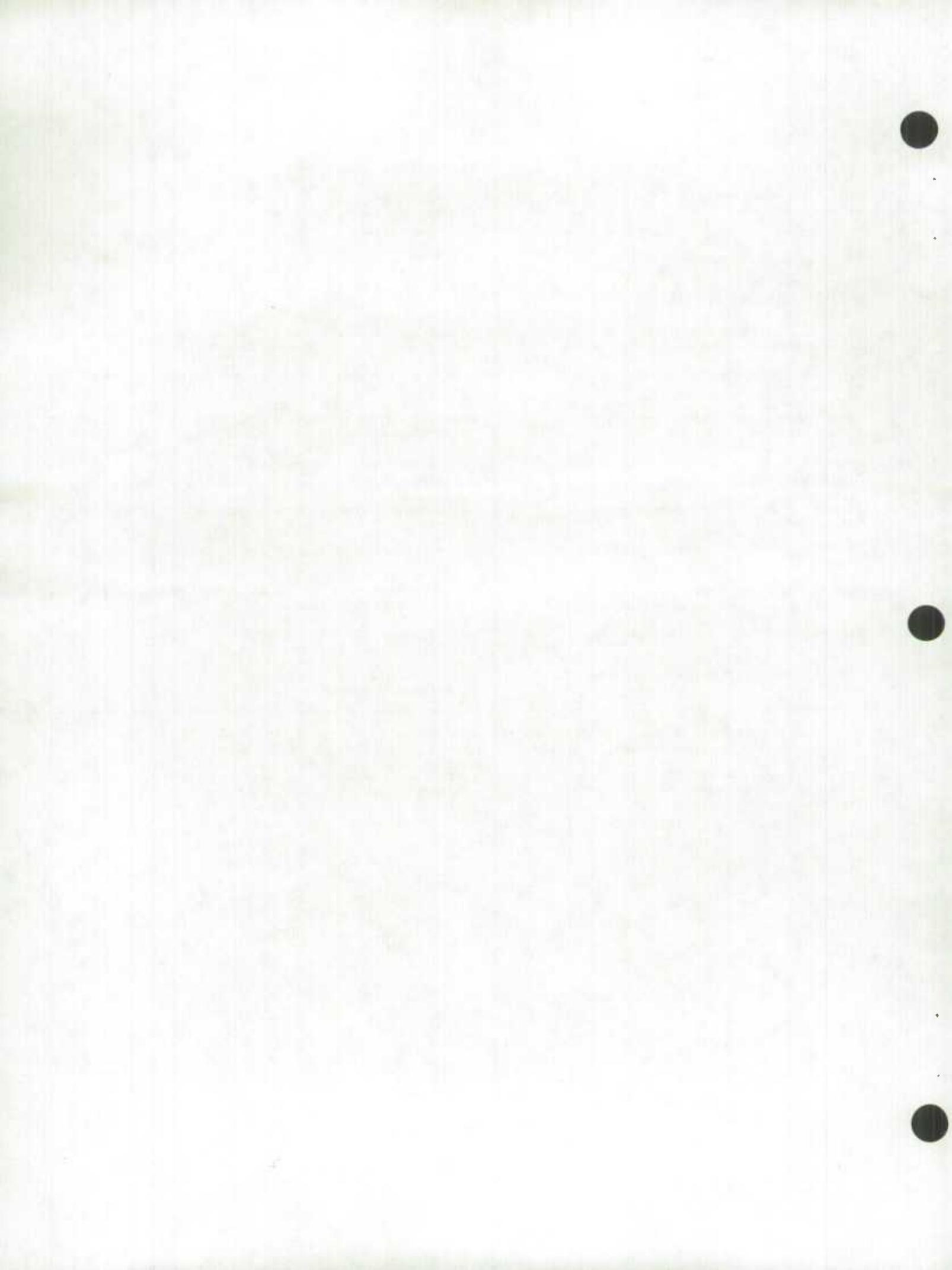
63-219-XPB

63-236-XPB

63-224-XPB

63-541-XPB

Pour obtenir une publication veuillez téléphoner au 1-613-951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1-613-951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1-800-267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.



Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)

No.	Sales Ventes				Year-to- date 1996 Cumulatif	Change from previous month Variation p. r. au mois précédent		
	June 1996 Juin	May 1996 Mai	April 1996 Avril	March 1996 Mars		June 1996 Juin	May 1996 Mai	
millions of dollars - millions de dollars								
Trade Group - Canada								
1 Supermarkets and grocery stores	3,965.0	3,967.8	4,015.7	4,013.0	24,014.2	-0.1	-1.2	
2 All other food stores	349.6	350.0	354.8	348.9	2,129.4	-0.1	-1.3	
3 Drugs and patent medicine stores	1,063.2	1,054.1	1,046.3	1,038.3	6,263.7	0.9	0.7	
4 Shoe stores	146.2	142.9	136.2	136.6	828.3	2.3	4.9	
5 Men's clothing stores	125.2	126.8	123.2	127.0	759.6	-1.3	2.9	
6 Women's clothing stores	332.8	328.8	326.3	326.4	1,973.3	1.2	0.8	
7 Other clothing stores	454.4	453.8	449.9	427.4	2,669.4	0.1	0.9	
8 Household furniture and appliance stores	679.9	691.1	647.2	680.9	4,036.8	-1.6	6.8	
9 Household furnishings stores	191.9	190.0	181.5	185.5	1,136.6	1.0	4.7	
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,303.2	4,238.2	4,284.4	4,266.9	25,572.3	1.5	-1.1	
11 Gasoline service stations	1,377.1	1,411.1	1,380.8	1,356.4	8,137.7	-2.4	2.2	
12 Automotive parts, accessories and services	987.7	986.6	972.0	967.4	5,927.5	0.1	1.5	
13 General merchandise stores	1,993.9	1,953.3	1,946.8	1,932.0	11,692.4	2.1	0.3	
14 Other semi-durable goods stores	633.6	610.6	576.8	599.4	3,617.2	3.8	5.9	
15 Other durable goods stores	457.7	456.5	443.3	460.9	2,696.4	0.3	3.0	
16 Other retail stores	907.4	895.2	929.0	943.1	5,607.3	1.4	-3.6	
17 Total, all stores	17,968.8	17,856.8	17,814.2	17,810.0	107,061.7	0.6	0.2	
Regions								
18 Newfoundland	283.8	286.2	286.6	285.7	1,719.6	-0.8	-0.1	
19 Prince Edward Island	79.8	80.5	80.5	80.9	478.7	-0.8	- -	
20 Nova Scotia	558.9	557.7	548.3	559.5	3,341.9	0.2	1.7	
21 New Brunswick	447.5	447.3	448.0	442.6	2,671.1	- -	-0.1	
22 Quebec	4,263.8	4,221.5	4,166.3	4,164.4	25,210.9	1.0	1.3	
23 Ontario	6,523.6	6,464.5	6,495.7	6,497.0	38,971.3	0.9	-0.5	
24 Manitoba	633.2	645.8	633.6	627.9	3,799.6	-1.9	1.9	
25 Saskatchewan	591.4	585.1	583.0	578.8	3,481.2	1.1	0.4	
26 Alberta	1,906.3	1,898.7	1,898.9	1,891.0	11,372.9	0.4	- -	
27 British Columbia	2,618.9	2,606.6	2,609.7	2,620.1	15,664.8	0.5	-0.1	
28 Yukon	22.9	23.1	22.9	21.6	129.0	-0.9	0.8	
29 Northwest Territories	38.6	39.8	40.7	40.5	239.9	-3.0	-2.3	

TABLEAU 1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(périodes courantes)

Change from previous month		Change from previous year						N°
Variation p. r. au mois précédent		Variation par rapport à l'année précédente						
April 1996 Avril	March 1996 Mars	June 1996 Juin	May 1996 Mai	April 1996 Avril	March 1996 Mars	Year-to-date 1996 Cumulatif		
Per cent - pourcentage								
								Groupe de commerce - Canada
0.1	-0.1	-4.5	-5.0	-4.2	-3.3	-4.1		Supermarchés d'alimentation et épicerie
1.7	-2.7	1.8	-0.1	0.3	-0.6	1.7		Tous les autres magasins d'alimentation
0.8	0.4	8.0	6.6	6.2	6.0	6.0		Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-0.2	1.4	-4.0	-3.3	-0.5	-9.1	-4.9		Magasins de chaussures
-3.0	-1.3	-10.2	-7.0	-9.5	-7.7	-10.1		Magasins de vêtements pour hommes
--	-1.4	-8.9	-5.8	-1.8	-5.4	-5.7		Magasins de vêtements pour dames
5.3	-2.6	4.2	3.7	2.0	-1.9	1.6		Autres magasins de vêtements
-4.9	1.1	-2.7	-3.0	-11.2	-7.5	-7.9		Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-2.2	-3.2	2.0	0.7	-4.8	-3.1	-0.2		Magasins d'accessoires d'ameublement
0.4	-0.1	3.2	4.8	6.9	6.0	4.7		Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
1.8	3.9	12.0	14.2	15.3	14.9	13.4		Stations-service
0.5	-2.9	3.7	5.5	7.8	3.1	5.7		Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
0.8	-0.4	4.4	3.3	4.9	3.8	4.1		Magasins de marchandises diverses
-3.8	1.2	5.6	1.5	-2.2	2.2	2.3		Autres magasins de produits semi-durables
-3.8	5.4	-0.8	-1.3	-5.5	-4.0	-4.4		Autres magasins de produits durables
-1.5	-1.9	-2.6	-4.8	-0.2	5.1	1.5		Autres magasins de vente au détail
--	--	1.4	1.5	2.1	2.1	1.6		Total, ensemble des magasins
Régions								
0.3	-2.0	-2.2	-1.9	-3.8	-1.5	-1.3		Terre-Neuve
-0.6	0.7	4.1	6.5	10.3	10.9	7.7		Île-du-Prince-Édouard
-2.0	-1.7	5.3	4.5	2.1	5.8	4.5		Nouvelle-Écosse
1.2	0.1	5.2	7.1	8.7	8.0	7.6		Nouveau-Brunswick
--	-0.5	5.0	3.6	2.3	2.0	2.7		Québec
--	1.0	-1.4	-1.5	1.2	-0.4	-0.8		Ontario
0.9	1.0	1.8	4.4	4.6	4.5	4.6		Manitoba
0.7	1.3	6.7	7.3	8.6	10.5	7.7		Saskatchewan
0.4	-2.1	2.5	2.4	3.9	5.1	3.6		Alberta
-0.4	-0.8	-0.2	1.5	0.1	2.5	1.4		Colombie-Britannique
5.8	10.8	15.8	16.7	17.8	12.0	11.1		Yukon
0.6	-1.6	1.8	5.4	7.4	7.5	6.7		Territoires du Nord-Ouest

TABLE 2. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)

No.		Sales Ventes					
		June 1996 Juin	May 1996 Mai	April 1996 Avril	March 1996 Mars	Year-to-date 1996 Cumulatif	
millions of dollars - millions de dollars							
Trade Group - Canada							
1	Supermarkets and grocery stores	4,085.5	4,257.9	3,847.4	4,030.8	23,750.7	
2	All other food stores	380.9	379.0	349.8	341.1	2,075.6	
3	Drugs and patent medicine stores	1,029.8	1,067.3	1,008.2	1,009.5	6,085.1	
4	Shoe stores	163.3	162.5	135.1	111.9	749.0	
5	Men's clothing stores	137.1	132.4	107.3	98.0	656.2	
6	Women's clothing stores	357.1	358.0	301.2	275.4	1,748.6	
7	Other clothing stores	442.5	432.0	401.6	363.3	2,250.7	
8	Household furniture and appliance stores	659.4	649.7	604.3	626.4	3,646.3	
9	Household furnishings stores	196.8	193.3	169.1	165.3	1,032.7	
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,002.8	5,264.6	4,889.2	4,327.0	26,492.3	
11	Gasoline service stations	1,446.2	1,477.9	1,282.0	1,281.7	7,889.4	
12	Automotive parts, accessories and services	1,072.3	1,119.0	957.1	857.6	5,658.3	
13	General merchandise stores	1,934.7	1,925.4	1,761.8	1,650.1	10,066.4	
14	Other semi-durable goods stores	681.2	710.5	513.6	464.7	3,234.3	
15	Other durable goods stores	470.2	468.5	392.3	373.5	2,371.3	
16	Other retail stores	952.4	929.6	814.6	834.8	5,011.3	
17	Total, all stores	19,012.4	19,527.6	17,532.6	16,811.3	102,718.3	
Regions							
18	Newfoundland	292.9	306.7	282.7	267.4	1,609.6	
19	Prince Edward Island	85.9	86.0	74.5	70.8	440.3	
20	Nova Scotia	592.9	604.6	540.7	530.9	3,189.4	
21	New Brunswick	477.5	480.8	430.5	407.5	2,514.3	
22	Quebec	4,568.6	4,858.4	4,236.8	3,935.4	24,528.7	
23	Ontario	6,916.9	7,048.5	6,317.9	6,051.3	37,278.5	
24	Manitoba	667.9	698.2	617.9	596.4	3,634.2	
25	Saskatchewan	624.4	618.8	566.9	549.1	3,328.0	
26	Alberta	2,009.0	2,038.4	1,885.4	1,790.3	10,867.0	
27	British Columbia	2,708.0	2,719.8	2,517.9	2,553.2	14,974.9	
28	Yukon	26.0	25.5	21.7	19.0	122.3	
29	Northwest Territories	42.4	41.8	39.7	39.8	231.3	

TABLEAU 2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)

Change from previous year					N°	
Variation par rapport à l'année précédente						
June 1996 Juin	May 1996 Mai	April 1996 Avril	March 1996 Mars	Year-to-date 1996 Cumulatif		
Per cent - pourcentage						
-7.0	0.2	-7.0	-3.1	-3.1	Groupe de commerce - Canada	
2.1	4.1	-4.8	1.2	2.4	Supermarchés d'alimentation et épicerie 1	
4.4	8.8	7.5	3.2	6.5	Tous les autres magasins d'alimentation 2	
0.4	0.6	-5.3	-8.5	-3.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3	
-10.0	-2.4	-14.3	-6.6	-8.4	Magasins de chaussures 4	
-6.7	-2.9	-5.1	-5.0	-4.3	Magasins de vêtements pour hommes 5	
3.9	7.7	1.0	-1.7	3.1	Magasins de vêtements pour dames 6	
-5.3	-0.5	-9.8	-7.6	-6.6	Autres magasins de vêtements 7	
-1.9	0.3	-2.7	-6.7	-0.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8	
-3.0	3.3	13.5	-0.5	4.4	Magasins d'accessoires d'ameublement 9	
10.0	17.3	16.7	13.4	14.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10	
-0.5	6.1	9.2	-0.8	5.6	Stations-service 11	
3.7	5.7	3.8	2.6	4.8	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12	
4.9	3.3	-3.4	1.2	2.8	Magasins de marchandises diverses 13	
-0.8	2.7	-6.9	-3.4	-2.8	Autres magasins de produits semi-durables 14	
-5.1	-1.6	-4.6	7.3	1.8	Autres magasins de produits durables 15	
-1.6	3.7	2.8	0.1	2.3	Autres magasins de vente au détail 16	
					Total, ensemble des magasins 17	
Régions						
-6.7	1.3	-1.4	-2.9	-0.8	Terre-Neuve 18	
-1.3	9.2	12.2	11.2	8.0	Île-du-Prince-Édouard 19	
0.9	7.8	3.0	5.8	5.3	Nouvelle-Écosse 20	
3.1	9.2	9.1	6.3	8.1	Nouveau-Brunswick 21	
1.5	6.4	1.8	-0.8	3.2	Québec 22	
-4.7	0.9	2.4	-2.8	-0.1	Ontario 23	
-0.3	7.9	4.4	3.9	5.2	Manitoba 24	
4.8	9.2	9.1	9.4	8.4	Saskatchewan 25	
-0.3	4.3	5.3	3.1	4.0	Alberta 26	
-1.9	2.0	1.0	1.8	2.0	Colombie-Britannique 27	
11.7	20.3	22.3	9.1	12.9	Yukon 28	
2.3	7.2	7.1	9.2	8.0	Territoires du Nord-Ouest 29	

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group No.	Sales Ventes				
	Quarter 2 1996 Trimestre 2	Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2
	millions of dollars - millions de dollars				
Canada					
1 Supermarkets and grocery stores	12,190.8	11,559.9	12,452.6	12,882.4	12,776.7
2 All other food stores	1,109.7	965.9	1,069.4	1,058.1	1,104.8
3 Drugs and patent medicine stores	3,105.4	2,979.8	3,318.4	2,913.5	2,905.4
4 Shoe stores	458.9	290.1	492.3	443.1	464.7
5 Men's clothing stores	376.8	279.4	567.9	361.3	413.2
6 Women's clothing stores	1,016.3	732.3	1,239.4	1,030.5	1,068.6
7 Other clothing stores	1,276.1	974.5	1,724.0	1,357.8	1,224.6
8 Household furniture and appliance stores	1,913.4	1,732.9	2,486.1	2,161.7	2,019.0
9 Household furnishings stores	559.2	473.5	664.0	590.4	567.1
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	15,156.7	11,335.6	11,383.7	12,840.0	14,561.0
11 Gasoline service stations	4,206.0	3,683.4	3,741.4	3,943.7	3,673.1
12 Automotive parts, accessories and services	3,148.4	2,509.8	3,107.7	2,890.4	3,007.9
13 General merchandise stores	5,621.9	4,444.5	7,625.5	5,432.6	5,384.8
14 Other semi-durable goods stores	1,905.3	1,329.0	2,066.0	1,882.5	1,869.1
15 Other durable goods stores	1,331.1	1,040.2	1,690.5	1,374.9	1,351.6
16 Other retail stores	2,696.6	2,314.7	3,279.1	3,002.2	2,802.0
17 Total, all stores	56,072.7	46,645.7	56,907.8	54,165.0	55,193.5
Newfoundland					
1 Supermarkets and grocery stores	272.6	250.7	267.2	295.5	287.5
2 All other food stores
3 Drugs and patent medicine stores	60.8	58.3	70.2	66.2	68.7
4 Shoe stores	5.2	3.2	6.2	5.6	5.3
5 Men's clothing stores	2.6	1.7	5.2	3.3	3.9
6 Women's clothing stores	12.4	8.4	20.1	12.3	12.2
7 Other clothing stores	8.5	7.2	18.3	11.8	9.4
8 Household furniture and appliance stores	21.4	16.8	31.2	24.8	21.8
9 Household furnishings stores	2.7	2.0	4.7	3.7	3.6
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	208.6	136.6	126.7	164.3	188.3
11 Gasoline service stations	77.9	78.8	88.4	100.7	87.5
12 Automotive parts, accessories and services	42.5	31.7	44.5	41.5	42.9
13 General merchandise stores	103.9	83.5	172.9	108.7	99.1
14 Other semi-durable goods stores	23.4	16.0	33.6	30.8	32.2
15 Other durable goods stores	9.9	7.6	16.2	9.6	9.4
16 Other retail stores	22.0	18.7	33.0	23.7	22.2
17 Total, all stores	882.2	727.3	945.3	910.9	903.3

TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations trimestrielles)

Change from previous year					Groupe de commerce	N°		
Variation par rapport à l'année précédente								
Quarter 2 1996 Trimestre 2	Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2				
Per cent - pourcentage								
-4.6	-1.6	-2.6	1.0	1.4	Canada			
0.5	4.8	3.1	3.9	20.4	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
6.9	6.2	2.0	-1.9	-1.6	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
-1.3	-5.7	-9.7	-2.5	1.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
-8.8	-7.8	-5.0	1.1	-3.7	Magasins de chaussures	4		
-4.9	-3.5	-6.8	2.3	7.9	Magasins de vêtements pour hommes	5		
4.2	1.7	4.3	9.1	15.3	Magasins de vêtements pour dames	6		
-5.2	-8.0	-8.7	-1.4	- -	Autres magasins de vêtements	7		
-1.4	1.0	1.5	-3.3	0.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
4.1	4.9	1.7	8.5	3.9	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
14.5	13.7	4.6	3.1	4.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
4.7	6.7	-4.7	-3.4	-5.4	Stations-service	11		
4.4	5.3	3.8	6.6	6.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
1.9	4.1	-5.9	2.6	1.6	Magasins de marchandises diverses	13		
-1.5	-4.3	-7.1	-2.0	0.1	Autres magasins de produits semi-durables	14		
-3.8	9.2	2.2	5.8	8.2	Autres magasins de produits durables	15		
1.6	3.1	-0.5	3.3	3.1	Autres magasins de vente au détail	16		
					Total, ensemble des magasins	17		
Terre-Neuve								
-5.2	-1.0	-1.0	2.1	6.6	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
-11.5	-12.1	-7.3	2.0	4.8	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
-3.7	-2.3	-14.2	-1.1	2.4	Magasins de chaussures	4		
-32.1	-32.0	-32.5	-4.6	-1.5	Magasins de vêtements pour hommes	5		
1.2	-1.1	-5.3	-7.9	-1.1	Magasins de vêtements pour dames	6		
-9.2	-2.1	6.2	19.2	16.1	Autres magasins de vêtements	7		
-1.7	-5.6	-17.4	1.9	4.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
-26.1	-34.8	-7.1	-7.4	2.2	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
10.8	14.8	6.1	3.8	-2.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
-10.9	5.9	3.1	26.6	21.5	Stations-service	11		
-1.2	-6.7	-0.5	-2.1	-6.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
4.8	11.4	3.3	-4.7	-4.5	Magasins de marchandises diverses	13		
-27.5	-21.8	-15.4	-3.4	10.4	Autres magasins de produits semi-durables	14		
5.4	7.4	-16.5	-18.9	-20.0	Autres magasins de produits durables	15		
-0.8	-6.0	2.7	7.4	16.7	Autres magasins de vente au détail	16		
-2.3	1.2	-1.2	3.5	3.9	Total, ensemble des magasins	17		

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group No.	Sales Ventes				
	Quarter 2 1996 Trimestre 2	Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2
	millions of dollars - millions de dollars				
Prince Edward Island					
1 Supermarkets and grocery stores	58.6	50.2	57.2	62.2	57.6
2 All other food stores
3 Drugs and patent medicine stores	17.3	16.4	18.4	17.0	16.2
4 Shoe stores	X	X	X	X	X
5 Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6 Women's clothing stores
7 Other clothing stores	3.3	2.5	6.3	6.9	2.9
8 Household furniture and appliance stores	4.1	3.6	6.1	4.7	4.8
9 Household furnishings stores	2.1	1.7	2.0	1.4	1.3
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	53.3	39.8	42.5	48.9	55.8
11 Gasoline service stations	36.9	30.4	32.4	35.9	25.8
12 Automotive parts, accessories and services	14.3	9.6	13.6	11.9	12.6
13 General merchandise stores	21.0	15.1	31.0	23.5	22.2
14 Other semi-durable goods stores	12.8	8.6	14.3	13.8	10.7
15 Other durable goods stores	3.3	2.4	4.8	3.5	3.0
16 Other retail stores	10.3	7.9	11.3	13.7	11.2
17 Total, all stores	246.4	194.0	269.8	253.1	232.2
Nova Scotia					
1 Supermarkets and grocery stores	506.5	469.6	436.5	460.4	450.8
2 All other food stores
3 Drugs and patent medicine stores	120.1	117.2	127.5	112.5	117.6
4 Shoe stores	9.7	6.7	9.8	9.4	9.2
5 Men's clothing stores	6.6	4.9	11.6	6.9	7.1
6 Women's clothing stores	25.3	18.0	37.9	25.5	26.0
7 Other clothing stores	27.8	21.6	47.6	31.9	25.3
8 Household furniture and appliance stores	30.8	32.5	48.4	36.7	34.7
9 Household furnishings stores	10.7	9.3	15.8	16.2	12.2
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	424.3	321.8	276.1	321.0	429.3
11 Gasoline service stations	142.3	106.9	112.5	126.7	116.0
12 Automotive parts, accessories and services	71.4	56.3	78.9	74.8	75.3
13 General merchandise stores	173.9	132.6	267.3	175.8	167.7
14 Other semi-durable goods stores	41.4	36.1	63.9	52.5	48.5
15 Other durable goods stores	31.1	25.1	45.7	31.7	29.4
16 Other retail stores	94.0	74.3	105.0	107.9	96.1
17 Total, all stores	1,738.2	1,451.2	1,707.0	1,614.9	1,673.3

TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations trimestrielles)

Change from previous year					Groupe de commerce	N°		
Variation par rapport à l'année précédente								
Quarter 2 1996 Trimestre 2	Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2				
Per cent - pourcentage								
1.9	0.9	3.6	9.8	13.6	Île-du-Prince-Édouard			
..	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
6.6	4.6	9.0	1.7	0.9	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
X	X	X	X	X	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4		
..	Magasins de vêtements pour hommes	5		
15.1	30.4	13.3	1.3	-19.9	Magasins de vêtements pour dames	6		
-13.3	-19.3	-20.3	-30.0	-21.6	Autres magasins de vêtements	7		
64.0	53.7	5.2	-43.4	-41.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
-4.5	13.2	4.0	20.2	5.1	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
43.0	49.5	39.9	25.5	9.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
13.0	3.9	-4.9	-13.9	-11.6	Stations-service	11		
-5.4	0.3	-3.3	-1.9	2.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
19.1	23.4	29.5	19.6	22.4	Magasins de marchandises diverses	13		
10.2	19.2	20.2	21.3	25.5	Autres magasins de produits semi-durables	14		
-7.8	-6.9	-9.8	-10.4	-1.1	Autres magasins de produits durables	15		
6.1	10.6	6.3	7.7	4.9	Autres magasins de vente au détail	16		
					Total, ensemble des magasins	17		
Nouvelle-Écosse								
12.4	13.8	-4.8	-2.7	2.7	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
2.1	5.3	-0.1	0.6	8.7	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
6.2	21.5	-12.3	-0.2	3.2	Magasins de chaussures	4		
-7.4	-17.5	-10.1	8.0	3.1	Magasins de vêtements pour hommes	5		
-2.6	-1.9	-4.4	-8.2	-1.6	Magasins de vêtements pour dames	6		
9.7	4.8	5.9	13.1	14.9	Autres magasins de vêtements	7		
-11.3	-1.3	-8.7	-12.0	-9.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
-11.6	-1.6	-5.7	9.9	-7.3	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
-1.2	7.2	-7.5	-4.5	3.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
22.6	0.9	-9.6	-9.5	-16.8	Stations-service	11		
-5.3	-1.9	-7.5	-1.9	-13.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
3.7	4.6	0.4	2.6	3.4	Magasins de marchandises diverses	13		
-14.7	2.3	-9.0	0.1	0.9	Autres magasins de produits semi-durables	14		
5.5	21.3	11.9	20.6	22.5	Autres magasins de produits durables	15		
-2.2	3.7	-3.7	2.0	2.5	Autres magasins de vente au détail	16		
3.9	7.1	-4.4	-1.9	1.2	Total, ensemble des magasins	17		

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group No.	Sales Ventes				
	Quarter 2 1996 Trimestre 2	Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2
millions of dollars - millions de dollars					
New Brunswick					
1 Supermarkets and grocery stores	340.1	299.3	315.0	338.0	314.0
2 All other food stores
3 Drugs and patent medicine stores	99.2	109.1	127.8	109.2	106.6
4 Shoe stores	8.0	5.0	10.3	9.1	9.0
5 Men's clothing stores	5.5	4.2	10.7	5.4	6.6
6 Women's clothing stores	22.9	17.8	33.9	22.6	23.0
7 Other clothing stores	21.8	16.2	33.9	23.9	17.8
8 Household furniture and appliance stores	36.0	38.2	50.8	40.2	34.1
9 Household furnishings stores	11.8	8.9	16.4	12.7	10.7
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	381.3	270.9	266.2	311.5	342.1
11 Gasoline service stations	87.8	77.1	88.6	107.1	92.4
12 Automotive parts, accessories and services	92.4	68.4	92.4	81.9	82.2
13 General merchandise stores	140.7	111.2	218.3	138.2	130.4
14 Other semi-durable goods stores	46.0	30.3	44.9	36.6	37.6
15 Other durable goods stores	18.5	13.1	29.3	23.0	21.2
16 Other retail stores	63.1	44.7	67.3	65.8	58.6
17 Total, all stores	1,388.8	1,125.4	1,417.8	1,338.0	1,298.3
Quebec					
1 Supermarkets and grocery stores	3,107.8	2,899.7	3,290.0	3,387.0	3,387.5
2 All other food stores
3 Drugs and patent medicine stores	743.7	720.4	771.3	648.7	649.6
4 Shoe stores	161.3	90.9	179.4	153.7	159.9
5 Men's clothing stores	108.7	66.4	134.6	87.9	111.5
6 Women's clothing stores	299.8	213.2	328.9	293.0	301.6
7 Other clothing stores	429.7	272.2	455.6	390.7	378.3
8 Household furniture and appliance stores	565.6	468.7	632.8	612.5	600.4
9 Household furnishings stores	145.2	107.7	149.6	150.6	157.9
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	3,576.8	2,455.2	2,374.4	2,758.2	3,241.8
11 Gasoline service stations	914.6	842.3	855.4	820.4	764.7
12 Automotive parts, accessories and services	847.9	636.3	838.6	741.7	796.1
13 General merchandise stores	1,194.6	936.7	1,479.2	1,106.4	1,138.5
14 Other semi-durable goods stores	465.0	285.1	441.1	446.2	447.6
15 Other durable goods stores	273.5	213.1	345.9	294.7	296.0
16 Other retail stores	443.6	349.1	531.2	435.1	459.8
17 Total, all stores	13,663.8	10,864.9	13,150.0	12,674.3	13,229.4

**TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year					Groupe de commerce	N°		
Variation par rapport à l'année précédente								
Quarter 2 1996 Trimestre 2	Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2				
Per cent - pourcentage								
8.3	5.4	2.3	5.8	0.2	Nouveau-Brunswick			
..	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
-6.9	8.5	12.5	13.2	13.0	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
-11.3	-7.9	-4.6	10.0	11.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
-16.0	-6.1	-14.5	-25.5	-21.2	Magasins de chaussures	4		
-0.4	13.7	3.7	-2.1	5.7	Magasins de vêtements pour hommes	5		
22.4	16.3	30.3	27.8	15.0	Magasins de vêtements pour dames	6		
5.7	18.5	-1.9	8.0	0.1	Autres magasins de vêtements	7		
10.2	7.2	24.4	13.8	3.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
11.5	21.3	14.6	28.8	5.6	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
-5.0	-17.9	-23.7	-13.2	-15.5	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
12.4	12.0	2.0	-2.8	0.2	Stations-service	11		
7.9	12.5	7.1	-0.3	-6.8	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
22.5	30.2	9.7	19.6	21.8	Magasins de marchandises diverses	13		
-12.9	-12.8	-12.6	3.5	6.4	Autres magasins de produits semi-durables	14		
7.7	3.2	-1.0	2.7	8.8	Autres magasins de produits durables	15		
7.0	9.4	4.2	8.3	1.8	Autres magasins de vente au détail	16		
					Total, ensemble des magasins	17		
Québec								
-8.3	-8.3	-7.3	-5.9	-6.2	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
14.5	10.1	4.0	-11.5	-12.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
0.9	-2.4	-3.8	2.0	2.3	Magasins de chaussures	4		
-2.5	-6.4	-7.1	-7.1	-3.9	Magasins de vêtements pour hommes	5		
-0.6	5.1	-2.1	4.2	7.4	Magasins de vêtements pour dames	6		
13.6	1.6	6.4	14.9	18.6	Autres magasins de vêtements	7		
-5.8	3.5	0.8	9.0	14.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
-8.1	4.5	2.7	5.5	13.9	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
10.3	8.8	1.9	-0.9	-10.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
19.6	23.4	16.3	8.7	8.2	Stations-service	11		
6.5	12.8	1.4	1.4	-2.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
4.9	8.5	1.5	1.3	3.4	Magasins de marchandises diverses	13		
3.9	-1.3	-10.0	-4.2	-4.1	Autres magasins de produits semi-durables	14		
-7.6	-4.0	-1.9	7.8	7.8	Autres magasins de produits durables	15		
-3.5	-1.2	-2.2	1.2	1.0	Autres magasins de vente au détail	16		
3.3	3.0	-0.8	-0.7	-3.2	Total, ensemble des magasins	17		

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group No.	Sales Ventes				
	Quarter 2 1996 Trimestre 2	Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2
	millions of dollars - millions de dollars				
Ontario					
1 Supermarkets and grocery stores	3,745.6	3,647.5	3,891.6	4,026.7	4,061.7
2 All other food stores
3 Drugs and patent medicine stores	1,203.3	1,168.1	1,290.3	1,148.9	1,152.7
4 Shoe stores	162.7	102.5	165.1	151.0	162.9
5 Men's clothing stores	142.8	107.4	220.6	138.4	164.1
6 Women's clothing stores	373.8	254.5	454.2	372.4	401.8
7 Other clothing stores	410.1	345.8	633.8	480.6	434.3
8 Household furniture and appliance stores	595.2	560.0	846.1	718.0	681.7
9 Household furnishings stores	201.9	180.1	244.6	219.9	212.6
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,699.6	4,266.5	4,454.8	5,022.0	5,621.3
11 Gasoline service stations	1,654.9	1,390.3	1,404.0	1,488.4	1,387.9
12 Automotive parts, accessories and services	1,186.5	946.1	1,175.0	1,079.1	1,143.6
13 General merchandise stores	2,059.2	1,627.5	2,929.3	2,001.5	1,978.0
14 Other semi-durable goods stores	707.6	509.4	799.6	704.4	688.7
15 Other durable goods stores	517.4	374.0	637.8	503.4	517.0
16 Other retail stores	1,166.3	1,080.3	1,525.8	1,440.2	1,290.3
17 Total, all stores	20,283.4	16,995.1	21,144.8	19,957.8	20,407.2
Manitoba					
1 Supermarkets and grocery stores	519.3	483.1	508.5	510.8	502.4
2 All other food stores
3 Drugs and patent medicine stores	73.7	74.2	86.6	75.4	72.7
4 Shoe stores	14.7	8.8	15.7	12.5	12.9
5 Men's clothing stores	11.7	7.3	15.6	9.4	11.2
6 Women's clothing stores	28.3	18.2	31.8	26.4	27.8
7 Other clothing stores	45.4	35.2	61.9	42.8	40.4
8 Household furniture and appliance stores	63.7	56.2	77.5	63.3	56.7
9 Household furnishings stores	14.5	11.6	16.2	15.0	14.1
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	492.5	373.0	362.8	412.0	467.4
11 Gasoline service stations	170.1	147.3	156.8	176.6	171.6
12 Automotive parts, accessories and services	113.2	89.3	100.7	89.3	91.4
13 General merchandise stores	234.1	185.0	320.9	234.4	236.6
14 Other semi-durable goods stores	54.4	41.5	67.2	50.7	47.4
15 Other durable goods stores	46.5	34.6	63.6	52.8	52.4
16 Other retail stores	80.8	65.8	99.2	85.3	80.8
17 Total, all stores	1,984.0	1,650.2	2,008.0	1,877.5	1,908.8

TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations trimestrielles)

Change from previous year					Groupe de commerce	N°		
Variation par rapport à l'année précédente								
Quarter 2 1996 Trimestre 2	Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2				
Per cent - pourcentage								
-7.8	-3.9	-3.8	1.4	2.1	Ontario			
..				
4.4	8.2	3.4	1.6	3.4				
-0.1	-11.3	-16.0	-7.9	-5.4				
-12.9	-13.9	-9.2	-2.5	-7.9				
-7.0	-11.3	-12.6	-0.9	5.7				
-5.6	-3.9	1.5	3.9	14.8				
-12.7	-20.5	-16.7	-11.9	-6.0				
-5.0	-3.0	-7.5	-10.7	-3.8				
1.4	-1.4	-4.9	11.5	5.6				
19.2	14.1	7.7	9.8	6.4				
3.7	2.4	-7.1	-5.6	-6.0				
4.1	3.9	4.7	9.2	9.6				
2.7	5.4	-4.3	8.7	6.2				
0.1	-13.1	-12.7	-7.0	-2.0				
-9.6	18.0	7.3	10.5	13.1				
-0.6	0.5	-2.1	4.7	4.8				
Total, ensemble des magasins								
Manitoba								
3.4	9.0	5.9	6.7	5.8	Manitoba			
..				
1.4	10.8	18.8	18.5	14.0				
13.5	7.7	13.6	27.2	23.6				
4.5	-10.1	-11.2	-6.3	-11.9				
1.7	-12.1	-15.7	-10.4	-13.0				
12.3	15.8	11.5	10.2	17.1				
12.5	5.3	-6.2	8.0	1.7				
2.7	-4.4	10.1	13.8	6.4				
5.4	11.9	2.9	20.5	15.8				
-0.9	-2.6	-4.5	3.7	16.8				
23.9	39.6	16.2	4.5	-4.1				
-1.1	-3.2	-0.6	4.6	6.1				
14.8	14.8	8.8	10.9	-8.0				
-11.4	-15.8	-10.9	5.0	12.5				
--	0.4	3.2	10.9	10.6				
3.9	6.8	2.7	9.1	8.4	Total, ensemble des magasins			
17								

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group No.	Sales Ventes				
	Quarter 2 1996 Trimestre 2	Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2
	millions of dollars - millions de dollars				
Saskatchewan					
1 Supermarkets and grocery stores	436.3	397.1	427.8	436.2	425.1
2 All other food stores
3 Drugs and patent medicine stores	74.1	61.0	79.8	73.0	85.4
4 Shoe stores	10.1	6.3	10.2	9.2	10.9
5 Men's clothing stores	8.4	6.2	15.9	9.0	8.9
6 Women's clothing stores	25.8	17.5	30.9	23.8	24.6
7 Other clothing stores	38.0	27.1	51.3	34.6	34.0
8 Household furniture and appliance stores	41.4	38.6	58.7	52.2	48.0
9 Household furnishings stores	17.7	14.7	21.1	16.8	14.9
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	506.7	408.6	422.5	389.6	409.1
11 Gasoline service stations	171.1	154.0	142.8	145.9	134.5
12 Automotive parts, accessories and services	104.8	79.4	96.1	117.3	125.4
13 General merchandise stores	207.1	174.6	277.7	202.1	202.7
14 Other semi-durable goods stores	46.4	36.2	67.3	53.3	46.4
15 Other durable goods stores	39.6	27.8	47.9	38.3	35.4
16 Other retail stores	67.4	54.3	78.1	71.9	66.3
17 Total, all stores	1,810.2	1,517.8	1,843.2	1,685.4	1,682.3
Alberta					
1 Supermarkets and grocery stores	1,406.8	1,280.2	1,382.7	1,443.9	1,416.5
2 All other food stores
3 Drugs and patent medicine stores	288.5	269.8	298.6	262.6	253.4
4 Shoe stores	38.1	26.7	41.3	39.2	40.0
5 Men's clothing stores	41.9	35.9	67.0	42.9	40.2
6 Women's clothing stores	91.0	75.8	122.3	97.1	102.2
7 Other clothing stores	141.2	118.9	202.8	161.5	132.1
8 Household furniture and appliance stores	238.0	213.6	314.8	253.6	228.0
9 Household furnishings stores	61.1	54.2	76.8	59.9	51.3
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	1,608.5	1,207.5	1,320.3	1,394.2	1,594.4
11 Gasoline service stations	392.0	364.0	343.7	366.5	349.8
12 Automotive parts, accessories and services	303.3	253.4	304.6	311.4	317.1
13 General merchandise stores	599.2	471.3	795.6	566.8	561.7
14 Other semi-durable goods stores	188.2	136.3	198.8	171.8	190.2
15 Other durable goods stores	175.0	136.8	208.0	163.6	145.7
16 Other retail stores	327.0	257.7	351.6	309.9	302.6
17 Total, all stores	5,932.8	4,934.2	6,068.2	5,679.8	5,759.4

TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations trimestrielles)

Change from previous year					Groupe de commerce	N°
Variation par rapport à l'année précédente						
Quarter 2 1996 Trimestre 2	Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2	Saskatchewan	
Per cent - pourcentage						
2.6	7.5	14.5	12.3	10.8	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
-13.1	-26.6	-26.3	-30.6	-22.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
-7.8	-10.5	-15.8	-4.7	13.9	Magasins de chaussures	4
-5.9	-5.7	11.1	9.7	-19.6	Magasins de vêtements pour hommes	5
4.6	-1.6	2.1	2.8	2.8	Magasins de vêtements pour dames	6
11.7	12.5	11.2	11.4	28.1	Autres magasins de vêtements	7
-13.8	-21.5	-12.2	7.3	7.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
18.7	8.4	5.0	5.1	-1.5	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
23.8	26.1	13.7	18.9	12.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
27.2	31.3	7.5	-0.4	2.2	Stations-service	11
-16.4	-12.6	-26.9	-7.6	-4.8	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
2.2	9.4	7.6	11.1	10.5	Magasins de marchandises diverses	13
-0.2	1.3	11.9	16.2	-11.9	Autres magasins de produits semi-durables	14
11.9	2.2	-1.6	-0.1	-13.9	Autres magasins de produits durables	15
1.7	4.7	1.1	3.9	3.7	Autres magasins de vente au détail	16
7.6	9.6	4.5	6.9	5.0	Total, ensemble des magasins	17
Alberta						
-0.7	0.4	0.3	5.4	5.0	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2
13.8	6.5	-1.1	0.2	-4.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
-4.8	-5.0	-8.1	-0.4	22.9	Magasins de chaussures	4
4.2	15.7	19.8	37.7	-0.7	Magasins de vêtements pour hommes	5
-10.9	-1.8	-11.3	0.8	14.3	Magasins de vêtements pour dames	6
6.9	15.2	9.3	15.0	14.0	Autres magasins de vêtements	7
4.4	-8.6	-4.6	-0.4	-9.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
19.0	21.5	26.2	0.8	-7.6	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
0.9	10.5	19.2	13.9	5.5	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
12.1	16.2	-11.3	-18.4	-13.2	Stations-service	11
-4.4	-5.4	-22.5	-14.9	-16.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
6.7	4.6	4.9	7.5	8.6	Magasins de marchandises diverses	13
-1.0	9.5	-9.8	-12.8	-4.4	Autres magasins de produits semi-durables	14
20.1	16.7	-0.9	-6.2	-3.0	Autres magasins de produits durables	15
8.0	5.6	-1.7	4.8	10.3	Autres magasins de vente au détail	16
3.0	5.2	1.5	2.9	1.5	Total, ensemble des magasins	17

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group No.	Sales Ventes				
	Quarter 2 1996 Trimestre 2	Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2
	millions of dollars - millions de dollars				
British Columbia					
1 Supermarkets and grocery stores	1,752.4	1,744.2	1,835.4	1,879.6	1,834.7
2 All other food stores
3 Drugs and patent medicine stores	418.2	379.7	441.4	393.8	376.3
4 Shoe stores	47.5	39.1	52.4	51.6	53.0
5 Men's clothing stores	47.0	44.2	83.6	56.0	57.9
6 Women's clothing stores	132.4	106.2	174.2	152.9	144.9
7 Other clothing stores	146.9	125.6	208.2	169.5	146.6
8 Household furniture and appliance stores	312.7	300.5	413.7	350.7	304.4
9 Household furnishings stores	90.5	82.4	115.4	93.1	87.3
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	2,173.4	1,834.9	1,716.7	1,996.4	2,187.9
11 Gasoline service stations	545.0	479.6	504.9	559.9	529.8
12 Automotive parts, accessories and services	365.3	333.6	357.0	333.3	312.9
13 General merchandise stores	830.9	661.2	1,077.9	822.9	794.1
14 Other semi-durable goods stores	313.4	223.8	327.0	314.7	312.7
15 Other durable goods stores	210.6	202.1	286.0	248.6	236.5
16 Other retail stores	411.7	354.2	465.6	437.7	404.1
17 Total, all stores	7,945.7	7,029.2	8,192.4	7,988.3	7,919.4
Yukon and Northwest Territories					
1 Supermarkets and grocery stores	44.9	38.3	40.5	42.2	38.8
2 All other food stores
3 Drugs and patent medicine stores
4 Shoe stores	X	X	X	X	X
5 Men's clothing stores	X	X	X	X	X
6 Women's clothing stores	1.4	0.7	1.3	1.1	1.3
7 Other clothing stores
8 Household furniture and appliance stores	4.6	4.1	5.9	5.1	4.6
9 Household furnishings stores	1.1	1.0	1.3	1.3	1.1
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	31.7	21.0	20.4	22.0	23.7
11 Gasoline service stations
12 Automotive parts, accessories and services
13 General merchandise stores	57.5	45.8	55.4	52.2	53.9
14 Other semi-durable goods stores	6.8	5.7	8.3	7.7	6.9
15 Other durable goods stores	5.7	3.7	5.3	5.6	5.4
16 Other retail stores	10.4	7.8	10.9	11.1	10.0
17 Total, all stores	197.2	156.3	181.3	185.0	179.8

TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations trimestrielles)

Change from previous year					Groupe de commerce	N°		
Variation par rapport à l'année précédente								
Quarter 2 1996 Trimestre 2	Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2				
Per cent - pourcentage								
-4.5	4.7	1.1	6.3	8.4	Colombie-Britannique			
..	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
11.1	2.7	0.5	3.8	4.3	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
-10.3	-3.6	-12.0	-8.0	3.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
-18.8	-6.8	-3.1	6.6	16.2	Magasins de chaussures	4		
-8.7	-1.6	3.0	14.9	21.7	Magasins de vêtements pour hommes	5		
0.2	-0.5	-3.1	3.6	8.7	Magasins de vêtements pour dames	6		
2.7	0.4	-7.0	3.2	-2.5	Autres magasins de vêtements	7		
3.6	-5.0	5.2	-6.5	-2.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
-0.7	3.2	4.7	7.5	21.2	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
2.9	5.9	2.5	-0.3	9.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
16.7	21.7	13.0	5.5	1.9	Stations-service	11		
4.6	4.8	5.2	10.7	8.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
0.2	3.1	-8.3	5.4	4.6	Magasins de marchandises diverses	13		
-11.0	0.7	-5.7	-2.7	-4.0	Autres magasins de produits semi-durables	14		
1.9	4.9	-2.8	-2.0	2.2	Autres magasins de produits durables	15		
0.3	4.1	1.2	5.0	10.1	Autres magasins de vente au détail	16		
					Total, ensemble des magasins	17		
Yukon et Territoires du Nord-Ouest								
15.6	13.7	-10.1	-6.1	-12.7	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
..	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4		
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5		
3.1	-26.7	-9.4	0.2	14.7	Magasins de vêtements pour dames	6		
..	Autres magasins de vêtements	7		
--	3.8	17.1	28.4	21.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
-6.3	-3.0	-8.1	-6.1	-13.0	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
33.8	22.8	21.9	22.0	15.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
..	Stations-service	11		
..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
6.7	2.8	-3.8	7.9	4.4	Magasins de marchandises diverses	13		
-2.5	19.3	1.6	4.9	13.1	Autres magasins de produits semi-durables	14		
5.2	5.6	-7.8	-15.6	-12.4	Autres magasins de produits durables	15		
3.3	4.6	1.8	4.9	11.4	Autres magasins de vente au détail	16		
9.7	9.6	-1.1	4.1	2.8	Total, ensemble des magasins	17		

TABLE 3. Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)

Trade Group No.	Sales Ventes				
	Quarter 2 1996 Trimestre 2	Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2
	millions of dollars - millions de dollars				
Yukon					
1 Supermarkets and grocery stores	21.3	17.0	18.4	20.1	17.5
2 All other food stores
3 Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
4 Shoe stores	x	x	x	x	x
5 Men's clothing stores	x	x	x	x	x
6 Women's clothing stores	x	x	x	x	x
7 Other clothing stores	x	x	x	x	x
8 Household furniture and appliance stores
9 Household furnishings stores	x	x	x	x	x
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	16.4	6.9	7.1	7.4	10.1
11 Gasoline service stations
12 Automotive parts, accessories and services
13 General merchandise stores	x	x	x	x	x
14 Other semi-durable goods stores	3.3	2.1	3.5	4.1	3.2
15 Other durable goods stores
16 Other retail stores	x	x	x	x	x
17 Total, all stores	73.2	49.1	62.0	68.9	62.2
Northwest Territories					
1 Supermarkets and grocery stores	23.6	21.3	22.1	22.1	21.4
2 All other food stores
3 Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
4 Shoe stores	x	x	x	x	x
5 Men's clothing stores	x	x	x	x	x
6 Women's clothing stores	x	x	x	x	x
7 Other clothing stores	x	x	x	x	x
8 Household furniture and appliance stores	1.8	1.6	2.2	1.7	1.8
9 Household furnishings stores	x	x	x	x	x
10 Motor vehicle and recreational vehicle dealers	15.3	14.1	13.3	14.6	13.6
11 Gasoline service stations	5.0	6.0	4.7	4.5	3.9
12 Automotive parts, accessories and services
13 General merchandise stores	x	x	x	x	x
14 Other semi-durable goods stores	3.5	3.6	4.8	3.6	3.7
15 Other durable goods stores	2.8	2.0	2.4	2.2	2.7
16 Other retail stores	x	x	x	x	x
17 Total, all stores	124.0	107.3	119.3	116.1	117.6

**TABLEAU 3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year					Groupe de commerce	N°		
Variation par rapport à l'année précédente								
Quarter 2 1996 Trimestre 2	Quarter 1 1996 Trimestre 1	Quarter 4 1995 Trimestre 4	Quarter 3 1995 Trimestre 3	Quarter 2 1995 Trimestre 2				
Per cent - pourcentage								
22.0	14.1	40.8	38.5	24.9	Yukon			
..	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
X	X	X	X	X	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
X	X	X	X	X	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4		
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5		
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour dames	6		
X	X	X	X	X	Autres magasins de vêtements	7		
..	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
X	X	X	X	X	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
62.2	11.2	9.0	15.7	16.2	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
..	Stations-service	11		
..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
X	X	X	X	X	Magasins de marchandises diverses	13		
2.2	1.6	0.8	-3.2	4.9	Autres magasins de produits semi-durables	14		
..	Autres magasins de produits durables	15		
X	X	X	X	X	Autres magasins de vente au détail	16		
17.7	6.5	14.2	16.3	12.1	Total, ensemble des magasins	17		
Territoires du Nord-Ouest								
10.3	13.3	-30.9	-27.4	-29.9	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1		
..	Tous les autres magasins d'alimentation	2		
X	X	X	X	X	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3		
X	X	X	X	X	Magasins de chaussures	4		
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour hommes	5		
X	X	X	X	X	Magasins de vêtements pour dames	6		
X	X	X	X	X	Autres magasins de vêtements	7		
-3.0	15.9	23.6	-12.2	-11.5	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8		
X	X	X	X	X	Magasins d'accessoires d'ameublement	9		
12.7	29.4	30.1	25.5	14.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10		
28.7	49.4	12.9	-9.9	-8.7	Stations-service	11		
..	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12		
X	X	X	X	X	Magasins de marchandises diverses	13		
-6.5	33.1	2.3	15.8	21.4	Autres magasins de produits semi-durables	14		
3.6	8.5	-12.2	-13.1	13.9	Autres magasins de produits durables	15		
X	X	X	X	X	Autres magasins de vente au détail	16		
5.5	11.0	-7.5	-2.0	-1.5	Total, ensemble des magasins	17		

TABLE 4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)

No.		Response fraction Fraction de réponse			
		June 1996 Juin	May 1996 Mai	April 1996 Avril	March 1996 Mars
		Per cent - pourcentage			
Trade Group - Canada					
1	Supermarkets and grocery stores	94.3	95.9	95.8	95.3
2	All other food stores	85.2	85.3	88.9	86.6
3	Drugs and patent medicine stores	87.9	94.5	94.0	94.0
4	Shoe stores	95.9	96.0	97.4	96.7
5	Men's clothing stores	93.5	93.7	93.9	90.8
6	Women's clothing stores	96.4	96.5	92.3	90.8
7	Other clothing stores	93.4	95.7	94.5	91.3
8	Household furniture and appliance stores	85.9	90.6	91.9	91.9
9	Household furnishings stores	89.6	91.0	91.9	92.4
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	95.2	96.7	96.4	96.9
11	Gasoline service stations	92.3	94.4	93.8	93.9
12	Automotive parts, accessories and services	89.1	89.8	90.7	92.8
13	General merchandise stores	99.2	99.7	99.5	99.8
14	Other semi-durable goods stores	88.6	95.1	93.5	93.1
15	Other durable goods stores	92.4	94.1	94.7	94.4
16	Other retail stores	95.0	96.7	96.6	96.3
17	Total, all stores	93.6	95.5	95.4	95.3
Regions					
18	Newfoundland	95.8	96.8	96.7	97.1
19	Prince Edward Island	95.2	95.0	95.7	96.3
20	Nova Scotia	94.8	95.7	94.9	95.5
21	New Brunswick	97.3	97.9	96.0	97.1
22	Quebec	93.5	94.9	94.3	94.7
23	Ontario	91.4	94.7	95.0	94.4
24	Manitoba	94.8	96.2	96.5	96.5
25	Saskatchewan	96.0	97.1	97.0	96.4
26	Alberta	93.8	95.3	94.5	95.2
27	British Columbia	96.8	97.7	97.8	97.7
28	Yukon	85.2	91.4	91.8	88.7
29	Northwest Territories	97.0	97.9	97.8	96.6

TABLEAU 4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)

Coefficient of variation				N°	
Coefficient de variation					
June 1996 Juin	May 1996 Mai	April 1996 Avril	March 1996 Mars		
Per cent - pourcentage				Groupe de commerce - Canada	
1.7	1.5	1.5	1.6	Supermarchés d'alimentation et épicerie 1	
6.2	5.7	5.4	5.7	Tous les autres magasins d'alimentation 2	
1.8	1.8	1.8	1.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés 3	
2.7	2.8	3.3	3.8	Magasins de chaussures 4	
4.5	4.9	4.6	4.6	Magasins de vêtements pour hommes 5	
4.1	3.9	3.8	3.3	Magasins de vêtements pour dames 6	
5.5	5.5	5.6	4.9	Autres magasins de vêtements 7	
2.9	2.7	3.0	2.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers 8	
7.3	6.4	5.9	3.8	Magasins d'accessoires d'ameublement 9	
4.4	4.3	6.1	4.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs 10	
2.8	2.9	3.0	2.8	Stations-service 11	
2.5	2.6	2.9	2.8	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services 12	
0.7	0.6	0.5	0.5	Magasins de marchandises diverses 13	
5.6	4.1	2.7	2.8	Autres magasins de produits semi-durables 14	
3.9	3.6	3.2	3.6	Autres magasins de produits durables 15	
1.5	2.0	1.8	4.0	Autres magasins de vente au détail 16	
1.3	1.3	1.8	1.3	Total, ensemble des magasins 17	
				Régions	
2.6	2.5	2.8	2.9	Terre-Neuve 18	
1.5	1.5	1.5	2.2	Île-du-Prince-Édouard 19	
4.9	4.7	4.5	4.6	Nouvelle-Écosse 20	
2.7	2.4	2.5	2.2	Nouveau-Brunswick 21	
2.3	2.3	2.4	1.9	Québec 22	
3.0	3.0	4.5	3.2	Ontario 23	
2.2	2.5	2.1	1.9	Manitoba 24	
2.5	2.7	2.7	2.5	Saskatchewan 25	
3.0	2.3	2.9	2.6	Alberta 26	
2.0	1.9	1.7	1.8	Colombie-Britannique 27	
1.8	1.7	0.8	1.2	Yukon 28	
2.1	1.8	2.2	2.2	Territoires du Nord-Ouest 29	

TABLE 5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)

No.		June 1996 Juin	May 1996 Mai	April 1996 Avril	March 1996 Mars	February 1996 Février	January 1996 Janvier	December 1995 Décembre
millions of dollars - millions de dollars								
Trade Group - Canada								
1	Supermarkets and grocery stores	3,965.0	3,967.8	4,015.7	4,013.0	4,015.1	4,037.7	4,117.7
2	All other food stores	349.6	350.0	354.8	348.9	358.6	367.4	349.4
3	Drugs and patent medicine stores	1,063.2	1,054.1	1,046.3	1,038.3	1,034.6	1,027.2	1,031.3
4	Shoe stores	146.2	142.9	136.2	136.6	134.7	131.6	132.5
5	Men's clothing stores	125.2	126.8	123.2	127.0	128.7	128.6	130.7
6	Women's clothing stores	332.8	328.8	326.3	326.4	331.0	328.0	329.9
7	Other clothing stores	454.4	453.8	449.9	427.4	438.8	445.0	438.8
8	Household furniture and appliance stores	679.9	691.1	647.2	680.9	673.6	664.0	683.9
9	Household furnishings stores	191.9	190.0	181.5	185.5	191.6	196.2	196.7
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	4,303.2	4,238.2	4,284.4	4,266.9	4,272.6	4,207.0	4,177.1
11	Gasoline service stations	1,377.1	1,411.1	1,380.8	1,356.4	1,304.9	1,307.4	1,277.8
12	Automotive parts, accessories and service	987.7	986.6	972.0	967.4	996.7	1,017.1	974.0
13	General merchandise stores	1,993.9	1,953.3	1,946.8	1,932.0	1,939.9	1,926.5	1,914.3
14	Other semi-durable goods stores	633.6	610.6	576.8	599.4	592.3	604.5	572.5
15	Other durable goods stores	457.7	456.5	443.3	460.9	437.4	440.6	440.8
16	Other retail stores	907.4	895.2	929.0	943.1	961.3	971.3	923.5
17	Total, all stores	17,968.8	17,856.8	17,814.2	17,810.0	17,811.8	17,800.2	17,690.7
Regions								
18	Newfoundland	283.8	286.2	286.6	285.7	291.6	285.6	282.2
19	Prince Edward Island	79.8	80.5	80.5	80.9	80.4	76.6	79.1
20	Nova Scotia	558.9	557.7	548.3	559.5	569.4	548.1	536.6
21	New Brunswick	447.5	447.3	448.0	442.6	442.1	443.6	439.3
22	Quebec	4,263.8	4,221.5	4,166.3	4,164.4	4,185.0	4,209.8	4,189.3
23	Ontario	6,523.6	6,464.5	6,495.7	6,497.0	6,435.2	6,555.3	6,485.2
24	Manitoba	633.2	645.8	633.6	627.9	621.9	637.2	612.3
25	Saskatchewan	591.4	585.1	583.0	578.8	571.2	571.7	564.3
26	Alberta	1,906.3	1,898.7	1,898.9	1,891.0	1,931.2	1,846.8	1,867.1
27	British Columbia	2,618.9	2,606.6	2,609.7	2,620.1	2,642.4	2,567.1	2,576.3
28	Yukon	22.9	23.1	22.9	21.6	19.5	19.1	20.8
29	Northwest Territories	38.6	39.8	40.7	40.5	41.1	39.2	38.2

TABLEAU 5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)

November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin		N°
millions of dollars - millions de dollars							
						Groupe de commerce - Canada	
4,091.6	4,116.0	4,155.8	4,150.3	4,168.0	4,153.6	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1
342.9	342.1	346.2	338.4	338.5	343.5	Tous les autres magasins d'alimentation	2
1,017.0	1,006.5	1,002.6	987.6	988.3	984.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	3
143.4	133.2	140.1	143.3	144.4	152.4	Magasins de chaussures	4
129.7	131.6	134.1	136.3	138.4	139.3	Magasins de vêtements pour hommes	5
327.6	326.9	335.8	339.7	343.7	365.4	Magasins de vêtements pour dames	6
438.7	436.7	443.1	439.5	437.8	436.1	Autres magasins de vêtements	7
682.7	690.4	700.8	706.5	703.6	699.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
194.4	192.3	192.5	188.6	186.1	188.2	Magasins d'accessoires d'ameublement	9
4,164.0	4,191.2	4,241.7	4,278.4	4,123.7	4,169.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
1,231.5	1,223.3	1,230.8	1,226.8	1,234.9	1,230.1	Stations-service	11
976.6	932.9	947.9	962.5	954.4	952.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
1,901.7	1,901.2	1,902.9	1,909.3	1,899.6	1,909.9	Magasins de marchandises diverses	13
576.3	580.6	616.2	606.0	605.1	600.1	Autres magasins de produits semi-durables	14
440.4	433.8	446.1	452.9	470.7	461.4	Autres magasins de produits durables	15
973.2	946.9	947.1	943.9	940.5	931.8	Autres magasins de vente au détail	16
17,631.8	17,585.6	17,783.6	17,810.0	17,677.7	17,717.7	Total, ensemble des magasins	17
Régions							
287.3	288.8	291.4	292.6	293.7	290.2	Terre-Neuve	18
78.9	77.5	77.5	77.6	75.8	76.7	Île-du-Prince-Édouard	19
520.1	516.0	527.6	529.9	523.9	530.9	Nouvelle-Écosse	20
434.7	430.0	435.5	432.5	428.1	425.2	Nouveau-Brunswick	21
4,220.3	4,186.7	4,174.5	4,146.6	4,117.3	4,061.8	Québec	22
6,439.5	6,401.6	6,616.4	6,628.6	6,574.6	6,615.3	Ontario	23
603.8	618.2	623.3	623.9	624.7	621.9	Manitoba	24
560.4	567.0	558.1	560.6	555.7	554.4	Saskatchewan	25
1,870.0	1,886.8	1,858.0	1,876.2	1,855.5	1,859.6	Alberta	26
2,560.4	2,554.6	2,563.4	2,582.4	2,571.4	2,624.1	Colombie-Britannique	27
20.3	20.9	20.4	21.1	19.6	19.7	Yukon	28
36.1	37.5	37.5	38.0	37.5	37.9	Territoires du Nord-Ouest	29

TABLE 6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)

No.		June 1996 Juin	May 1996 Mai	April 1996 Avril	March 1996 Mars	February 1996 Février	January 1996 Janvier	December 1995 Décembre
millions of dollars - millions de dollars								
Trade Group - Canada								
1	Supermarkets and grocery stores	4,085.5	4,257.9	3,847.4	4,030.8	3,760.9	3,768.1	4,512.6
2	All other food stores	380.9	379.0	349.8	341.1	317.7	307.1	427.0
3	Drugs and patent medicine stores	1,029.8	1,067.3	1,008.2	1,009.5	977.0	993.2	1,276.4
4	Shoe stores	163.3	162.5	133.1	111.9	82.1	96.0	179.8
5	Men's clothing stores	137.1	132.4	107.3	98.0	82.4	99.0	279.2
6	Women's clothing stores	357.1	358.0	301.2	275.4	224.6	232.4	561.4
7	Other clothing stores	442.5	432.0	401.6	363.3	292.7	318.5	763.7
8	Household furniture and appliance stores	659.4	649.7	604.3	626.4	549.3	557.2	1,003.6
9	Household furnishings stores	196.8	193.3	169.1	165.3	151.3	156.9	245.3
10	Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,002.8	5,264.6	4,889.2	4,327.0	3,619.5	3,389.1	3,349.5
11	Gasoline service stations	1,446.2	1,477.9	1,282.0	1,281.7	1,183.8	1,217.9	1,261.1
12	Automotive parts, accessories and service	1,072.3	1,119.0	957.1	857.6	795.0	857.2	1,053.8
13	General merchandise stores	1,934.7	1,925.4	1,761.8	1,650.1	1,407.8	1,386.6	3,296.4
14	Other semi-durable goods stores	681.2	710.5	513.6	464.7	428.3	435.9	901.0
15	Other durable goods stores	470.2	468.5	392.3	373.5	326.0	340.8	851.2
16	Other retail stores	952.4	929.6	814.6	834.8	757.8	722.1	1,424.4
17	Total, all stores	19,012.4	19,527.6	17,532.6	16,811.3	14,956.3	14,878.1	21,386.4
Regions								
18	Newfoundland	292.9	306.7	282.7	267.4	236.2	223.7	354.2
19	Prince Edward Island	85.9	86.0	74.5	70.8	63.4	59.8	94.1
20	Nova Scotia	592.9	604.6	540.7	530.9	469.5	450.7	660.5
21	New Brunswick	477.5	480.8	430.5	407.5	360.8	357.0	531.2
22	Quebec	4,568.6	4,858.4	4,236.8	3,935.4	3,447.7	3,481.7	4,759.9
23	Ontario	6,916.9	7,048.5	6,317.9	6,051.3	5,430.1	5,513.7	8,036.4
24	Manitoba	667.9	698.2	617.9	596.4	524.8	529.0	767.2
25	Saskatchewan	624.4	618.8	566.9	549.1	479.7	489.0	685.6
26	Alberta	2,009.0	2,038.4	1,885.4	1,790.3	1,607.6	1,536.3	2,296.7
27	British Columbia	2,708.0	2,719.8	2,517.9	2,553.2	2,285.9	2,190.2	3,132.5
28	Yukon	26.0	25.5	21.7	19.0	15.3	14.7	22.4
29	Northwest Territories	42.4	41.8	39.7	39.8	35.3	32.2	45.5

TABLEAU 6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations historiques)

November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	Year 1996 Année		N°
millions of dollars - millions de dollars								
							Groupe de commerce - Canada	
4,008.3	3,931.6	4,304.5	4,269.2	4,308.7	4,394.4	23,750.7	Supermarchés d'alimentation et épicerie	1
318.4	324.0	346.1	352.4	359.6	373.1	2,075.6	Tous les autres magasins d'alimentation	2
1,026.6	1,015.3	993.6	983.0	936.9	986.2	6,085.1	Pharmacies et magasins de médicament brevetés	3
171.3	141.3	160.1	150.2	132.9	162.6	749.0	Magasins de chaussures	4
159.2	129.4	128.8	114.0	118.5	152.4	656.2	Magasins de vêtements pour hommes	5
353.0	325.1	368.6	335.0	326.9	382.7	1,748.6	Magasins de vêtements pour dames	6
511.8	448.5	499.1	472.4	386.3	426.1	2,250.7	Autres magasins de vêtements	7
758.5	723.9	739.7	726.8	695.2	696.3	3,646.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8
218.2	200.5	201.0	198.8	190.6	200.6	1,032.7	Magasins d'accessoires d'aménagement	9
3,916.8	4,117.4	4,158.9	4,431.5	4,249.6	5,156.6	26,492.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	10
1,232.1	1,248.1	1,241.6	1,345.9	1,356.1	1,314.9	7,889.4	Stations-service	11
1,102.3	951.5	921.3	981.8	987.3	1,077.4	5,658.3	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	12
2,389.5	1,939.6	1,837.5	1,881.9	1,713.3	1,865.6	10,066.4	Magasins de marchandises diverses	13
614.7	550.3	622.6	644.9	615.0	649.5	3,234.3	Autres magasins de produits semi-durables	14
458.8	380.6	428.5	474.3	472.1	473.8	2,371.3	Autres magasins de produits durables	15
964.8	889.9	969.9	1,007.7	1,024.5	1,003.2	5,011.3	Autres magasins de vente au détail	16
18,204.5	17,317.0	17,921.6	18,369.9	17,873.4	19,315.5	102,718.3	Total, ensemble des magasins	17
Régions								
307.2	283.9	294.5	311.6	304.7	314.0	1,609.6	Terre-Neuve	18
80.9	74.7	78.8	88.4	85.9	87.0	440.3	Île-du-Prince-Édouard	19
543.5	503.0	527.8	550.5	536.6	587.4	3,189.4	Nouvelle-Écosse	20
461.6	424.9	440.6	453.4	444.0	463.2	2,514.3	Nouveau-Brunswick	21
4,303.5	4,086.6	4,196.2	4,305.1	4,173.1	4,501.2	24,528.7	Québec	22
6,792.3	6,316.2	6,674.9	6,740.8	6,542.1	7,257.3	37,278.5	Ontario	23
626.8	614.0	621.0	634.1	622.5	669.8	3,634.2	Manitoba	24
584.2	573.4	551.3	574.7	559.4	596.0	3,328.0	Saskatchewan	25
1,908.3	1,863.3	1,856.8	1,941.6	1,881.4	2,015.7	10,867.0	Alberta	26
2,539.6	2,520.2	2,621.9	2,706.1	2,660.4	2,759.1	14,974.9	Colombie-Britannique	27
19.5	20.1	20.8	24.5	23.6	23.3	122.3	Yukon	28
37.1	36.7	37.2	39.1	39.8	41.5	231.3	Territoires du Nord-Ouest	29

**TABLE 7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region
(Current Periods)**

Regions	Sales Ventes				
	June 1996 Juin	May 1996 Mai	April 1996 Avril	March 1996 Mars	Year-to-date 1996 Cumulatif
millions of dollars - millions de dollars					
Newfoundland	85.9	86.2	78.6	75.1	455.3
Prince Edward Island	24.7	23.8	20.7	19.0	122.7
Nova Scotia	161.7	164.6	151.0	146.8	881.2
New Brunswick	139.5	143.6	127.3	124.0	764.3
Quebec	1,499.4	1,553.4	1,334.1	1,214.8	7,761.4
Ontario	2,213.0	2,222.0	1,939.0	1,866.3	11,603.3
Manitoba	199.9	202.1	184.8	175.3	1,059.6
Saskatchewan	176.3	173.6	158.6	144.9	918.3
Alberta	633.5	643.8	584.9	562.1	3,401.4
British Columbia	908.0	856.8	785.3	783.6	4,714.9
Yukon	6.8	5.9	5.3	5.3	31.5
Northwest Territories	23.6	23.7	22.9	21.0	126.7
Total	6,072.2	6,099.6	5,392.5	5,138.2	31,840.7

**TABLE 8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region
(Historical Estimates)**

Regions	June 1996 Juin	May 1996 Mai	April 1996 Avril	March 1996 Mars	February 1996 Février	January 1996 Janvier	December 1995 Décembre
	millions of dollars - millions de dollars						
Newfoundland	85.9	86.2	78.6	75.1	65.1	64.4	157.4
Prince Edward Island	24.7	23.8	20.7	19.0	17.1	17.4	40.0
Nova Scotia	161.7	164.6	151.0	146.8	130.0	127.1	297.5
New Brunswick	139.5	143.6	127.3	124.0	113.9	115.9	243.4
Quebec	1,499.4	1,553.4	1,334.1	1,214.8	1,059.5	1,100.2	2,004.8
Ontario	2,213.0	2,222.0	1,939.0	1,866.3	1,653.6	1,709.3	3,551.3
Manitoba	199.9	202.1	184.8	175.3	149.7	147.6	329.0
Saskatchewan	176.3	173.6	158.6	144.9	128.3	136.7	277.6
Alberta	633.5	643.8	584.9	562.1	496.4	480.9	1,025.3
British Columbia	908.0	856.8	785.3	783.6	685.5	695.9	1,395.3
Yukon	6.8	5.9	5.3	5.3	4.2	4.0	8.8
Northwest Territories	23.6	23.7	22.9	21.0	18.2	17.2	27.5
Total	6,072.2	6,099.6	5,392.5	5,138.2	4,521.5	4,616.6	9,357.9

TABLEAU 7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)

Change from previous year					Régions	
Variation par rapport à l'année précédente						
June 1996 Juin	May 1996 Mai	April 1996 Avril	March 1996 Mars	Year-to-date 1996 Cumulatif		
Per cent - pourcentage						
-7.3	-1.7	-7.9	-4.7	-4.5	Terre-Neuve	
1.8	7.2	4.6	2.5	5.2	Île-du-Prince-Édouard	
-2.2	2.6	-0.6	3.7	1.9	Nouvelle-Écosse	
-1.1	6.2	5.4	6.7	7.0	Nouveau-Brunswick	
2.5	6.0	1.6	1.6	4.0	Québec	
-0.9	3.3	-3.5	-4.6	-1.1	Ontario	
0.4	5.0	2.4	-1.1	1.8	Manitoba	
-2.4	1.8	-1.0	-3.6	-1.8	Saskatchewan	
4.7	9.0	6.5	4.9	6.0	Alberta	
5.1	0.3	-1.3	0.6	1.6	Colombie-Britannique	
1.2	-1.6	1.1	3.6	-1.1	Yukon	
5.4	6.6	5.1	4.1	5.0	Territoires du Nord-Ouest	
1.3	4.1	-0.4	-0.7	1.6	Total	

TABLEAU 8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)

November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre	August 1995 Août	July 1995 Juillet	June 1995 Juin	Year 1996 Année	Régions
millions of dollars - millions de dollars							
122.8	98.4	93.1	95.2	88.4	92.7	455.3	Terre-Neuve
27.2	22.7	23.7	27.4	25.5	24.2	122.7	Île-du-Prince-Édouard
209.5	168.5	168.4	172.7	157.8	165.4	881.2	Nouvelle-Écosse
184.2	148.6	142.6	147.8	130.6	141.0	764.3	Nouveau-Brunswick
1,520.5	1,393.1	1,427.8	1,415.6	1,341.0	1,462.5	7,761.4	Québec
2,521.1	2,149.0	2,253.4	2,157.4	2,027.7	2,232.2	11,603.3	Ontario
227.2	200.9	193.0	204.3	185.5	199.2	1,059.6	Manitoba
200.4	182.8	171.0	179.8	161.5	180.6	918.3	Saskatchewan
690.4	610.3	602.0	633.8	583.1	604.9	3,401.4	Alberta
931.2	853.4	876.6	918.8	858.5	864.0	4,714.9	Colombie-Britannique
6.2	6.2	6.7	7.4	7.0	6.7	31.5	Yukon
20.8	20.7	21.2	21.2	21.0	22.4	126.7	Territoires du Nord-Ouest
6,661.6	5,854.5	5,979.4	5,981.3	5,587.5	5,995.8	31,840.7	Total

TABLE 9. Retail Trade, Canada, Current and Constant (1986) Dollar Estimates

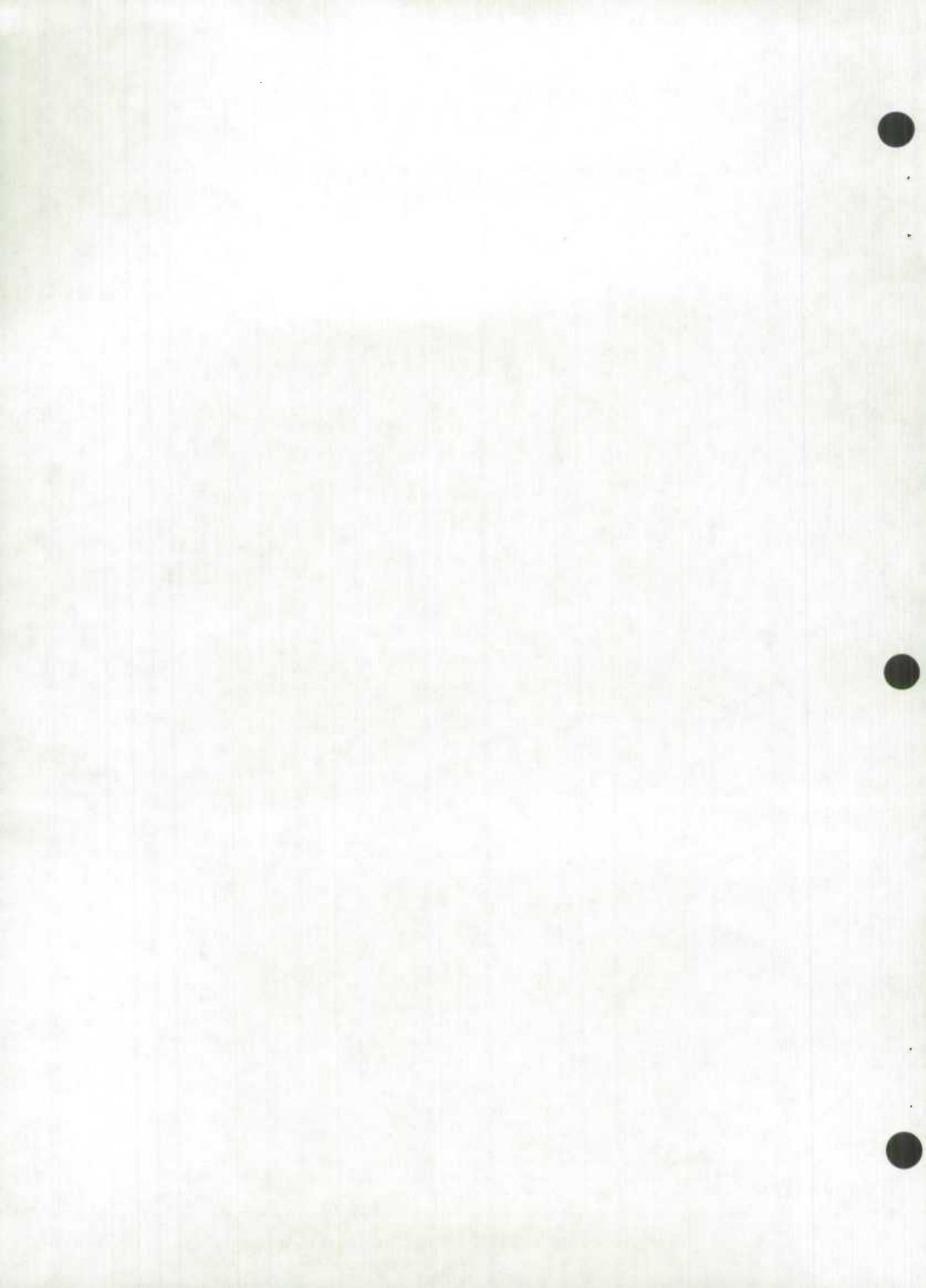
Unadjusted Non désaisonnalisé					
	Price index	Current dollars	Year/year per cent change	Constant 1986 dollars	Year/year per cent change
	Indice des prix	Dollars courants	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1986	Variation en pourcentage pour l'année
millions of dollars					
1994:					
January	116.1	13,765.6	2.3	11,853.1	2.3
February	116.2	13,528.6	6.7	11,646.0	6.7
March	115.9	16,409.3	10.4	14,196.7	10.5
April	115.6	17,033.2	4.7	14,728.3	4.4
May	115.7	17,986.9	6.4	15,539.6	6.3
June	116.1	18,530.6	10.1	15,964.5	9.8
July	116.3	17,604.7	3.2	15,142.9	2.8
August	116.3	17,412.9	8.0	14,974.1	7.4
September	116.0	17,422.3	7.4	15,021.9	7.0
October	115.5	17,354.0	5.7	15,024.3	5.7
November	116.3	17,927.0	7.4	15,408.0	7.2
December	116.0	21,886.5	7.9	18,870.0	7.9
Year	116.0	206,861.5	6.7	178,369.4	6.6
1995:					
January	117.5	14,446.3	4.9	12,296.7	3.7
February	118.2	14,017.7	3.6	11,862.5	1.9
March	118.7	16,792.0	2.3	14,149.0	-0.3
April	118.9	17,052.8	0.1	14,340.4	-2.6
May	119.5	18,825.2	4.7	15,757.5	1.4
June	119.3	19,315.5	4.2	16,191.0	1.4
July	119.0	17,873.4	1.5	15,021.0	-0.8
August	118.5	18,369.9	5.5	15,505.1	3.5
September	118.4	17,921.6	2.9	15,133.0	0.7
October	118.2	17,317.0	-0.2	14,655.6	-2.5
November	118.3	18,204.5	1.5	15,391.9	-0.1
December	117.6	21,386.4	-2.3	18,184.5	-3.6
Year	118.5	211,522.3	2.3	178,488.2	0.1
1996:					
January	119.2	14,878.1	3.0	12,481.0	1.5
February	119.7	14,956.3	6.7	12,492.5	5.3
March	120.4	16,811.3	0.1	13,958.8	-1.3
April	121.2	17,532.6	2.8	14,468.6	0.9
May	121.5	19,527.6	3.7	16,078.2	2.0
June	121.3	19,012.4	-1.6	15,673.1	-3.2
July					
August					
September					
October					
November					
December					
Year					

¹ Seasonally adjusted constant (1986) dollar estimates are derived by deflating, with an implicit price index, the seasonally adjusted current dollar estimate.

TABLEAU 9. Commerce de détail, Canada, estimations en dollars courants et constants (1986)

Seasonally adjusted Désaisonnalisé					
Price Index	Current Dollars	Month/month per cent change	Constant 1986 dollars ¹	Month/month per cent change	
Indice des prix	Dollars courants	Variation en pourcentage pour le mois	Dollars constants 1986 ¹	Variation en pourcentage pour le mois	
millions de dollars					
					1994:
115.8	16,638.0	0.7	14,365.4	1.1	Janvier
115.7	16,957.8	1.9	14,657.7	2.0	Février
115.1	17,226.5	1.6	14,964.1	2.1	Mars
115.3	17,016.5	-1.2	14,758.7	-1.4	Avril
115.5	17,130.0	0.7	14,827.4	0.5	Mai
115.8	17,294.4	1.0	14,929.8	0.7	Juin
116.1	17,175.3	-1.9	14,792.9	-0.9	Juillet
116.5	17,244.0	0.4	14,804.9	0.1	Août
116.6	17,272.6	0.2	14,812.5	0.1	Septembre
116.4	17,600.1	1.9	15,117.7	2.1	Octobre
116.8	17,584.4	-0.1	15,056.7	-0.4	Novembre
117.0	17,721.1	0.8	15,151.8	0.6	Décembre
116.1	206,861.0	...	178,239.6	...	Année
1995:					
117.3	17,583.6	-0.8	14,985.7	-1.1	Janvier
117.6	17,539.7	-0.2	14,913.1	-0.5	Février
118.0	17,443.2	-0.6	14,786.7	-0.8	Mars
118.4	17,449.4	--	14,731.5	-0.4	Avril
119.1	17,600.9	0.9	14,780.8	0.3	Mai
119.0	17,717.7	0.7	14,888.4	0.7	Juin
118.9	17,677.7	-0.2	14,867.2	-0.1	Juillet
118.8	17,810.0	0.7	14,988.8	0.7	Août
119.1	17,783.6	-0.4	14,929.8	-0.4	Septembre
119.1	17,585.6	-1.1	14,770.4	-1.1	Octobre
118.8	17,631.8	0.3	14,835.6	0.4	Novembre
121.0	17,690.7	0.3	14,849.1	0.1	Décembre
118.8	211,513.9	...	178,327.1	...	Année
1996:					
119.0	17,800.2	0.6	14,957.5	0.7	Janvier
119.1	17,811.8	0.1	14,954.2	--	Février
119.7	17,810.0	--	14,883.4	-0.5	Mars
120.5	17,814.2	--	14,783.6	-0.7	Avril
120.9	17,856.8	0.2	14,771.0	-0.1	Mai
120.9	17,968.8	0.6	14,860.0	0.6	Juin
					Juillet
					Août
					Septembre
					Octobre
					Novembre
					Décembre
					Année

¹ La désaisonnali sation des estimations en dollars constants (1986) s'obtient en dégonflant avec un indice implicite, les données désaisonnalisées en dollars courants.



APPENDIX I

Definitions

Retail Trade, for the purpose of this publication, is defined as "the aggregate sales made through retail locations (outlets)".

A retail location, as defined by Statistics Canada, is a "business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public, for household or personal consumption". Retail trade estimates do not include any form of direct selling which bypasses the retail store, e.g., direct door-to-door selling; sales made through automatic vending machines; sales of newspapers or magazines sold directly by printers or publishers; and sales made by book and record clubs. The only exception is the mail-order and catalogue sales activities of department store businesses which have been classified to the "general merchandise store" category. In addition, retail trade excludes retail sales through ancillary units, (e.g., warehouses, head offices, etc.), sales of contractors whose major activity is not retailing; and retail transactions between individuals.

Total net sales include sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, food serving and other service activities, less returns, adjustments and discounts. Total net sales also include trade-in allowances, commissions earned from sales of goods owned by others (including commissions received for lottery ticket sales) and proprietor's withdrawals of goods for personal use (at retail). Non-operating revenues, bad debts recovered and sales taxes (provincial sales tax and the Goods and Services Tax (GST)) collected for remittance to a government agency are excluded. Prior to January 1991, sales data included the Federal Sales Tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data prior to 1991 are not strictly comparable with those of subsequent years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in retail sales for 1990 is available for Canada from the Retail Trade Section. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial level.

APPENDICE I

Définitions

Commerce de détail signifie, pour les besoins de la présente publication, "l'ensemble des ventes faites par des points de vente au détail".

Un point de vente au détail, suivant la définition de Statistique Canada, est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle. Les estimations relatives au commerce de détail ne prennent pas en compte les ventes directes, c'est-à-dire les ventes qui ne sont pas faites par l'intermédiaire d'un point de vente au détail, par exemple les ventes directes par démarchage, les ventes par distributeur automatique, les ventes de journaux ou de revues faites directement par les imprimeurs et éditeurs, et les ventes faites par les cercles du livre et les clubs de disques. Il n'y a qu'une exception: les ventes des grands magasins faites par la poste ou par catalogue, qui sont classées dans la catégorie des "magasins de marchandises diverses". En outre, le commerce de détail ne comprend pas les ventes au détail des unités auxiliaires (par exemple, entrepôts, sièges sociaux, etc.), ni les ventes des entrepreneurs dont l'activité principale ne relève pas du commerce de détail, ni les opérations de détail entre particuliers.

Les ventes nettes totales comprennent les ventes de marchandises neuves et d'occasion et les recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres activités de services, moins la valeur des rendus (marchandises retournées), les ajustements et les rabais. Les ventes totales nettes comprennent également la valeur des reprises, les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui (y compris les commissions touchées pour la vente de billets de loterie) et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel. On ne prend pas en compte les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente (taxe de vente provinciale et la taxe sur les produits et les services (TPS)) perçues pour le compte d'un organisme public. Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Dû à ce changement dans les taxes indirectes, les données avant 1991 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années subséquentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes au détail pour 1990 est disponible pour le Canada de la section du commerce de détail. Cette estimation n'est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provincial.

Department store type merchandise (DSTM) is defined as total retail trade minus the following trade groups: supermarkets and grocery stores; all other food stores; recreational and motor vehicle dealers; gasoline service stations; automotive parts, accessories and services; and all other retail stores (includes liquor, wine and beer stores and retail stores, n.e.c.).

Les marchandises du genre de celles vendues dans les grands magasins (MGMG) correspondent au total du commerce de détail moins les groupes de commerce suivants: les supermarchés d'alimentation et les épiceries; tous les autres magasins d'alimentation; les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs; les stations-service; les magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services; et les autres magasins de vente au détail (comprend les magasins de spiritueux, de vin et de bière et les magasins de vente au détail, n.c.a.).

APPENDIX II**TRADE GROUP COVERAGE****010 Supermarkets and Grocery Stores**

6011 Supermarkets

6012 Grocery stores (except supermarkets)

020 All Other Food Stores

6013 Bakery products stores

6014 Candy and nut stores

6015 Fruit and vegetable stores

6016 Meat markets

6019 Other specialty food stores, n.e.c.

030 Drugs and Patent Medicine Stores

6031 Pharmacies

6032 Patent medicine and toiletries stores

040 Shoe Stores

6111 Shoe stores

050 Men's Clothing Stores

6121 Men's clothing stores

060 Women's Clothing Stores

6131 Women's clothing stores

070 Other Clothing Stores

6141 Children's clothing stores

6142 Fur goods stores

6149 Other clothing stores, n.e.c.

6151 Fabric and yarn stores

080 Household Furniture and Appliance Stores

6211 Household furniture stores (with appliances and furnishings)

6212 Household furniture stores (without appliances and furnishings)

6213 Furniture refinishing and repair shops

6221 Appliance, television, radio and stereo stores

6222 Television, radio and stereo stores

6223 Appliance, television, radio and stereo repair shops

090 Household Furnishings Stores

6231 Floor covering stores

6232 Drapery stores

6239 Other household furnishings stores

100 Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers

6311 Automobile (new) dealers

6312 Automobile (used) dealers

6321 Motor home and travel trailer dealers

6322 Boats, outboard motors and boating

accessories dealers

6323 Motorcycle and snowmobile dealers

6329 Other recreational vehicle dealers

APPENDICE II**COUVERTURE DES GROUPES DE COMMERCE****010 Supermarchés d'alimentation et épiceries**

6011 Supermarchés d'alimentation

6012 Epiceries (sauf les supermarchés)

020 Tous les autres magasins d'alimentation

6013 Boulangeries-pâtisseries

6014 Confiseries et magasins de noix

6015 Magasins de fruits et légumes

6016 Marchés de viande

6019 Autres magasins d'alimentation

spécialisées, n.c.a.

030 Pharmacies et magasins de médicaments brevetés

6031 Pharmacies

6032 Magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette

040 Magasins de chaussures

6111 Magasins de chaussures

050 Magasins de vêtements pour hommes

6121 Magasins de vêtements pour hommes

060 Magasins de vêtements pour dames

6131 Magasins de vêtements pour dames

070 Autres magasins de vêtements

6141 Magasins de vêtements pour enfants

6142 Magasins de fourrures

6149 Autres magasins de vêtements, n.c.a.

6151 Magasins de tissus et de filés

080 Magasins de meubles et d'appareils ménagers

6211 Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)

6212 Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement)

6213 Ateliers de réparation de meubles

6221 Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques

6222 Magasins de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques

6223 Ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques

090 Magasins d'accessoires d'ameublement

6231 Magasins de revêtements de sol

6232 Magasins de tentures

6239 Autres magasins d'accessoires d'ameublement

100 Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs

6311 Concessionnaires d'automobiles neuves

6312 Concessionnaires d'automobiles d'occasion

6321 Marchands de roulettes motorisées et de roulettes de voyage

6322 Marchands de bateaux, de moteurs hors-bord et d'accessoires pour bateaux

6323 Marchands de motocyclettes et de motoneiges

6329 Autres marchands de véhicules de loisir

110 Gasoline Service Stations
 6331 Gasoline service stations
120 Automotive Parts, Accessories and Services
 6341 Home and auto supply stores
 6342 Tire, battery, parts and accessories stores
 6351 Garages (general repairs)
 6352 Paint and body repair shops
 6353 Muffler replacement shops
 6354 Motor vehicle glass replacement shops
 6355 Motor vehicle transmission repair and replacement shops
 6359 Other motor vehicle repair shops
 6391 Car washes
 6399 Other motor vehicle services, n.e.c.

130 General Merchandise Stores
 6411 Department stores
 6412 General stores
 6413 Other general merchandise stores (variety and general merchandise stores)

140 Other Semi-Durable Goods Stores
 6511 Book and stationery stores
 6521 Florist shops
 6522 Lawn and garden centres
 6531 Hardware stores
 6532 Paint, glass and wallpaper stores
 6581 Toy and hobby stores
 6582 Gift, novelty and souvenir stores

150 Other Durable Goods Stores
 6541 Sporting goods stores
 6542 Bicycle shops
 6551 Musical instrument stores
 6552 Record and tape stores
 6561 Jewellery stores
 6562 Watch and jewellery repair shops
 6571 Camera and photographic supply stores

160 Other Retail Stores
 6021 Liquor stores
 6022 Wine stores
 6023 Beer stores
 6591 Second-hand merchandise stores, n.e.c.
 6592 Opticians' shops
 6593 Art galleries and artists' supply stores
 6594 Luggage and leather goods stores
 6595 Monument and tombstone dealers
 6596 Pet stores
 6597 Coin and stamp dealers
 6598 Mobile home dealers
 6599 Other retail stores, n.e.c.

110 Stations-service
 6331 Stations-service
120 Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services
 6341 Magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile
 6342 Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires
 6351 Garages (réparations générales)
 6352 Ateliers de peinture et de carrosserie
 6353 Ateliers de remplacement de silencieux
 6354 Ateliers de remplacement de vitres pour véhicules automobiles
 6355 Ateliers de réparation et de remplacement de boîtes de vitesse de véhicules automobiles
 6359 Autres ateliers de réparation de véhicules automobiles
 6391 Lave-autos
 6399 Autres services pour véhicules automobiles, n.c.a.

130 Magasins de marchandises diverses
 6411 Magasins à rayons
 6412 Magasins généraux
 6413 Autres magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses)

140 Autres magasins de produits semi-durables
 6511 Librairies et papeteries
 6521 Fleuristes
 6522 Centres de jardinage
 6531 Quincailleries
 6532 Magasins de peinture, de vitre et de papier peint
 6581 Magasins de jouets et d'articles de loisir
 6582 Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs

150 Autres magasins de produits durables
 6541 Magasins d'articles de sport
 6542 Magasins de bicyclettes
 6551 Magasins d'instruments de musique
 6552 Magasins de disques et de bandes magnétiques
 6561 Bijouteries
 6562 Ateliers de réparation de montres et de bijoux
 6571 Magasins d'appareils et de fournitures photographiques

160 Autres magasins de vente au détail
 6021 Magasins de spiritueux
 6022 Magasins de vin
 6023 Magasins de bière
 6591 Magasins de marchandises d'occasion, n.c.a.
 6592 Opticiens
 6593 Galeries d'art et magasins de fournitures pour artistes
 6594 Magasins de bagages et de maroquinerie
 6595 Magasins de monuments funéraires et de pierres tombales
 6596 Magasins d'animaux de maison
 6597 Marchands de pièces de monnaie et de timbres
 6598 Marchands de maisons mobiles
 6599 Autres magasins de vente au détail, n.c.a.



1010220443

- Identify Emerging Trends
- Define New Markets
- Pinpoint Profit Opportunities

To safeguard your place in tomorrow's marketplace, you have to be able to anticipate trends **today**. To do that, you're going to need some insight into the purchasing trends in the Canadian marketplace.

With a complete profile of Canadian consumers, plus an indepth analysis of Canadian industries, the **Market Research Handbook** gives you the most thorough coverage of purchasing trends. This valued bestseller can lead you to new markets by giving you details on:

- ▶ how much money Canadians are **earning** and what they're **spending** on cars, rent, home entertainment and household appliances;
- ▶ the **level of sales** in retail chain and department stores;
- ▶ what **goods are being traded** between Canada, U.S., and other countries;
- ▶ **census data** such as: age/sex, schooling, households, unemployment, interprovincial and international migration

...and much, much more!

With over 600 pages, the **Handbook** includes more than 200 statistical tables that give you instant access to provincial and national market data. Featured are important economic indicators such as the **Gross Domestic Product, Labour Force Productivity, Private and Public Investment** and the **Consumer Price Index**.

Order your copy of the **Market Research Handbook** (Catalogue #63-2240XPB) today for only \$110 in Canada plus \$7.70 GST and applicable PST, US\$132 in the United States, and US\$154 in other countries.

CALL TOLL-FREE 1-800-267-6677 OR FAX (613)951-1584 and use your VISA or MasterCard. **OR MAIL** your order to: Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, or contact the nearest Statistics Canada Regional Office listed in this publication. Via Internet: order@statcan.ca



- gez les elles tendances**
- issez les nouveaux marchés**
- Déterminez les possibilités de profit**

Pour maintenir votre place sur le marché de demain, vous devez être en mesure de prévoir les tendances **aujourd'hui**. Pour ce faire, vous devrez comprendre les habitudes d'achat sur le marché canadien. Renfermant un profil complet des consommateurs canadiens ainsi qu'une analyse approfondie des industries canadiennes, le **Recueil statistique des études de marché** brosse un tableau exhaustif des habitudes d'achat. Ce précieux best-seller peut vous faire découvrir de nouveaux marchés en vous fournissant les détails suivants :

- ▶ les **revenus** des Canadiens et leurs **dépenses** pour la voiture, le loyer, les appareils de divertissement et les appareils ménagers;
- ▶ le **niveau des ventes** dans les magasins de détail à succursales et les grands magasins;
- ▶ les **biens échangés** entre le Canada, les É.-U. et d'autres pays;
- ▶ les **données du recensement** telles que l'âge, le sexe, le niveau de scolarité, les ménages, le chômage, la migration interprovinciale et internationale

...et bien plus encore!

Le **Recueil**, contenant plus de 600 pages et au delà de 200 tableaux statistiques, vous permettra d'accéder instantanément aux données provinciales et nationales sur le marché. Il traite d'indicateurs économiques importants tels que le **produit intérieur brut**, la **productivité de la population active**, les **investissements privés et publics** et l'**Indice des prix à la consommation**.

Procurez-vous votre exemplaire du **Recueil statistique des études de marché** (n° 63-2240XPB au catalogue) dès aujourd'hui pour seulement 110 \$ au Canada plus 7,70 \$ de TPS et la TVP en vigueur, 132 \$ US aux États-Unis et 154 \$ US dans les autres pays. Commandez votre exemplaire **PAR TÉLÉPHONE EN COMPOSANT SANS FRAIS** le 1-800-267-6677 **OU PAR TÉLÉCOPIEUR** au (613) 951-1584 et utilisez votre carte VISA ou MasterCard. **OU PAR LA POSTE** à l'adresse suivante : Statistique Canada, Division des Opérations et de l'intégration, Direction de la circulation, 120, av. Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6, ou communiquez avec le bureau régional de Statistique Canada le plus près dont la liste figure dans la présente publication.
Via l'Internet: order@statcan.ca

Are you getting your information on the Canadian economy "first-hand"?

Chances are, you spend hours reading several newspapers and a handful of magazines trying to get the whole economic picture – only to spend even more time weeding out fiction from fact! Wouldn't it be a great deal more convenient (and much more effective) to go straight to the source?

Join the thousands of successful Canadian decision-makers who turn to Statistic Canada's *Canadian Economic Observer* for their monthly briefing. Loaded with first-hand information, collectively published nowhere else, CEO is a quick, concise and panoramic overview of the Canadian economy. Its reliability and completeness are without equal.

A single source

Consultations with our many readers – financial analysts, planners, economists and business leaders – have contributed to CEO's present, widely-acclaimed, two-part format. The **Analysis Section** includes thought-provoking commentary on current economic conditions, issues, trends and developments. The **Statistical Summary** contains the complete range of hard numbers on critical economic indicators: markets, prices, trade, demographics, unemployment and more.

More practical, straightforward and user-friendly than ever before, the *Canadian Economic Observer* gives you more than 150 pages of in-depth information in one indispensable source.

Why purchase CEO?

As a subscriber, you'll be directly connected to Statistics Canada's economic analysts – names and phone numbers are listed with articles and features. You'll also receive a copy of CEO's annual **Historical Statistical Supplement** – at no additional cost.

So why wait for others to publish Statistics Canada's data second-hand when you can have it straight from the source? Order your subscription to the *Canadian Economic Observer* today.

The *Canadian Economic Observer* (catalogue no. 10-2300XPB) is \$220 (plus GST and applicable PST) annually in Canada, US\$260 in the United States and US\$310 in other countries.

Highlights of the *Canadian Composite Leading Indicator* (catalogue no. 11F0008XFE) are available by fax – the same day of release – for \$70 annually in Canada and US\$70 in the United States.

To order, write to: Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication. If more convenient, fax your order to 1-613-951-1584 or call toll-free 1-800-267-6677 and use your VISA or MasterCard.

Via Internet: order@statcan.ca

Recevez-vous directement vos informations sur l'économie canadienne?

Il est probable que vous passez des heures à lire plusieurs journaux et un paquet de revues pour essayer d'avoir une vue complète de la situation économique, et ensuite passer encore plus de temps à séparer le réel de ce qui ne l'est pas. Ne serait-il pas plus pratique (et beaucoup plus efficace) de remonter directement à la source?

Joignez-vous aux milliers de décideurs canadiens gagnants qui lisent *L'Observateur économique canadien* pour leur séance de rapport mensuelle. Rémpli de renseignements disponibles nulle part ailleurs, L'OEC permet d'avoir une vue générale rapide et concise de l'économie canadienne. Il est inégalé par sa fiabilité et son exhaustivité.

Une seule source

Les consultations que nous avons eues avec nos nombreux lecteurs, des analystes financiers, des planificateurs, des économistes et des chefs d'entreprise, nous ont permis de présenter L'OEC dans son format actuel en deux parties, qui a été bien accueilli. La **section de l'analyse** contient des commentaires qui donnent à réfléchir sur la conjoncture économique, ses problèmes, ses tendances et ses développements. L'**aperçu statistique** contient l'ensemble complet des chiffres réels pour les indicateurs économiques essentiels : les marchés, les prix, le commerce, la démographie, le chômage, et bien d'autres encore.

Plus pratique, plus simple, plus facile à utiliser qu'auparavant, *L'Observateur économique canadien* vous offre plus de 150 pages de renseignements poussés sous une seule couverture.

Pourquoi acheter L'OEC?

En tant qu'abonné à L'OEC, vous êtes directement relié aux analystes économiques de Statistique Canada : des noms et des numéros de téléphone sont cités dans les articles et les rubriques. Vous recevrez également un exemplaire du **Supplément statistique historique annuel à titre gracieux**.

Pourquoi devez-vous donc attendre que d'autres publient les données de Statistique Canada qu'ils ont reprises alors que vous pouvez les obtenir directement à la source? Abonnez-vous à *L'Observateur économique canadien* dès aujourd'hui.

Le prix de l'abonnement annuel à *L'Observateur économique canadien* (n° 10-2300XPB au catalogue) est de 220 \$ (plus la TPS et la TVP en vigueur) au Canada, de 260 \$ US aux États-Unis et de 310 \$ US dans les autres pays. Les faits saillants de l'**Indicateur composite avancé** (n° 11F0008XFF au catalogue) sont offerts par télécopieur – le jour même de leur parution – pour 70 \$ par année au Canada et 70 \$ US aux États-Unis.

Pour commander, écrivez à : Statistique Canada, Division des Opérations et de l'intégration, Direction de la circulation, 120, av. Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6, ou adressez-vous au Centre de consultation de Statistique Canada le plus proche de chez vous et dont la liste figure dans cette publication. Si vous le préférez, vous pouvez envoyer votre commande par télécopieur au 1-613-951-1584, ou téléphoner sans frais au 1-800-267-6677 et utiliser votre carte VISA ou MasterCard. Via l'Internet: order@statcan.ca