



Catalogue no. 63-002-XPB

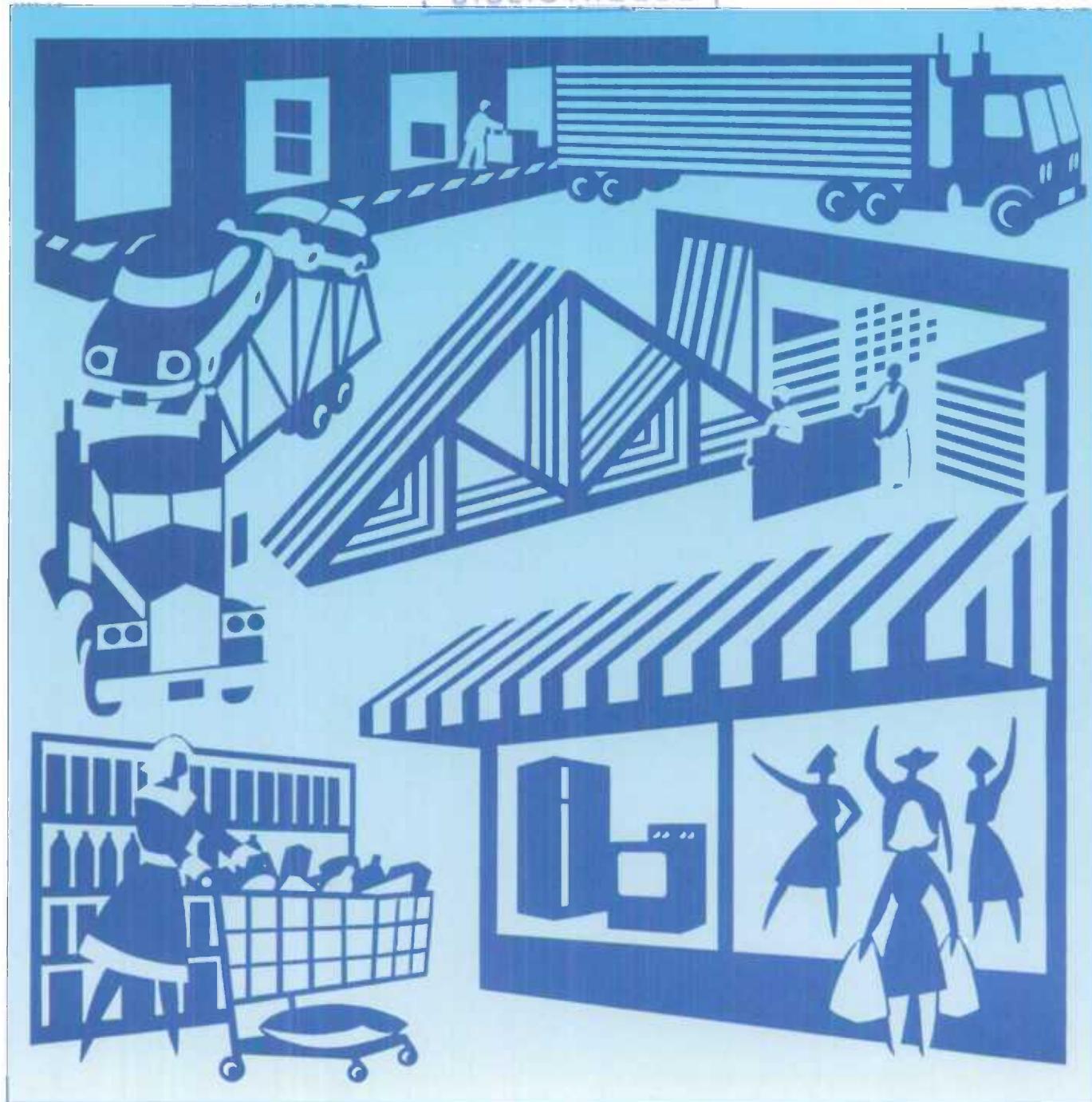
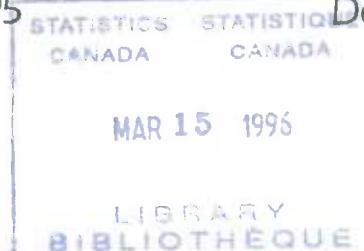
# Department store sales and stocks

December 1995

N° 63-002-XPB au catalogue

# Ventes et stocks des grands magasins

Décembre 1995

Statistics  
CanadaStatistique  
Canada

Canada

## Data in Many Forms . . .

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on CD, diskette, computer print-out, 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, K1A 0T6 (Telephone: 1-613-951-3559) or to the Statistics Canada Reference Centre in:

|          |                  |           |                  |
|----------|------------------|-----------|------------------|
| Halifax  | (1-902-426-5331) | Regina    | (1-306-780-5405) |
| Montréal | (1-514-283-5725) | Edmonton  | (1-403-495-3027) |
| Ottawa   | (1-613-951-8116) | Calgary   | (1-403-292-6717) |
| Toronto  | (1-416-973-6586) | Vancouver | (1-604-666-3691) |
| Winnipeg | (1-204-983-4020) |           |                  |

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<br>Device for the Hearing<br>Impaired   | 1-800-363-7629 |
| National Toll-free Order-only<br>Line (Canada and United<br>States) | 1-800-267-6677 |

## How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management, 120 Parkdale Ave., Ottawa, Ontario, K1A 0T6.

(1-613-951-7277)  
Facsimile Number (1-613-951-1584)  
Toronto Credit Card Only (1-416-973-8018)

## 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 services 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 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

Toute demande de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doit être adressée à la:

Section du commerce de détail,  
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 1-613-951-3559)  
ou au Centre de consultation de Statistique Canada à:

|          |                  |           |                  |
|----------|------------------|-----------|------------------|
| Halifax  | (1-902-426-5331) | Regina    | (1-306-780-5405) |
| Montréal | (1-514-283-5725) | Edmonton  | (1-403-495-3027) |
| Ottawa   | (1-613-951-8116) | Calgary   | (1-403-292-6717) |
| Toronto  | (1-416-973-6586) | Vancouver | (1-604-666-3691) |
| Winnipeg | (1-204-983-4020) |           |                  |

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 régionaux de consultation.

|   |                |
|---|----------------|
| Service national de renseignements  | 1-800-263-1136 |
| Service national d'appareils de<br>télécommunications pour les<br>malentendants             | 1-800-363-7629 |
| Service national du numéro sans<br>frais pour commander seulement<br>(Canada et États-Unis) | 1-800-267-6677 |

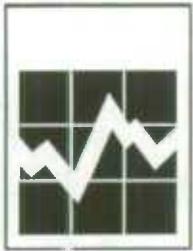
## Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à Statistique Canada, la Division des Opérations et de l'intégration, Direction de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario), K1A 0T6.

(1-613-951-7277)  
Numéro du télécopieur (1-613-951-1584)  
Toronto Carte de crédit seulement (1-416-973-8018)

## 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

# Department store sales and stocks

December 1995

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

# Ventes et stocks des grands magasins

Décembre 1995

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.

March 1996

Price: Canada: \$16.00 per issue,  
\$160.00 annually

United States: US\$20.00 per issue,  
US\$192.00 annually

Other Countries: US\$23.00 per issue,  
US\$224.00 annually

Catalogue no. 63-002-XPB, Vol. 60, No. 12  
Frequency: Monthly

ISSN 0380-7045

Ottawa

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'emmager dans un système de recouvrement, sans l'autorisation écrite préalable des Services de concession des droits de licence, Division du marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Mars 1996

Prix : Canada : 16 \$ l'exemplaire,  
160 \$ par année

États-Unis : 20 \$ US l'exemplaire,  
192 \$ US par année

Autres pays : 23 \$ US l'exemplaire,  
224 \$ US par année

N° 63-002-XPB au catalogue, vol. 60, n° 12  
Périodicité : mensuelle

ISSN 0380-7045

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 cooperation and goodwill.*

## Note de reconnaissance

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

## Symbols

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

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

### NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

### A NOTE ON CANSIM

The data published in Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 111, 112, 113) (Catalogue no. 63-002-XPB) are also available in machine readable form through CANSIM (Canadian - Socio-Economic Information Management System). Users interested in accessing data via CANSIM should contact one of Statistics Canada's regional centres at the numbers listed on the inside front cover of this publication, or contact the Marketing Division, Statistics Canada, R.H. Coats Building, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (613) 951-8200.

This publication was prepared under the direction of:

- **G. 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
- **L. Kiss**, Economist, Retail Trade section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **S. Dumouchel**, Analyst, 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 conventionnels suivants sont employés uniformément dans les publications de Statistique Canada:

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

### NOTA

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

### NOTE AU SUJET DE CANSIM

Les données qui sont publiées dans les ventes et stocks des grands magasins (matrice n° 111, 112, 113) (n° 63-002-XPB au catalogue) peuvent être obtenues sous forme lisible par machine de CANSIM (Système Canadien d'information socio-économique). Les utilisateurs voulant obtenir des chiffres par l'intermédiaire de CANSIM peuvent contacter un des centres de consultation de Statistique Canada dont les numéros de téléphone figurent au verso du couvert de cette publication ou en communiquant directement avec la Division du marketing, Statistique Canada, Immeuble R.H. Coats, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (613) 951-8200.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **G. Andrusiak**, directeur, division de l'industrie
- **R. Lussier**, directeur adjoint, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie
- **B. Thériault**, chef, section du commerce de détail, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie
- **L. Kiss**, économiste, section du commerce de détail, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie
- **S. Dumouchel**, analyste, section du commerce de détail, sous-division des commerces de distribution, 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**

| Table   | Page     | Tableau  | Page     |
|---|----------|--|----------|
| <b>Highlights</b>   | <b>5</b> | <b>Faits saillants</b>   | <b>5</b> |
| 1. Department Store Monthly Sales, Unadjusted, by Department, Canada, 1993-1995                               | 7        | 1. Ventes mensuelles des grands magasins, non-désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1993-1995   | 7        |
| 2. Major and Discount Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1993-1995                   | 8        | 2. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et d'escargots, par province, 1993-1995                            | 8        |
| 3. Major and Discount Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1993-1995 | 10       | 3. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et d'escargots, selon certaines régions métropolitaines, 1993-1995 | 10       |
| 4. Number of Major and Discount Department Store Locations, by Province, 1993-1995                            | 12       | 4. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et d'escargots, par province, 1993-1995                                   | 12       |
| 5. Number of Major and Discount Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1993-1995          | 12       | 5. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et d'escargots, selon certaines régions métropolitaines, 1993-1995        | 12       |
| 6. Department Store Monthly Inventories-Sales and Sales-Inventories Ratios, by Department, Canada, 1993-1995  | 14       | 6. Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1993-1995                                    | 14       |
| 7. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1994-1995                                  | 16       | 7. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1994-1995  | 16       |
| 8. Department Store Monthly Inventories, Unadjusted, by Department, Canada, 1993-1995                         | 17       | 8. Stocks mensuels des grands magasins non-désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1994-1995   | 17       |
| 9. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1993 to 1995                  | 18       | 9. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1993 à 1995  | 18       |
| 10. Department Store Monthly Inventories, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1992 to 1995            | 19       | 10. Stocks mensuels des grands magasins, non-désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1992 à 1995                                     | 19       |
| 11. Department Store Monthly Sales, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1992 to 1995                  | 20       | 11. Ventes mensuelles des grands magasins, non-désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1992 à 1995                                 | 20       |

**Table des matières**

**Table of Contents - Concluded**

12. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1993 to 1995

21

**Tables des matières - fin**

12. Comptes à recevoir, non-désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1993 à 1995

21

**Appendix**

- I. Definitions
  - Scope of the Survey
  - Data Quality and Methodology
  - Data Confidentiality
  - Seasonal Adjustment
  - Explanatory Notes
- II. List of Department Store Organizations

22

22

23

23

24

24

24

26

**Appendice**

- I. Définitions
  - Champ de l'enquête
  - Qualité des données et méthodologie
  - Confidentialité des données
  - Désaisonnalisation
  - Notes explicatives
- II. Liste des organisations des grands magasins

22

22

23

23

24

24

24

26

**Text Table**

- I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada

27

**Tableau explicatif**

- I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada

27

## Highlights

### December 1995

- Although December sales did not meet retailers' hopes, sales did rise a marginal 0.5% from November. Inventories decreased for a third consecutive month, down 0.6% from November.
- Cash registers rang louder in December at the discount stores, where sales totalled \$1.2 billion (unadjusted), up 7.1% from December 1994. The majors rang in sales of \$1.1 billion, down 0.4% from a year earlier.

### 1995 in review:

- Despite some monthly declines, consumer spending in department stores was generally robust in 1995. Over the year, consumers spent \$13.9 billion in department stores, up 4.7% over 1994. The strength in sales in 1995 was largely attributable to the discount department stores.
- Overall department store sales have been on an upward trend since mid-1993. However, the pace of growth did start to slow in July 1995. The sales jump in 1995 followed an increase in 1994 (+3.9%) and a decline in 1993 (-1.7%). Sales fell in only three months of 1995.
- Department stores made gains in 1995 over all other retailers who sell products similar to those found in department stores. Department stores' share of this "department store type merchandise" moved from 20.4% in 1991 (high) to 18.5% in 1994 (low). In 1995, their share rose to 19.1%. (These calculations of share are based on the January-to-November cumulative period of each year.)
- The major department stores experienced their third consecutive annual decline in sales last year as sales amounted to \$6.5 billion, down 3.7% from 1994. Sales also declined in 1994 (-1.1%) and in 1993 (-4.7%). Overall, there were four fewer major stores in December 1995 than in December 1994.

## Faits saillants

### Décembre 1995

- En dépit du fait que les ventes de décembre n'ont pas comblé les espérances des commerçants, elles augmentent de 0,5% par rapport à novembre. Les stocks, quant à eux, fléchissent pour un troisième mois consécutif, s'affaissant de 0,6% par rapport à novembre.
- C'est dans les grands magasins d'escomptes que les caisses ont été les plus bruyantes, enregistrant 1,2 milliard\$ de ventes (non désaisonnalisée), une hausse acceptable de 7,1% comparativement à décembre 1994. Les tiroirs-caisses des grands magasins traditionnels, quant à eux, ont reçu 1,1 milliard\$ de ventes, ce qui constitue une légère chute de 0,4% comparativement à un an plus tôt.

### Bilan de 1995:

- En 1995, les dépenses des consommateurs dans les grands magasins ont été soutenues, sauf pendant quelques mois. Environ 13,9 milliards\$ ont ainsi été dépensés, une somme en hausse de 4,7% par rapport à 1994. La vigueur des ventes des grands magasins d'escomptes est en partie responsable de ce succès.
- Globalement, les ventes des grands magasins suivent une tendance ascendante depuis le milieu de 1993. Par contre, un certain fléchissement est perceptible depuis juillet 1995. Le 4,7% d'augmentation des ventes en 1995 fait suite à une hausse de 3,9% en 1994 et à une baisse de 1,7% en 1993. Seulement trois mois en 1995 ont enregistré une chute.
- Les grands magasins ont fait des gains en 1995 sur les autres commerçants qui vendent des produits similaires. Leur part de marché est passée de 20,4% en 1991 à un creux de 18,5% en 1994, puis a remonté à 19,1% en 1995 (de janvier à novembre seulement).
- Pour une troisième année consécutive, les ventes des grands magasins traditionnels ont décliné. Atteignant 6,5 milliards\$, elles ont chuté de 3,7% par rapport à 1994. En 1994, elles s'étaient affaissées de 1,1% et en 1993, de 4,7%. On enregistre quatre grands magasins traditionnels de moins en décembre 1995 comparativement à décembre 1994.

- By contrast, the discount retailers posted record sales increases in every month of 1995 except February. Consumers bought \$7.4 billion in goods and services from these stores, up 13.4% from 1994. This followed a healthy 9.7% increase in 1994.
- There was a net increase of 15 discount stores by the end of 1995 compared with a year earlier. Ontario gained the most. The market share of the discounters, although volatile, was greater than 50% for all months in 1995. At the end of 1995, discount sales represented 53% of total department store sales.
- Out of every dollar spent in department stores in 1995, the highest proportion went toward women's clothing and accessories (14 cents). Even so, these items recorded an annual increase of only 0.4% in sales. Men's clothing and accessories received 11 cents of every consumer dollar, the second largest portion of total sales. Sales of those items rose 6%. Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products represented 10 cents of every dollar spent. Expenditures in this department jumped 15%.
- Department store sales grew in every province in 1995. The sales increase was highest in Saskatchewan, where consumers spent 11% more in department stores than in the previous year. That followed an 8.4% increase in 1994. Department stores in Alberta and Manitoba also had healthy sales increases of 7% each. Stores in British Columbia posted one of the slowest advances (+2.5%). In the metropolitan regions, Calgary's department stores led with an increase of 7% over 1994.
- Consumer spending in department stores in Ontario represented 42% of total department store sales. In 1995, sales in Ontario were 4.0% higher than in the previous year.
- L'année 1995 s'annonce une année record pour les commerçants des grands magasins d'escomptes. Pour tous les mois, à l'exception de février, le niveau des ventes grimpe. Un total de 7,4 milliards\$ en biens et services ont été achetés par les consommateurs, ce qui représente un bond de 13,4% comparativement à 1994. Déjà en 1994, un vigoureux 9,7% d'augmentation avait été enregistré.
- En décembre 1995, une majoration nette de 15 grands magasins d'escomptes est notée en comparaison avec 1994. C'est en Ontario que les gains sont plus grands. La part de marché des magasins d'escomptes, quoique volatile, s'inscrit à plus de 50% pour tous les mois de 1995 et atteint 53% en décembre 1995.
- De chaque dollar dépensé, la plus grande part va dans les vêtements et accessoires pour femmes (14 cents). Ces articles n'ont augmenté annuellement que de 0,4% en 1995. Les vêtements et accessoires pour hommes arrivent en second lieu avec 11 cents et profitent d'une hausse de 6,0%. Troisièmement, les ventes des articles de toilettes, de produits de beauté et pharmaceutiques s'accaparent de 10 cents avec une augmentation de 15%.
- Les ventes des grands magasins croissent dans toutes les provinces en 1995. On retrouve les plus fortes hausses en Saskatchewan où les consommateurs ont dépensé 11% de plus qu'en 1994. Déjà en 1994, cette province augmentait ses ventes de 8,4%. Deux autres provinces aussi s'illustrent avec un 7% d'augmentation chacune, c'est-à-dire le Manitoba et l'Alberta. Par contre, la Colombie-Britannique ferme le pas avec une faible croissance de 2,5%. Dans les régions métropolitaines, Calgary fait figure de proue avec un solide 7% par rapport à 1994.
- L'Ontario dévore 42% de toutes les ventes des grands magasins, mais sa croissance n'est que de 4,0% par rapport à 1994.

Table 1.

## Department Store Monthly Sales, Unadjusted, by Department, Canada, 1994-1995

Tableau 1.

## Ventes mensuelles des grands magasins, non-désaisonnalisées par rayon, Canada, 1994-1995

| No. | Department<br>Rayon   | Unadjusted - Non-désaisonnalisées |                      |                      |                      |                     |  |
|-----|---|-----------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|---------------------|--|
|     |   | 1994                              |                      | 1995                 |                      | Change<br>Variation |  |
|     |   | November<br>Novembre              | December<br>Décembre | November<br>Novembre | December<br>Décembre |                     |  |
|     |   | \$'000                            |                      | \$'000               |                      | %                   |  |
| 1   | Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles   | 11,319                            | 15,165               | 7,842                | 9,120                | -39.9               |  |
| 2   | Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles  | 23,854                            | 19,775               | 26,131               | 19,464               | -1.6                |  |
| 3   | Women's and misses' casual wear - Vêtements de sport pour dames et jeunes filles  | 95,026                            | 125,365              | 94,492               | 129,625              | 3.4                 |  |
| 4   | Nursery Equipment - Articles de chambres d'enfants  | 7,736                             | 7,611                | 8,680                | 9,292                | 22.1                |  |
| 5   | Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants  | 47,434                            | 57,064               | 54,361               | 62,063               | 8.8                 |  |
| 6   | Girls' wear - Vêtements de fillettes  | 26,058                            | 32,918               | 24,224               | 29,443               | -10.6               |  |
| 7   | Lingerie and Women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames   | 28,054                            | 53,044               | 30,091               | 52,980               | -0.1                |  |
| 8   | Intimate apparel - Sous-vêtements   | 22,838                            | 34,048               | 22,443               | 34,576               | 1.6                 |  |
| 9   | Athletic footwear - Chaussures athlétiques  | 10,495                            | 11,056               | 11,311               | 10,183               | -7.9                |  |
| 10  | Women's hosiery - Bas pour dames  | 19,177                            | 27,120               | 20,635               | 31,433               | 15.9                |  |
| 11  | Women's accessories - Articles de parure pour dames   | 27,348                            | 42,308               | 29,715               | 41,642               | -1.6                |  |
| 12  | Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants                       | 37,300                            | 36,690               | 40,744               | 34,771               | -5.2                |  |
| 13  | Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes  | 29,161                            | 39,352               | 34,220               | 45,922               | 16.7                |  |
| 14  | Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes  | 121,491                           | 211,267              | 124,728              | 212,919              | 0.8                 |  |
| 15  | Boy's clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons   | 24,008                            | 31,131               | 23,314               | 29,561               | -5.0                |  |
| 16  | Men's and boy's footwear - Chaussures pour hommes et garçons  | 22,719                            | 24,551               | 24,866               | 22,693               | -7.6                |  |
| 17  | Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes   | 48,240                            | 88,500               | 54,057               | 101,494              | 14.7                |  |
| 18  | Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques                    | 106,987                           | 206,079              | 123,213              | 224,745              | 9.1                 |  |
| 19  | Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques  | 9,952                             | 20,977               | 9,150                | 17,799               | -15.2               |  |
| 20  | Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce                                    | 14,303                            | 15,280               | 17,643               | 16,643               | 8.9                 |  |
| 21  | Linen - Linges de maison  | 54,229                            | 71,760               | 54,005               | 72,114               | 0.5                 |  |
| 22  | Luggage - Bagages   | 4,070                             | 8,552                | 4,136                | 8,145                | -4.8                |  |
| 23  | China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie  | 19,486                            | 39,499               | 18,979               | 37,428               | -5.2                |  |
| 24  | Floor coverings - Revêtements de plancher   | 12,960                            | 13,202               | 12,284               | 14,411               | 9.2                 |  |
| 25  | Draperies and furniture coverings - Tentures et housses   | 13,102                            | 14,357               | 11,266               | 13,375               | -6.8                |  |
| 26  | Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison | 7,983                             | 13,038               | 8,714                | 13,394               | 2.7                 |  |
| 27  | Furniture - Meubles   | 43,765                            | 44,648               | 40,699               | 39,586               | -11.3               |  |
| 28  | Major appliances - Gros appareils ménagers  | 44,648                            | 50,417               | 39,706               | 42,296               | -16.1               |  |
| 29  | Home entertainment equipment (T.V., stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)   | 80,467                            | 154,642              | 90,722               | 159,837              | 3.4                 |  |
| 30  | Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques                                     | 54,353                            | 104,047              | 67,389               | 114,742              | 10.3                |  |
| 31  | Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.   | 39,505                            | 55,119               | 38,584               | 52,973               | -3.9                |  |
| 32  | Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction   | ...                               | ...                  | ...                  | ...                  | ...                 |  |
| 33  | Jewellery - Bijouterie  | 29,683                            | 67,882               | 31,223               | 74,021               | 9.0                 |  |
| 34  | Toys and games - Jouets et jeux   | 93,555                            | 157,568              | 109,152              | 174,226              | 10.6                |  |
| 35  | Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques   | 20,758                            | 41,148               | 23,336               | 42,257               | 2.7                 |  |
| 36  | Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau  | 35,236                            | 72,971               | 37,788               | 76,139               | 4.3                 |  |
| 37  | Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures         | 21,594                            | 21,543               | 28,442               | 22,436               | 4.1                 |  |
| 38  | Meals and lunches - Repas et casse-croûtes  | 24,295                            | 28,482               | 23,770               | 27,626               | -3.0                |  |
| 39  | Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'œuvre)     | 25,425                            | 24,086               | 27,857               | 25,571               | 6.2                 |  |
| 40  | All other departments (includes gifts and seasonal) - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers) <sup>1</sup>  | 76,843                            | 107,366              | 86,949               | 117,113              | 9.1                 |  |
| 41  | <b>ALL DEPARTMENTS - TOTAL- TOUS LES RAYONS</b>   | <b>1,435,457</b>                  | <b>2,189,631</b>     | <b>1,536,861</b>     | <b>2,264,056</b>     | <b>3.4</b>          |  |

<sup>1</sup> See footnote at end of tables. - Voir note à la fin des tableaux.

Table 2.

## Major and Discount Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1994-1995

| No.                                 | Type of department store   | Canada     | Newfoundland | Prince Edward<br>Island   | Nova Scotia         | New<br>Brunswick      | Québec    |  |  |  |
|-------------------------------------|----------------------------|------------|--------------|---------------------------|---------------------|-----------------------|-----------|--|--|--|
|                                     |                            |            | Terre-Neuve  | Île-du-Prince-<br>Édouard | Nouvelle-<br>Écosse | Nouveau-<br>Brunswick |           |  |  |  |
| \$'000                              |                            |            |              |                           |                     |                       |           |  |  |  |
| <b>Major department stores</b>      |                            |            |              |                           |                     |                       |           |  |  |  |
| 1                                   | 1994 November              | 709,684    | x            | x                         | x                   | x                     | x         |  |  |  |
| 2                                   | December                   | 1,084,301  | x            | x                         | x                   | x                     | x         |  |  |  |
| 3                                   | January-December           | 6,763,913  | x            | x                         | x                   | x                     | x         |  |  |  |
| 4                                   | 1995 November              | 693,118    | x            | x                         | x                   | x                     | x         |  |  |  |
| 5                                   | December                   | 1,080,001  | x            | x                         | x                   | x                     | x         |  |  |  |
| 6                                   | January-December           | 6,513,587  | x            | x                         | x                   | x                     | x         |  |  |  |
| <b>Percentage change</b>            |                            |            |              |                           |                     |                       |           |  |  |  |
| 7                                   | December 1995/1994         | -0.4       | x            | x                         | x                   | x                     | x         |  |  |  |
| 8                                   | January-December 1995/1994 | -3.7       | x            | x                         | x                   | x                     | x         |  |  |  |
| <b>Discount department stores</b>   |                            |            |              |                           |                     |                       |           |  |  |  |
| 9                                   | 1994 November              | 725,773    | x            | x                         | x                   | x                     | x         |  |  |  |
| 10                                  | December                   | 1,105,330  | x            | x                         | x                   | x                     | x         |  |  |  |
| 11                                  | January-December           | 6,535,045  | x            | x                         | x                   | x                     | x         |  |  |  |
| 12                                  | 1995 November              | 843,744    | x            | x                         | x                   | x                     | x         |  |  |  |
| 13                                  | December                   | 1,184,055  | x            | x                         | x                   | x                     | x         |  |  |  |
| 14                                  | January-December           | 7,410,041  | x            | x                         | x                   | x                     | x         |  |  |  |
| <b>Percentage change</b>            |                            |            |              |                           |                     |                       |           |  |  |  |
| 15                                  | December 1995/1994         | 7.1        | x            | x                         | x                   | x                     | x         |  |  |  |
| 16                                  | January-December 1995/1994 | 13.4       | x            | x                         | x                   | x                     | x         |  |  |  |
| <b>Total, all department stores</b> |                            |            |              |                           |                     |                       |           |  |  |  |
| 17                                  | 1994 November              | 1,435,457  | x            | x                         | 54,373              | 40,862                | 247,223   |  |  |  |
| 18                                  | December                   | 2,189,631  | x            | x                         | 78,874              | 56,634                | 368,969   |  |  |  |
| 19                                  | January-December           | 13,298,958 | x            | x                         | 445,740             | 328,131               | 2,412,467 |  |  |  |
| 20                                  | 1995 November              | 1,536,861  | x            | x                         | 57,310              | 43,340                | 267,997   |  |  |  |
| 21                                  | December                   | 2,264,056  | x            | x                         | 79,401              | 56,050                | 379,764   |  |  |  |
| 22                                  | January-December           | 13,923,627 | x            | x                         | 458,235             | 344,272               | 2,544,192 |  |  |  |
| <b>Percentage change</b>            |                            |            |              |                           |                     |                       |           |  |  |  |
| 23                                  | December 1995/1994         | 3.4        | x            | x                         | 0.7                 | -1.0                  | 2.9       |  |  |  |
| 24                                  | January-December 1995/1994 | 4.7        | x            | x                         | 2.8                 | 4.9                   | 5.5       |  |  |  |

<sup>2</sup> See footnote at end of tables

Tableau 2.

## Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et d'escomptes, par province, 1994-1995

| Ontario                      | Manitoba | Saskatchewan | Alberta   | British Columbia <sup>2</sup><br>Colombie-Britannique <sup>2</sup> | Genre de grand magasin        | N° |
|------------------------------|----------|--------------|-----------|--|-------------------------------|----|
| \$'000                       |          |              |           |  |                               |    |
| x                            | x        | x            | x         | x  | Grands magasins traditionnels |    |
| x                            | x        | x            | x         | x  | 1994 Novembre                 | 1  |
| x                            | x        | x            | x         | x  | Décembre                      | 2  |
| x                            | x        | x            | x         | x  | Janvier-décembre              | 3  |
| x                            | x        | x            | x         | x  | 1995 Novembre                 | 4  |
| x                            | x        | x            | x         | x  | Décembre                      | 5  |
| x                            | x        | x            | x         | x  | Janvier-décembre              | 6  |
| Variation procentuelle       |          |              |           |  |                               |    |
| x                            | x        | x            | x         | x  | Décembre 1995/1994            | 7  |
| x                            | x        | x            | x         | x  | Janvier-décembre 1995/1994    | 8  |
| Grands magasins d'escomptes  |          |              |           |  |                               |    |
| x                            | x        | x            | x         | x  | 1994 Novembre                 | 9  |
| x                            | x        | x            | x         | x  | Décembre                      | 10 |
| x                            | x        | x            | x         | x  | Janvier-décembre              | 11 |
| x                            | x        | x            | x         | x  | 1995 Novembre                 | 12 |
| x                            | x        | x            | x         | x  | Décembre                      | 13 |
| x                            | x        | x            | x         | x  | Janvier-décembre              | 14 |
| Variation procentuelle       |          |              |           |  |                               |    |
| x                            | x        | x            | x         | x  | Décembre 1995/1994            | 15 |
| x                            | x        | x            | x         | x  | Janvier-décembre 1995/1994    | 16 |
| Ensemble des grands magasins |          |              |           |  |                               |    |
| 606,089                      | 62,198   | 44,144       | 152,857   | 196,851  | 1994 Novembre                 | 17 |
| 941,482                      | 91,125   | 67,418       | 240,298   | 301,992  | Décembre                      | 18 |
| 5,586,889                    | 553,603  | 393,298      | 1,423,182 | 1,896,207  | Janvier-décembre              | 19 |
| 657,790                      | 64,734   | 47,486       | 161,737   | 203,891  | 1995 Novembre                 | 20 |
| 965,158                      | 94,375   | 71,940       | 253,494   | 322,205  | Décembre                      | 21 |
| 5,812,768                    | 592,909  | 437,424      | 1,522,219 | 1,945,935  | Janvier-décembre              | 22 |
| Variation procentuelle       |          |              |           |  |                               |    |
| 2.5                          | 3.6      | 6.7          | 5.5       | 6.7  | Décembre 1995/1994            | 23 |
| 4.0                          | 7.1      | 11.2         | 7.0       | 2.6  | Janvier-décembre 1995/1994    | 24 |

Voir note à la fin des tableaux.

Table 3.

## Major and Discount Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1994-1995

| No.                                 | Type of department store   | Calgary | Edmonton | Halifax-Dartmouth | Hamilton | Montréal  |
|-------------------------------------|----------------------------|---------|----------|-------------------|----------|-----------|
|                                     |                            |         |          |                   | \$'000   |           |
| <b>Major department stores</b>      |                            |         |          |                   |          |           |
| 1                                   | 1994 November              | x       | x        | x                 | x        | x         |
| 2                                   | December                   | x       | x        | x                 | x        | x         |
| 3                                   | January-December           | x       | x        | x                 | x        | x         |
| 4                                   | 1995 November              | x       | x        | x                 | x        | x         |
| 5                                   | December                   | x       | x        | x                 | x        | x         |
| 6                                   | January-December           | x       | x        | x                 | x        | x         |
| Percentage change                   |                            |         |          |                   |          |           |
| 7                                   | December 1995/1994         | x       | x        | x                 | x        | x         |
| 8                                   | January-December 1995/1994 | x       | x        | x                 | x        | x         |
| <b>Discount department stores</b>   |                            |         |          |                   |          |           |
| 9                                   | 1994 November              | x       | x        | x                 | x        | x         |
| 10                                  | December                   | x       | x        | x                 | x        | x         |
| 11                                  | January-December           | x       | x        | x                 | x        | x         |
| 12                                  | 1995 November              | x       | x        | x                 | x        | x         |
| 13                                  | December                   | x       | x        | x                 | x        | x         |
| 14                                  | January-December           | x       | x        | x                 | x        | x         |
| Percentage change                   |                            |         |          |                   |          |           |
| 15                                  | December 1995/1994         | x       | x        | x                 | x        | x         |
| 16                                  | January-December 1995/1994 | x       | x        | x                 | x        | x         |
| <b>Total, all department stores</b> |                            |         |          |                   |          |           |
| 17                                  | 1994 November              | 56,669  | 59,024   | 28,153            | 43,392   | 137,471   |
| 18                                  | December                   | 88,902  | 93,444   | 39,501            | 67,569   | 206,576   |
| 19                                  | January-December           | 528,926 | 567,498  | 229,579           | 392,828  | 1,349,710 |
| 20                                  | 1995 November              | 60,041  | 62,733   | 29,781            | 46,117   | 146,946   |
| 21                                  | December                   | 94,425  | 98,286   | 40,655            | 68,477   | 212,370   |
| 22                                  | January-December           | 566,431 | 588,789  | 234,379           | 406,532  | 1,393,182 |
| Percentage change                   |                            |         |          |                   |          |           |
| 23                                  | December 1995/1994         | 6.2     | 5.2      | 2.9               | 1.3      | 2.8       |
| 24                                  | January-December 1995/1994 | 7.1     | 3.8      | 2.1               | 3.5      | 3.2       |

Tableau 3.

Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et d'escomptes, selon certaines régions métropolitaines, 1994-1995

| Ottawa-Hull                          | Québec  | Toronto   | Vancouver | Winnipeg | Genre de grand magasin     |                            | N° |
|--------------------------------------|---------|-----------|-----------|----------|----------------------------|----------------------------|----|
| \$'000                               |         |           |           |          |                            |                            |    |
| <b>Grands magasins traditionnels</b> |         |           |           |          |                            |                            |    |
| x                                    | x       | x         | x         | x        | 1994                       | Novembre                   | 1  |
| x                                    | x       | x         | x         | x        | 1994                       | Décembre                   | 2  |
| x                                    | x       | x         | x         | x        | 1994                       | Janvier-décembre           | 3  |
| x                                    | x       | x         | x         | x        | 1995                       | Novembre                   | 4  |
| x                                    | x       | x         | x         | x        | 1995                       | Décembre                   | 5  |
| x                                    | x       | x         | x         | x        | 1995                       | Janvier-décembre           | 6  |
| Variation procentuelle               |         |           |           |          |                            |                            |    |
| x                                    | x       | x         | x         | x        | x                          | Décembre 1995/1994         | 7  |
| x                                    | x       | x         | x         | x        | x                          | Janvier-décembre 1995/1994 | 8  |
| <b>Grands magasins d'escomptes</b>   |         |           |           |          |                            |                            |    |
| x                                    | x       | x         | x         | x        | 1994                       | Novembre                   | 9  |
| x                                    | x       | x         | x         | x        | 1994                       | Décembre                   | 10 |
| x                                    | x       | x         | x         | x        | 1994                       | Janvier-décembre           | 11 |
| x                                    | x       | x         | x         | x        | 1995                       | Novembre                   | 12 |
| x                                    | x       | x         | x         | x        | 1995                       | Décembre                   | 13 |
| x                                    | x       | x         | x         | x        | 1995                       | Janvier-décembre           | 14 |
| Variation procentuelle               |         |           |           |          |                            |                            |    |
| x                                    | x       | x         | x         | x        | x                          | Décembre 1995/1994         | 15 |
| x                                    | x       | x         | x         | x        | x                          | Janvier-décembre 1995/1994 | 16 |
| <b>Ensemble des grands magasins</b>  |         |           |           |          |                            |                            |    |
| 60,377                               | 30,562  | 224,280   | 103,126   | 54,249   | 1994                       | Novembre                   | 17 |
| 91,470                               | 44,039  | 360,454   | 159,622   | 78,374   | 1994                       | Décembre                   | 18 |
| 572,737                              | 298,027 | 2,144,099 | 1,006,256 | 484,069  | 1994                       | Janvier-décembre           | 19 |
| 65,970                               | 31,614  | 241,833   | 104,689   | 55,739   | 1995                       | Novembre                   | 20 |
| 97,072                               | 42,640  | 371,519   | 170,744   | 80,604   | 1995                       | Décembre                   | 21 |
| 599,391                              | 300,570 | 2,221,737 | 1,020,255 | 510,529  | 1995                       | Janvier-décembre           | 22 |
| Variation procentuelle               |         |           |           |          |                            |                            |    |
| 6.1                                  | -3.2    | 3.1       | 7.0       | 2.8      | Décembre 1995/1994         |                            | 23 |
| 4.7                                  | 0.9     | 3.6       | 1.4       | 5.5      | Janvier-décembre 1995/1994 |                            | 24 |

**Table 4.****Number of Major and Discount Department Store Locations, by Province, 1994-1995**

| No.                                 | Type of department store | Canada | Newfoundland | Prince Edward<br>Island   | Nova Scotia         | New<br>Brunswick      | Québec |  |  |  |
|-------------------------------------|--------------------------|--------|--------------|---------------------------|---------------------|-----------------------|--------|--|--|--|
|                                     |                          |        | Terre-Neuve  | Île-du-Prince-<br>Édouard | Nouvelle-<br>Écosse | Nouveau-<br>Brunswick |        |  |  |  |
| No. - nbre                          |                          |        |              |                           |                     |                       |        |  |  |  |
| <b>Major department stores</b>      |                          |        |              |                           |                     |                       |        |  |  |  |
| 1                                   | 1994 November            | 310    | 2            | 1                         | 11                  | 5                     | 58     |  |  |  |
| 2                                   | December                 | 310    | 2            | 1                         | 11                  | 5                     | 58     |  |  |  |
| 3                                   | 1995 November            | 306    | 2            | 1                         | 11                  | 5                     | 58     |  |  |  |
| 4                                   | December                 | 306    | 2            | 1                         | 11                  | 5                     | 58     |  |  |  |
| <b>Discount department stores</b>   |                          |        |              |                           |                     |                       |        |  |  |  |
| 5                                   | 1994 November            | 545    | 15           | 4                         | 30                  | 24                    | 94     |  |  |  |
| 6                                   | December                 | 544    | 15           | 4                         | 30                  | 24                    | 94     |  |  |  |
| 7                                   | 1995 November            | 561    | 15           | 4                         | 31                  | 24                    | 94     |  |  |  |
| 8                                   | December                 | 559    | 15           | 4                         | 31                  | 24                    | 93     |  |  |  |
| <b>Total, all department stores</b> |                          |        |              |                           |                     |                       |        |  |  |  |
| 9                                   | 1994 November            | 855    | 17           | 5                         | 41                  | 29                    | 152    |  |  |  |
| 10                                  | December                 | 854    | 17           | 5                         | 41                  | 29                    | 152    |  |  |  |
| 11                                  | 1995 November            | 867    | 17           | 5                         | 42                  | 29                    | 152    |  |  |  |
| 12                                  | December                 | 865    | 17           | 5                         | 42                  | 29                    | 151    |  |  |  |

**Table 5.****Number of Major and Discount Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1994-1995**

| No.                                 | Type of department store | Calgary | Edmonton | Halifax-<br>Dartmouth | Hamilton | Montréal |  |  |  |  |  |  |
|-------------------------------------|--------------------------|---------|----------|-----------------------|----------|----------|--|--|--|--|--|--|
|                                     |                          |         |          |                       |          |          |  |  |  |  |  |  |
| No. - nbre                          |                          |         |          |                       |          |          |  |  |  |  |  |  |
| <b>Major department stores</b>      |                          |         |          |                       |          |          |  |  |  |  |  |  |
| 1                                   | 1994 November            | 13      | 18       | 7                     | 12       | 32       |  |  |  |  |  |  |
| 2                                   | December                 | 13      | 18       | 7                     | 12       | 32       |  |  |  |  |  |  |
| 3                                   | 1995 November            | 13      | 17       | 7                     | 11       | 31       |  |  |  |  |  |  |
| 4                                   | December                 | 13      | 17       | 7                     | 11       | 31       |  |  |  |  |  |  |
| <b>Discount department stores</b>   |                          |         |          |                       |          |          |  |  |  |  |  |  |
| 5                                   | 1994 November            | 15      | 18       | 10                    | 13       | 36       |  |  |  |  |  |  |
| 6                                   | December                 | 15      | 18       | 10                    | 13       | 36       |  |  |  |  |  |  |
| 7                                   | 1995 November            | 15      | 18       | 11                    | 15       | 36       |  |  |  |  |  |  |
| 8                                   | December                 | 15      | 18       | 11                    | 15       | 36       |  |  |  |  |  |  |
| <b>Total, all department stores</b> |                          |         |          |                       |          |          |  |  |  |  |  |  |
| 9                                   | 1994 November            | 28      | 36       | 17                    | 25       | 68       |  |  |  |  |  |  |
| 10                                  | December                 | 28      | 36       | 17                    | 25       | 68       |  |  |  |  |  |  |
| 11                                  | 1995 November            | 28      | 35       | 18                    | 26       | 67       |  |  |  |  |  |  |
| 12                                  | December                 | 28      | 35       | 18                    | 26       | 67       |  |  |  |  |  |  |

<sup>2</sup> See footnote at end of tables

**Tableau 4.****Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et d'escomptes, par province, 1994-1995**

| Ontario | Manitoba | Saskatchewan | Alberta | British Columbia <sup>2</sup><br>Colombie-Britannique <sup>2</sup> | Genre de grand magasin        |          |          | N° |
|---------|----------|--------------|---------|--|-------------------------------|----------|----------|----|
|         |          |              |         |  | No. - nbre                    | 1994     | 1995     |    |
| 120     | 13       | 11           | 43      | 46   | Grands magasins traditionnels |          |          | 1  |
| 120     | 13       | 11           | 43      | 46   | 1994                          | Novembre | Décembre | 2  |
| 118     | 13       | 11           | 42      | 45   | 1995                          | Novembre |          | 3  |
| 118     | 13       | 11           | 42      | 45   | 1995                          | Décembre |          | 4  |
| 214     | 23       | 23           | 53      | 65   | Grands magasins d'escomptes   |          |          | 5  |
| 214     | 23       | 23           | 53      | 64   | 1994                          | Novembre | Décembre | 6  |
| 230     | 22       | 23           | 53      | 65   | 1995                          | Novembre |          | 7  |
| 230     | 22       | 23           | 52      | 65   | 1995                          | Décembre |          | 8  |
| 334     | 36       | 34           | 96      | 111  | Ensemble des grands magasins  |          |          | 9  |
| 334     | 36       | 34           | 96      | 110  | 1994                          | Novembre | Décembre | 10 |
| 348     | 35       | 34           | 95      | 110  | 1995                          | Novembre |          | 11 |
| 348     | 35       | 34           | 94      | 110  | 1995                          | Décembre |          | 12 |

**Tableau 5.****Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et d'escomptes, selon certaines régions métropolitaines, 1994-1995**

| Ottawa-Hull | Québec | Toronto | Vancouver | Winnipeg | Genre de grand magasin        |          |          | N° |
|-------------|--------|---------|-----------|----------|-------------------------------|----------|----------|----|
|             |        |         |           |          | No. - nbre                    | 1994     | 1995     |    |
| 12          | 8      | 49      | 25        | 12       | Grands magasins traditionnels |          |          | 1  |
| 12          | 8      | 49      | 25        | 12       | 1994                          | Novembre | Décembre | 2  |
| 12          | 8      | 49      | 25        | 12       | 1995                          | Novembre |          | 3  |
| 12          | 8      | 49      | 25        | 12       | 1995                          | Décembre |          | 4  |
| 19          | 10     | 60      | 22        | 17       | Grands magasins d'escomptes   |          |          | 5  |
| 19          | 10     | 60      | 22        | 17       | 1994                          | Novembre | Décembre | 6  |
| 21          | 9      | 63      | 22        | 16       | 1995                          | Novembre |          | 7  |
| 21          | 8      | 63      | 22        | 16       | 1995                          | Décembre |          | 8  |
| 31          | 18     | 109     | 47        | 29       | Ensemble des grands magasins  |          |          | 9  |
| 31          | 18     | 109     | 47        | 29       | 1994                          | Novembre | Décembre | 10 |
| 33          | 17     | 112     | 47        | 28       | 1995                          | Novembre |          | 11 |
| 33          | 16     | 112     | 47        | 28       | 1995                          | Décembre |          | 12 |

<sup>2</sup> Voir note à la fin des tableaux.

Table 6.

## Department Store Monthly Inventories-Sales and Sales-Inventories Ratios, by Department, Canada, 1994-1995

| No. | Department   | Inventories-sales/Stocks-ventes |                      |                      |                      |
|-----|--|---------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|
|     |  | 1994                            |                      | 1995                 |                      |
|     |  | November<br>Novembre            | December<br>Décembre | November<br>Novembre | December<br>Décembre |
| 1   | Women's and misses' dresses and uniforms                         | 4.04                            | 2.28                 | 5.20                 | 3.28                 |
| 2   | Women's and misses' coats and suits                              | 3.05                            | 2.53                 | 2.46                 | 2.18                 |
| 3   | Women's and misses' casual wear                                  | 4.74                            | 2.64                 | 4.77                 | 2.35                 |
| 4   | Nursery Equipment  | 4.48                            | 4.46                 | 4.72                 | 4.27                 |
| 5   | Infants' and children's wear                                     | 3.78                            | 2.25                 | 3.66                 | 2.24                 |
| 6   | Girls' wear  | 3.17                            | 1.60                 | 3.74                 | 1.99                 |
| 7   | Lingerie and Women's sleepwear                                   | 4.52                            | 1.34                 | 4.68                 | 1.65                 |
| 8   | Intimate apparel   | 6.42                            | 4.21                 | 6.40                 | 3.92                 |
| 9   | Athletic footwear  | 7.58                            | 6.37                 | 8.40                 | 7.58                 |
| 10  | Women's hosiery  | 4.42                            | 2.61                 | 4.50                 | 2.49                 |
| 11  | Women's accessories  | 4.58                            | 1.91                 | 4.16                 | 1.82                 |
| 12  | Women's, misses', girls' and children's footwear                 | 4.49                            | 3.77                 | 4.71                 | 4.32                 |
| 13  | Men's coats, suits and dress pants                               | 4.19                            | 2.02                 | 4.18                 | 2.00                 |
| 14  | Men's casual wear and furnishings                                | 4.41                            | 1.64                 | 4.27                 | 1.56                 |
| 15  | Boy's clothing and furnishings                                   | 3.57                            | 1.81                 | 4.24                 | 2.27                 |
| 16  | Men's and boy's footwear   | 4.23                            | 3.25                 | 4.34                 | 3.59                 |
| 17  | Food and kindred products  | 2.36                            | 0.71                 | 2.61                 | 0.82                 |
| 18  | Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products                | 4.94                            | 2.01                 | 4.80                 | 2.22                 |
| 19  | Photographic equipment and supplies                              | 6.38                            | 2.66                 | 5.46                 | 2.28                 |
| 20  | Sewing supplies, notions and piece goods                         | 4.42                            | 4.13                 | 6.36                 | 6.52                 |
| 21  | Linen  | 6.35                            | 4.56                 | 6.10                 | 4.48                 |
| 22  | Luggage  | 8.94                            | 3.33                 | 6.96                 | 2.89                 |
| 23  | China, crystal, glassware and silverware                         | 8.49                            | 3.54                 | 7.81                 | 3.40                 |
| 24  | Floor coverings  | 3.53                            | 3.21                 | 4.23                 | 3.50                 |
| 25  | Draperies and furniture coverings                                | 4.99                            | 4.64                 | 6.56                 | 5.25                 |
| 26  | Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings          | 7.41                            | 4.13                 | 7.32                 | 3.58                 |
| 27  | Furniture  | 2.72                            | 2.67                 | 2.91                 | 2.80                 |
| 28  | Major appliances   | 2.07                            | 1.85                 | 1.98                 | 1.75                 |
| 29  | Home entertainment equipment (T.V., stereo, V.C.R., etc.)        | 4.26                            | 1.85                 | 4.38                 | 2.08                 |
| 30  | Housewares and small electrical appliances                       | 5.39                            | 2.38                 | 5.25                 | 2.52                 |
| 31  | Hardware, paints, wallpaper, etc.                                | 5.28                            | 3.11                 | 6.38                 | 4.12                 |
| 32  | Plumbing, heating and building materials                         | ...                             | ...                  | ...                  | ...                  |
| 33  | Jewellery  | 7.14                            | 2.30                 | 7.36                 | 2.40                 |
| 34  | Toys and games   | 3.24                            | 1.21                 | 3.41                 | 1.18                 |
| 35  | Sports equipment and athletic apparel                            | 8.02                            | 3.36                 | 10.83                | 4.85                 |
| 36  | Stationery, books and office equipment                           | 6.55                            | 2.54                 | 6.60                 | 2.54                 |
| 37  | Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies            | 2.62                            | 2.48                 | 3.41                 | 4.14                 |
| 38  | Meals and lunches  | ...                             | ...                  | ...                  | ...                  |
| 39  | Repairs, installation and services (labour and parts)            | ...                             | ...                  | ...                  | ...                  |
| 40  | All other departments (includes gifts and seasonal) <sup>1</sup> | 2.76                            | 1.19                 | 2.91                 | 1.27                 |
| 41  | <b>TOTAL ALL DEPARTMENTS</b>                                     | <b>4.29</b>                     | <b>2.19</b>          | <b>4.42</b>          | <b>2.30</b>          |

<sup>1</sup> See footnote at end of tables.

Tableau 6.

## Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1994-1995

| Sales-inventories/Ventes-stocks |                      |                      |                      | Rayon   | N° |  |  |
|---------------------------------|----------------------|----------------------|----------------------|---|----|--|--|
| 1994                            |                      | 1995                 |                      |   |    |  |  |
| November<br>Novembre            | December<br>Décembre | November<br>Novembre | December<br>Décembre |   |    |  |  |
| 0.25                            | 0.38                 | 0.19                 | 0.26                 | Robes et uniformes pour dames et jeunes filles                                | 1  |  |  |
| 0.30                            | 0.32                 | 0.36                 | 0.36                 | Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles                              | 2  |  |  |
| 0.21                            | 0.32                 | 0.21                 | 0.34                 | Vêtements de sport pour dames et jeunes filles                                | 3  |  |  |
| 0.23                            | 0.22                 | 0.21                 | 0.23                 | Articles de chambres d'enfants  | 4  |  |  |
| 0.26                            | 0.37                 | 0.27                 | 0.37                 | Vêtements de bébés et d'enfants   | 5  |  |  |
| 0.31                            | 0.49                 | 0.26                 | 0.39                 | Vêtements de fillettes  | 6  |  |  |
| 0.24                            | 0.54                 | 0.22                 | 0.46                 | Lingerie et vêtements de nuit pour dames                                      | 7  |  |  |
| 0.16                            | 0.23                 | 0.16                 | 0.25                 | Sous-vêtements  | 8  |  |  |
| 0.13                            | 0.15                 | 0.12                 | 0.12                 | Chaussures athlétiques  | 9  |  |  |
| 0.24                            | 0.35                 | 0.23                 | 0.37                 | Bas pour dames  | 10 |  |  |
| 0.23                            | 0.41                 | 0.24                 | 0.42                 | Articles de parure pour dames   | 11 |  |  |
| 0.21                            | 0.24                 | 0.20                 | 0.20                 | Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants                    | 12 |  |  |
| 0.24                            | 0.39                 | 0.23                 | 0.39                 | Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes                           | 13 |  |  |
| 0.24                            | 0.48                 | 0.24                 | 0.49                 | Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes                      | 14 |  |  |
| 0.28                            | 0.44                 | 0.23                 | 0.36                 | Vêtements et articles d'habillement pour garçons                              | 15 |  |  |
| 0.23                            | 0.28                 | 0.22                 | 0.24                 | Chaussures pour hommes et garçons   | 16 |  |  |
| 0.51                            | 1.00                 | 0.45                 | 0.90                 | Produits alimentaires et connexes   | 16 |  |  |
| 0.22                            | 0.44                 | 0.22                 | 0.41                 | Articles de toilette, produits de beauté et pharmaceutiques                   | 18 |  |  |
| 0.17                            | 0.35                 | 0.19                 | 0.39                 | Appareils et fournitures photographiques                                      | 19 |  |  |
| 0.23                            | 0.24                 | 0.15                 | 0.15                 | Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce                         | 20 |  |  |
| 0.16                            | 0.21                 | 0.17                 | 0.22                 | Linges de maison  | 21 |  |  |
| 0.12                            | 0.26                 | 0.15                 | 0.31                 | Bagages   | 21 |  |  |
| 0.12                            | 0.26                 | 0.13                 | 0.27                 | Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie                                   | 23 |  |  |
| 0.28                            | 0.30                 | 0.24                 | 0.28                 | Revêtements de plancher   | 24 |  |  |
| 0.20                            | 0.22                 | 0.15                 | 0.19                 | Tentures et housses   | 25 |  |  |
| 0.14                            | 0.23                 | 0.14                 | 0.24                 | Lampes, tableaux, miroirs, et autres articles d'ameublement pour la maison    | 26 |  |  |
| 0.38                            | 0.37                 | 0.34                 | 0.35                 | Meubles   | 27 |  |  |
| 0.52                            | 0.54                 | 0.51                 | 0.55                 | Gros appareils ménagers   | 28 |  |  |
| 0.26                            | 0.49                 | 0.24                 | 0.44                 | Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)         | 29 |  |  |
| 0.20                            | 0.38                 | 0.21                 | 0.36                 | Articles de ménage et petits appareils électriques                            | 30 |  |  |
| 0.20                            | 0.29                 | 0.16                 | 0.23                 | Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.                                 | 31 |  |  |
| ...                             | ...                  | ...                  | ...                  | Matériel de plomberie, chauffage et construction                              | 32 |  |  |
| 0.15                            | 0.37                 | 0.14                 | 0.36                 | Bijouterie  | 33 |  |  |
| 0.32                            | 0.64                 | 0.30                 | 0.60                 | Jouets et jeux  | 34 |  |  |
| 0.13                            | 0.27                 | 0.09                 | 0.18                 | Équipements de sport et vêtements athlétiques                                 | 35 |  |  |
| 0.16                            | 0.35                 | 0.16                 | 0.34                 | Papeterie, livres et matériel de bureau                                       | 36 |  |  |
| 0.38                            | 0.39                 | 0.29                 | 0.24                 | Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures           | 37 |  |  |
| ...                             | ...                  | ...                  | ...                  | Repas et casse-croûtes  | 38 |  |  |
| ...                             | ...                  | ...                  | ...                  | Service, installation et travaux de réparation                                | 39 |  |  |
| 0.37                            | 0.63                 | 0.32                 | 0.58                 | Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers) <sup>1)</sup> | 40 |  |  |
| 0.24                            | 0.40                 | 0.23                 | 0.38                 | <b>TOTAL, TOUS LES RAYONS</b>   | 41 |  |  |

<sup>1)</sup> Voir note à la fin des tableaux.

Table 7.

## Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1994-1995

January-December

Tableau 7.

## Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1994-1995

Janvier-décembre

| No. | Department<br>Rayon   | Sales - Ventes    |                   | Change<br>1995/1994<br>Variation<br>1995/1994 |
|-----|---|-------------------|-------------------|---|
|     |   | 1994              | 1995              |   |
| 1   | Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles   | 109,677           | 99,079            | -9.7  |
| 2   | Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles  | 138,939           | 136,881           | -1.5  |
| 3   | Women's and misses' casual wear - Vêtements de sport pour dames et jeunes filles  | 1,048,752         | 1,041,308         | -0.7  |
| 4   | Nursery Equipment - Articles de chambres d'enfants  | 110,836           | 115,079           | 3.8   |
| 5   | Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants  | 433,080           | 472,476           | 9.1   |
| 6   | Girls' wear - Vêtements de fillettes  | 217,189           | 217,666           | 0.2   |
| 7   | Lingerie and Women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames   | 237,662           | 249,099           | 4.8   |
| 8   | Intimate apparel - Sous-vêtements   | 273,974           | 275,737           | 0.6   |
| 9   | Athletic footwear - Chaussures athlétiques  | 139,703           | 145,508           | 4.2   |
| 10  | Women's hosiery - Bas pour dames  | 174,345           | 188,125           | 7.9   |
| 11  | Women's accessories - Articles de parure pour dames   | 198,059           | 199,178           | 0.6   |
| 12  | Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants                                   | 305,552           | 316,573           | 3.6   |
| 13  | Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes  | 216,772           | 242,816           | 12.0  |
| 14  | Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes  | 979,562           | 1,020,963         | 4.2   |
| 15  | Boy's clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons   | 195,049           | 204,959           | 5.1   |
| 16  | Men's and boy's footwear - Chaussures pour hommes et garçons  | 168,318           | 171,915           | 2.1   |
| 17  | Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes   | 446,649           | 527,260           | 18.0  |
| 18  | Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques                                | 1,073,501         | 1,238,549         | 15.4  |
| 19  | Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques  | 113,909           | 102,292           | -10.2   |
| 20  | Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce  | 133,732           | 161,279           | 20.6  |
| 21  | Linen - Linges de maison  | 556,060           | 554,825           | -0.2  |
| 22  | Luggage - Bagages   | 53,267            | 53,534            | 0.5   |
| 23  | China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie  | 179,835           | 182,801           | 1.6   |
| 24  | Floor coverings - Revêtements de plancher   | 132,791           | 115,126           | -13.3   |
| 25  | Draperies and furniture coverings - Tentures et housses   | 136,676           | 117,485           | -14.0   |
| 26  | Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'aménagement pour la maison             | 94,168            | 93,214            | -1.0  |
| 27  | Furniture - Meubles   | 497,550           | 432,672           | -13.0   |
| 28  | Major appliances - Gros appareils ménagers  | 477,215           | 448,299           | -6.1  |
| 29  | Home entertainment equipment (T.V., stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)               | 660,741           | 729,144           | 10.4  |
| 30  | Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques   | 591,493           | 667,663           | 12.9  |
| 31  | Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.  | 413,384           | 426,735           | 3.2   |
| 32  | Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction   | ...               | ...               | ...   |
| 33  | Jewellery - Bijouterie  | 260,613           | 270,619           | 3.8   |
| 34  | Toys and games - Jouets et jeux   | 502,292           | 579,119           | 15.3  |
| 35  | Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques   | 292,371           | 313,325           | 7.2   |
| 36  | Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau  | 356,144           | 377,122           | 5.9   |
| 37  | Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures                     | 173,260           | 204,962           | 18.3  |
| 38  | Meals and lunches - Repas et casse-croûtes  | 220,944           | 230,128           | 4.2   |
| 39  | Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'œuvre)                 | 275,677           | 278,031           | 0.9   |
| 40  | All other departments (includes gifts and seasonal) <sup>1</sup> - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers) <sup>1</sup> | 709,215           | 722,081           | 1.8   |
| 41  | <b>ALL DEPARTMENTS - TOTAL- TOUS LES RAYONS</b>   | <b>13,298,958</b> | <b>13,923,627</b> | <b>4.7</b>                                    |

<sup>1</sup> See footnote at end of tables - Voir note à la fin des tableaux.

Table 8.

**Department Store Monthly Inventories,  
Unadjusted, by Department, Canada, 1994-1995**

| No. | Department<br>Rayon   | Unadjusted - Non-désaisonnalisés |                  |                  |                  |                         |                       |
|-----|---|----------------------------------|------------------|------------------|------------------|-------------------------|-----------------------|
|     |   | 1994                             |                  | 1995             |                  | Change - Variation      |                       |
|     |   | November                         | December         | November         | December         | Dec. 1995/<br>Nov. 1995 | December<br>1995/1994 |
|     |   | Novembre                         | Décembre         | Novembre         | Décembre         | Déc. 1995/<br>nov. 1995 | Décembre<br>1995/1994 |
|     |   | \$'000                           |                  |                  |                  |                         |                       |
|     |   |                                  |                  |                  |                  |                         | %                     |
| 1   | Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles   | 45,754                           | 34,551           | 40,785           | 29,889           | -26.7                   | -13.5                 |
| 2   | Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles  | 72,662                           | 49,997           | 64,411           | 42,519           | -34.0                   | -15.0                 |
| 3   | Women's and misses' casual wear - Vêtements de sport pour dames et jeunes filles  | 450,753                          | 330,929          | 450,695          | 304,215          | -32.5                   | -8.1                  |
| 4   | Nursery Equipment - Articles de chambres d'enfants  | 34,640                           | 33,948           | 40,981           | 39,692           | -3.1                    | 16.9                  |
| 5   | Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants  | 179,186                          | 128,283          | 198,831          | 139,132          | -30.0                   | 8.5                   |
| 6   | Girls' wear - Vêtements de fillettes  | 82,542                           | 52,517           | 90,481           | 58,700           | -35.1                   | 11.8                  |
| 7   | Lingerie and Women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames   | 126,932                          | 70,831           | 140,904          | 87,158           | -38.1                   | 23.1                  |
| 8   | Intimate apparel - Sous-vêtements   | 146,638                          | 143,224          | 143,542          | 135,439          | -5.6                    | -5.4                  |
| 9   | Athletic footwear - Chaussures athlétiques  | 79,512                           | 70,444           | 95,017           | 77,196           | -18.8                   | 9.6                   |
| 10  | Women's hosiery - Bas pour dames  | 84,680                           | 70,849           | 92,909           | 78,221           | -15.8                   | 10.4                  |
| 11  | Women's accessories - Articles de parure pour dames   | 125,315                          | 80,806           | 123,475          | 75,913           | -38.5                   | -6.1                  |
| 12  | Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants                                   | 167,390                          | 138,399          | 191,841          | 150,283          | -21.7                   | 8.6                   |
| 13  | Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes  | 122,308                          | 79,421           | 143,073          | 91,707           | -35.9                   | 15.5                  |
| 14  | Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes  | 535,565                          | 346,660          | 532,452          | 331,114          | -37.8                   | -4.5                  |
| 15  | Boy's clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons   | 85,644                           | 56,423           | 98,894           | 67,115           | -32.1                   | 18.9                  |
| 16  | Men's and boy's footwear - Chaussures pour hommes et garçons  | 96,119                           | 79,677           | 107,820          | 81,485           | -24.4                   | 2.3                   |
| 17  | Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes   | 113,933                          | 62,447           | 141,109          | 83,191           | -41.0                   | 33.2                  |
| 18  | Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques                                | 528,742                          | 413,765          | 591,217          | 498,948          | -15.6                   | 20.6                  |
| 19  | Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques  | 63,452                           | 55,718           | 49,977           | 40,528           | -18.9                   | -27.3                 |
| 20  | Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce  | 63,215                           | 63,142           | 112,279          | 108,430          | -3.4                    | 71.7                  |
| 21  | Linen - Linges de maison  | 344,516                          | 327,089          | 329,286          | 323,048          | -1.9                    | -1.2                  |
| 22  | Luggage - Bagages   | 36,368                           | 28,504           | 28,782           | 23,552           | -18.2                   | -17.4                 |
| 23  | China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie  | 165,406                          | 139,684          | 148,260          | 127,342          | -14.1                   | -8.8                  |
| 24  | Floor coverings - Revêtements de plancher   | 45,685                           | 42,320           | 51,975           | 50,417           | -3.0                    | 19.1                  |
| 25  | Draperies and furniture coverings - Tentures et housses   | 65,395                           | 66,670           | 73,929           | 70,192           | -5.1                    | 5.3                   |
| 26  | Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison             | 59,142                           | 53,855           | 63,783           | 48,010           | -24.7                   | -10.9                 |
| 27  | Furniture - Meubles   | 119,019                          | 119,241          | 118,428          | 110,998          | -6.3                    | -6.9                  |
| 28  | Major appliances - Gros appareils ménagers  | 92,203                           | 93,071           | 78,779           | 74,035           | -6.0                    | -20.5                 |
| 29  | Home entertainment equipment (T.V., stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)               | 342,767                          | 286,250          | 397,786          | 332,900          | -16.3                   | 16.3                  |
| 30  | Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques   | 292,906                          | 247,644          | 353,507          | 288,927          | -18.3                   | 16.7                  |
| 31  | Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.  | 208,419                          | 171,491          | 246,166          | 218,004          | -11.4                   | 27.1                  |
| 32  | Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction   | ...                              | ...              | ...              | ...              | ...                     | ...                   |
| 33  | Jewellery - Bijouterie  | 212,026                          | 155,833          | 229,957          | 177,931          | -22.6                   | 14.2                  |
| 34  | Toys and games - Jouets et jeux   | 303,541                          | 190,684          | 372,534          | 205,268          | -44.9                   | 7.6                   |
| 35  | Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques   | 166,507                          | 138,286          | 252,670          | 204,811          | -18.9                   | 48.1                  |
| 36  | Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau  | 230,712                          | 185,196          | 249,218          | 193,595          | -22.3                   | 4.5                   |
| 37  | Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures                     | 56,526                           | 53,478           | 96,882           | 92,978           | -4.0                    | 73.9                  |
| 38  | Meals and lunches - Repas et casse-croûtes  | ...                              | ...              | ...              | ...              | ...                     | ...                   |
| 39  | Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'œuvre)                 | ...                              | ...              | ...              | ...              | ...                     | ...                   |
| 40  | All other departments (includes gifts and seasonal) <sup>1</sup> - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers) <sup>1</sup> | 211,777                          | 128,004          | 252,594          | 148,207          | -41.3                   | 15.8                  |
| 41  | <b>ALL DEPARTMENTS - TOTAL- TOUS LES RAYONS</b>   | <b>6,157,898</b>                 | <b>4,789,334</b> | <b>6,795,231</b> | <b>5,211,092</b> | <b>-23.3</b>            | <b>8.8</b>            |

See footnotes at end of tables - Voir note à la fin des tableaux

Tableau 8.

**Stocks mensuels des grands magasins, non-désaisonnalisés par rayon, Canada, 1994-1995**

Table 9.

**Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1993 to 1995**

Tableau 9.

**Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1993 à 1995**

| Period<br>Période     | Department stores |              |                  |              |                  |            |              |
|-----------------------|-------------------|--------------|------------------|--------------|------------------|------------|--------------|
|                       |                   |              | Grands magasins  |              |                  |            |              |
|                       | Total             |              | Major            |              | Discount         |            |              |
|                       | Sales<br>Ventes   | Distribution | Sales<br>Ventes  | Distribution | Sales<br>Ventes  | D'escoptes | Distribution |
|                       | \$'000            | %            | \$'000           | %            | \$'000           |            | %            |
| <b>1993</b>           |                   |              |                  |              |                  |            |              |
| January - Janvier     | 710,598           | 100.0        | 398,049          | 56.0         | 312,549          |            | 44.0         |
| February - Février    | 690,785           | 100.0        | 371,055          | 53.7         | 319,731          |            | 46.3         |
| March - Mars          | 865,137           | 100.0        | 463,000          | 53.5         | 402,137          |            | 46.5         |
| April - Avril         | 1,002,578         | 100.0        | 511,231          | 51.0         | 491,347          |            | 49.0         |
| May - Mai             | 1,039,352         | 100.0        | 541,898          | 52.1         | 497,453          |            | 47.9         |
| June - Juin           | 997,228           | 100.0        | 535,245          | 53.7         | 461,983          |            | 46.3         |
| July - Juillet        | 941,655           | 100.0        | 496,894          | 52.8         | 444,761          |            | 47.2         |
| August - Août         | 973,888           | 100.0        | 522,791          | 53.7         | 451,097          |            | 46.3         |
| September - Septembre | 1,042,437         | 100.0        | 572,754          | 54.9         | 469,683          |            | 45.1         |
| October - Octobre     | 1,111,524         | 100.0        | 590,379          | 53.1         | 521,145          |            | 46.9         |
| November - Novembre   | 1,344,676         | 100.0        | 723,247          | 53.8         | 621,429          |            | 46.2         |
| December - Décembre   | 2,074,038         | 100.0        | 1,111,255        | 53.6         | 962,782          |            | 46.4         |
| <b>Year - Année</b>   | <b>12,793,896</b> | <b>100.0</b> | <b>6,837,799</b> | <b>53.4</b>  | <b>5,956,097</b> |            | <b>46.6</b>  |
| <b>1994</b>           |                   |              |                  |              |                  |            |              |
| January - Janvier     | 666,161           | 100.0        | 365,789          | 54.9         | 300,371          |            | 45.1         |
| February - Février    | 752,560           | 100.0        | 359,954          | 47.8         | 392,606          |            | 52.2         |
| March - Mars          | 967,582           | 100.0        | 501,359          | 51.8         | 466,222          |            | 48.2         |
| April - Avril         | 999,691           | 100.0        | 509,510          | 51.0         | 490,180          |            | 49.0         |
| May - Mai             | 1,022,975         | 100.0        | 528,222          | 51.6         | 494,753          |            | 48.4         |
| June - Juin           | 1,067,381         | 100.0        | 551,505          | 51.7         | 515,876          |            | 48.3         |
| July - Juillet        | 945,816           | 100.0        | 473,305          | 50.0         | 472,511          |            | 50.0         |
| August - Août         | 1,087,707         | 100.0        | 547,295          | 50.3         | 540,412          |            | 49.7         |
| September - Septembre | 1,014,377         | 100.0        | 541,113          | 53.3         | 473,264          |            | 46.7         |
| October - Octobre     | 1,149,620         | 100.0        | 591,874          | 51.5         | 557,746          |            | 48.5         |
| November - Novembre   | 1,435,457         | 100.0        | 709,684          | 49.4         | 725,773          |            | 50.6         |
| December - Décembre   | 2,189,631         | 100.0        | 1,084,301        | 49.5         | 1,105,330        |            | 50.5         |
| <b>Year - Année</b>   | <b>13,298,958</b> | <b>100.0</b> | <b>6,763,913</b> | <b>50.9</b>  | <b>6,535,045</b> |            | <b>49.1</b>  |
| <b>1995</b>           |                   |              |                  |              |                  |            |              |
| January - Janvier     | 714,635           | 100.0        | 351,313          | 49.2         | 363,322          |            | 50.8         |
| February - Février    | 722,854           | 100.0        | 343,025          | 47.5         | 379,828          |            | 52.5         |
| March - Mars          | 953,009           | 100.0        | 451,883          | 47.4         | 501,126          |            | 52.6         |
| April - Avril         | 1,043,974         | 100.0        | 481,272          | 46.1         | 562,701          |            | 53.9         |
| May - Mai             | 1,110,195         | 100.0        | 522,695          | 47.1         | 587,500          |            | 52.9         |
| June - Juin           | 1,142,457         | 100.0        | 533,117          | 46.7         | 609,340          |            | 53.3         |
| July - Juillet        | 1,002,857         | 100.0        | 458,189          | 45.7         | 544,667          |            | 54.3         |
| August - Août         | 1,137,864         | 100.0        | 518,619          | 45.6         | 619,245          |            | 54.4         |
| September - Septembre | 1,118,589         | 100.0        | 543,468          | 48.6         | 575,122          |            | 51.4         |
| October - Octobre     | 1,176,277         | 100.0        | 536,886          | 45.6         | 639,390          |            | 54.4         |
| November - Novembre   | 1,536,861         | 100.0        | 693,118          | 45.1         | 843,744          |            | 54.9         |
| December - Décembre   | 2,264,056         | 100.0        | 1,080,001        | 47.7         | 1,184,055        |            | 52.3         |
| <b>Year - Année</b>   | <b>13,923,627</b> | <b>100.0</b> | <b>6,513,587</b> | <b>46.8</b>  | <b>7,410,041</b> |            | <b>53.2</b>  |

Table 10.

**Department Store Monthly Inventories,  
Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1992  
to 1995**

| Period<br>Période     | Unadjusted            |   | Seasonally adjusted   |   |
|-----------------------|-----------------------|---|-----------------------|---|
|                       | Non-désaisonnalisées  |   | Désaisonnalisées      |   |
|                       | Inventories<br>Stocks | Year/year change<br>Variation année/année | Inventories<br>Stocks | Month/month change<br>Variation mois/mois |
|                       | \$'000                | %   | \$'000                | %   |
| <b>1992</b>           |                       |   |                       |   |
| January - Janvier     | 4,442,865             | 15.0                                      | 5,276,678             | --  |
| February - Février    | 4,771,521             | 10.3                                      | 5,184,760             | -1.7                                      |
| March - Mars          | 5,135,421             | 7.0                                       | 5,170,705             | -0.3                                      |
| April - Avril         | 5,283,806             | 4.6                                       | 5,180,218             | 0.2                                       |
| May - Mai             | 5,207,063             | 3.4                                       | 5,207,193             | 0.5                                       |
| June - Juin           | 4,888,641             | 2.9                                       | 5,200,373             | -0.1                                      |
| July - Juillet        | 4,913,185             | 2.7                                       | 5,191,022             | -0.2                                      |
| August - Août         | 5,024,887             | -1.5                                      | 5,068,459             | -2.4                                      |
| September - Septembre | 5,314,625             | -3.1                                      | 5,021,692             | -0.9                                      |
| October - Octobre     | 5,908,544             | -2.2                                      | 5,045,276             | 0.5                                       |
| November - Novembre   | 6,047,734             | -2.3                                      | 5,022,865             | -0.4                                      |
| December - Décembre   | 4,782,812             | -1.5                                      | 5,141,855             | 2.4                                       |
| <b>1993</b>           |                       |   |                       |   |
| January - Janvier     | 4,182,391             | -5.9                                      | 4,946,912             | -3.8                                      |
| February - Février    | 4,605,518             | -3.5                                      | 4,986,462             | 0.8                                       |
| March - Mars          | 5,052,298             | -1.6                                      | 5,083,233             | 1.9                                       |
| April - Avril         | 5,176,756             | -2.0                                      | 5,101,019             | 0.3                                       |
| May - Mai             | 5,076,626             | -2.5                                      | 5,108,229             | 0.1                                       |
| June - Juin           | 4,780,244             | -2.2                                      | 5,110,779             | --  |
| July - Juillet        | 4,784,816             | -2.6                                      | 5,095,597             | -0.3                                      |
| August - Août         | 4,986,933             | -0.8                                      | 5,046,901             | -1.0                                      |
| September - Septembre | 5,361,775             | 0.9                                       | 5,099,219             | 1.0                                       |
| October - Octobre     | 5,996,828             | 1.5                                       | 5,145,543             | 0.9                                       |
| November - Novembre   | 6,210,662             | 2.7                                       | 5,146,338             | --  |
| December - Décembre   | 4,821,414             | 0.8                                       | 5,166,024             | 0.4                                       |
| <b>1994</b>           |                       |   |                       |   |
| January - Janvier     | 4,397,082             | 5.1                                       | 5,186,805             | 0.4                                       |
| February - Février    | 4,801,254             | 4.3                                       | 5,174,491             | -0.2                                      |
| March - Mars          | 5,300,636             | 4.9                                       | 5,309,756             | 2.6                                       |
| April - Avril         | 4,877,944             | -5.8                                      | 4,812,190             | -9.4                                      |
| May - Mai             | 4,831,451             | -4.8                                      | 4,868,917             | 1.2                                       |
| June - Juin           | 4,496,015             | -5.9                                      | 4,807,272             | -1.3                                      |
| July - Juillet        | 4,580,603             | -4.3                                      | 4,884,882             | 1.6                                       |
| August - Août         | 4,865,971             | -2.4                                      | 4,916,774             | 0.7                                       |
| September - Septembre | 5,149,768             | -4.0                                      | 4,896,060             | --  |
| October - Octobre     | 5,695,725             | -5.0                                      | 4,886,209             | -0.2                                      |
| November - Novembre   | 6,157,898             | -0.8                                      | 5,082,646             | --  |
| December - Décembre   | 4,789,334             | -0.7                                      | 5,117,673             | 0.7                                       |
| <b>1995</b>           |                       |   |                       |   |
| January - Janvier     | 4,502,072             | 2.4                                       | 5,299,880             | 3.6                                       |
| February - Février    | 4,875,118             | 1.5                                       | 5,241,390             | -1.1                                      |
| March - Mars          | 5,246,065             | -1.0                                      | 5,248,185             | 0.1                                       |
| April - Avril         | 5,347,295             | 9.6                                       | 5,300,285             | 1.0                                       |
| May - Mai             | 5,325,050             | 10.2                                      | 5,398,711             | 1.9                                       |
| June - Juin           | 5,118,415             | 13.8                                      | 5,502,890             | 1.9                                       |
| July - Juillet        | 5,141,772             | 12.3                                      | 5,512,925             | 0.2                                       |
| August - Août         | 5,587,846             | 14.8                                      | 5,658,837             | 2.6                                       |
| September - Septembre | 6,079,358             | 18.1                                      | 5,794,196             | 2.4                                       |
| October - Octobre     | 6,574,355             | 15.4                                      | 5,659,832             | -2.3                                      |
| November - Novembre   | 6,795,231             | 10.3                                      | 5,611,351             | -0.9                                      |
| December - Décembre   | 5,211,092             | 8.8                                       | 5,575,182             | -0.6                                      |

Tableau 10.

**Stocks mensuels des grands magasins, non-désaisonnalisés  
et désaisonnalisés, Canada, 1992 à 1995**

Tableau 11.

**Department Store Monthly Sales, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1992 to 1995**

Tableau 11.

**Ventes mensuelles des grands magasins, non-désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1992 à 1995**

| Period<br>Période     | Unadjusted           |   | Seasonally adjusted |   |
|-----------------------|----------------------|---|---------------------|---|
|                       | Non-désaisonnalisées |   | Désaisonnalisées    |   |
|                       | Sales<br>Ventes      | Year/year change<br>Variation année/année | Sales<br>Ventes     | Month/month change<br>Variation mois/mois |
|                       | \$'000               | %   | \$'000              | %   |
| <b>1992</b>           |                      |   |                     |   |
| January - Janvier     | 689,021              | 2.0                                       | 1,043,240           | -4.1                                      |
| February - Février    | 745,693              | 5.8                                       | 1,090,256           | 4.5                                       |
| March - Mars          | 851,128              | -7.2                                      | 1,068,942           | -2.0                                      |
| April - Avril         | 1,019,755            | 6.6                                       | 1,091,562           | 2.1                                       |
| May - Mai             | 1,055,497            | -2.8                                      | 1,084,277           | -0.7                                      |
| June - Juin           | 1,011,524            | -2.0                                      | 1,086,793           | 0.2                                       |
| July - Juillet        | 970,347              | 3.9                                       | 1,104,371           | 1.6                                       |
| August - Août         | 1,040,038            | -3.1                                      | 1,096,241           | -0.7                                      |
| September - Septembre | 1,045,815            | 4.4                                       | 1,094,843           | -0.1                                      |
| October - Octobre     | 1,144,955            | 4.3                                       | 1,090,140           | -0.4                                      |
| November - Novembre   | 1,356,262            | -4.5                                      | 1,079,026           | -1.0                                      |
| December - Décembre   | 2,081,821            | 3.4                                       | 1,082,160           | 0.3                                       |
| <b>1993</b>           |                      |   |                     |   |
| January - Janvier     | 710,598              | 3.1                                       | 1,088,298           | 0.6                                       |
| February - Février    | 690,785              | -7.4                                      | 1,064,577           | -2.2                                      |
| March - Mars          | 865,137              | 1.6                                       | 1,059,210           | -0.5                                      |
| April - Avril         | 1,002,578            | -1.7                                      | 1,077,821           | 1.8                                       |
| May - Mai             | 1,039,352            | -1.5                                      | 1,066,781           | -1.0                                      |
| June - Juin           | 997,228              | -1.4                                      | 1,047,617           | -1.8                                      |
| July - Juillet        | 941,655              | -3.0                                      | 1,058,289           | 1.0                                       |
| August - Août         | 973,888              | -6.4                                      | 1,049,306           | -0.8                                      |
| September - Septembre | 1,042,437            | -0.3                                      | 1,071,438           | 2.1                                       |
| October - Octobre     | 1,111,524            | -2.9                                      | 1,074,518           | 0.3                                       |
| November - Novembre   | 1,344,676            | -0.9                                      | 1,064,536           | -0.9                                      |
| December - Décembre   | 2,074,038            | -0.4                                      | 1,071,499           | 0.7                                       |
| <b>1994</b>           |                      |   |                     |   |
| January - Janvier     | 666,161              | -6.3                                      | 1,023,785           | -4.5                                      |
| February - Février    | 752,560              | 8.9                                       | 1,161,142           | 13.4                                      |
| March - Mars          | 967,582              | 11.8                                      | 1,158,662           | -0.2                                      |
| April - Avril         | 999,691              | -0.3                                      | 1,080,448           | -6.8                                      |
| May - Mai             | 1,022,975            | -1.6                                      | 1,090,611           | 0.9                                       |
| June - Juin           | 1,067,381            | 7.0                                       | 1,099,901           | 0.9                                       |
| July - Juillet        | 945,816              | 0.4                                       | 1,098,514           | -0.1                                      |
| August - Août         | 1,087,707            | 11.7                                      | 1,148,743           | 4.6                                       |
| September - Septembre | 1,014,377            | -2.7                                      | 1,068,661           | -7.0                                      |
| October - Octobre     | 1,149,620            | 3.4                                       | 1,117,774           | 4.6                                       |
| November - Novembre   | 1,435,457            | 6.8                                       | 1,125,543           | 0.7                                       |
| December - Décembre   | 2,189,631            | 5.6                                       | 1,125,168           | --  |
| <b>1995</b>           |                      |   |                     |   |
| January - Janvier     | 714,635              | 7.3                                       | 1,133,279           | 0.7                                       |
| February - Février    | 722,854              | -3.9                                      | 1,119,211           | -1.2                                      |
| March - Mars          | 953,009              | -1.5                                      | 1,138,206           | 1.7                                       |
| April - Avril         | 1,043,974            | 4.4                                       | 1,138,253           | --  |
| May - Mai             | 1,110,195            | 8.5                                       | 1,156,263           | 1.6                                       |
| June - Juin           | 1,142,457            | 7.0                                       | 1,181,039           | 2.1                                       |
| July - Juillet        | 1,002,857            | 6.0                                       | 1,168,209           | -1.1                                      |
| August - Août         | 1,137,864            | 4.6                                       | 1,179,070           | 0.9                                       |
| September - Septembre | 1,118,589            | 10.3                                      | 1,170,657           | -0.7                                      |
| October - Octobre     | 1,176,277            | 2.3                                       | 1,174,538           | 0.3                                       |
| November - Novembre   | 1,536,861            | 7.1                                       | 1,179,594           | 0.4                                       |
| December - Décembre   | 2,264,056            | 3.4                                       | 1,185,302           | 0.5                                       |

Table 12.

**Department Stores' Month-end Accounts Receivable<sup>3</sup>, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1993 to 1995**

| Month<br>Mois                                | 1993      | 1994      | 1995      | Change from<br>previous month                 | Change<br>1995/1994    |
|--|-----------|-----------|-----------|---|------------------------|
|  |           |           |           | Variation par<br>rapport au mois<br>précédent | Variation<br>1995/1994 |
| \$'000                                       |           |           |           |   |                        |
| <b>Unadjusted - Non-désaisonnalisés</b>      |           |           |           | %   |                        |
| January - Janvier                            | 2,644,674 | 2,927,773 | 3,552,850 | -3.1  | 21.3                   |
| February - Février                           | 2,356,913 | 2,828,717 | 3,212,234 | -9.6  | 13.6                   |
| March - Mars                                 | 2,306,111 | 2,848,809 | 3,149,391 | -2.0  | 10.6                   |
| April - Avril                                | 2,349,510 | 2,867,452 | 3,181,695 | 1.0   | 11.0                   |
| May - Mai                                    | 2,368,883 | 2,939,099 | 3,226,237 | 1.4   | 9.8                    |
| June - Juin                                  | 2,343,887 | 2,987,341 | 3,224,406 | -0.1  | 7.9                    |
| July - Juillet                               | 2,363,721 | 2,987,801 | 3,214,301 | -0.3  | 7.6                    |
| August - Août                                | 2,383,613 | 3,037,200 | 3,311,488 | 3.0   | 9.0                    |
| September - Septembre                        | 2,376,418 | 3,090,334 | 3,356,168 | 1.3   | 8.6                    |
| October - Octobre                            | 2,440,942 | 3,134,257 | 3,337,668 | -0.6  | 6.5                    |
| November - Novembre                          | 2,621,333 | 3,262,451 | 3,415,937 | 2.3   | 4.7                    |
| December - Décembre                          | 3,046,273 | 3,664,883 | 3,187,204 | -6.7  | -13.0                  |
| \$000'000                                    |           |           |           |   |                        |
| <b>Seasonally adjusted - Désaisonnalisés</b> |           |           |           |   |                        |
| January - Janvier                            | 2,508     | 2,774     | 3,369     | 3.8   | 21.4                   |
| February - Février                           | 2,443     | 2,914     | 3,297     | -2.1  | 13.1                   |
| March - Mars                                 | 2,422     | 2,977     | 3,279     | -0.6  | 10.1                   |
| April - Avril                                | 2,445     | 2,982     | 3,300     | 0.6   | 10.7                   |
| May - Mai                                    | 2,424     | 3,015     | 3,311     | 0.3   | 9.8                    |
| June - Juin                                  | 2,420     | 3,047     | 3,295     | -0.5  | 8.1                    |
| July - Juillet                               | 2,440     | 3,081     | 3,310     | 0.4   | 7.4                    |
| August - Août                                | 2,434     | 3,092     | 3,362     | 1.6   | 8.7                    |
| September - Septembre                        | 2,416     | 3,125     | 3,368     | 0.2   | 7.8                    |
| October - Octobre                            | 2,456     | 3,143     | 3,321     | -1.4  | 5.7                    |
| November - Novembre                          | 2,555     | 3,181     | 3,313     | -0.3  | 4.1                    |
| December - Décembre                          | 2,681     | 3,246     | 2,845     | -14.1   | -12.3                  |

<sup>1</sup> For reasons of confidentiality, sales from Department 32 are now included in Department 40.<sup>1</sup> Pour des raisons de confidentialité, les ventes du rayon 32 sont désormais incluses avec le rayon 40.<sup>2</sup> For reasons of confidentiality, the Yukon and N.W.T. are included with British Columbia.<sup>2</sup> Pour des raisons de confidentialité, le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest sont inclus dans la Colombie-Britannique.<sup>3</sup> Accounts receivable of department stores and the outstanding of acceptance companies which are associated exclusively with them.<sup>3</sup> Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

Tableau 12.

**Comptes à recevoir<sup>3</sup>, non-désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1993 à 1995**

## Appendix I

### I. DEFINITIONS

A "department store" is defined as a retail outlet that sells the following general lines of merchandise:

family clothing and apparel - at least six commodity lines in this group, comprising at least 20% of the outlet's total sales;

furniture, appliances and home furnishings - at least four commodity lines in this group, comprising at least 10% of the outlet's total sales;

all other (miscellaneous) - at least three commodity lines in this group, comprising at least 10 % of the outlet's total sales;

A "discount" department store is defined as a retailing entity which sells the same wide range of goods that are sold in the more traditional "major" department stores (see department store definition) however, the lines of merchandise are generally considered to be sold at a discounted price.

### SCOPE OF SURVEY

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Industry Division, to be utilized. Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. Therefore, locations not meeting the department store definition are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure; for example, the catalogue sales activity of department store organizations are classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its concessions, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the market place as one structure, rather than as a number of smaller stores.

This monthly publication contains the latest results of

## Appendice I

### I. DEFINITIONS

On définit comme "grand magasin" tout point de vente au détail qui offre les catégories générales de marchandises indiquées ci-après:

habillement et vêtements pour la famille - ce groupe doit comporter au moins six catégories de produits et représenter un minimum de 20% du chiffre d'affaires du magasin;

meubles, appareils ménagers et articles d'ameublement - ce groupe doit comporter au moins quatre catégories de produits et représenter un minimum de 10% du chiffre d'affaires du magasin;

tous les autres articles (divers) - ce groupe doit comporter au moins trois catégories de marchandises et représenter un minimum de 10% du chiffre d'affaires du magasin;

Un grand magasin "d'escomptes" est défini comme étant un point de vente au détail qui offre la même vaste gamme d'articles que les grands magasins "traditionnels" (voir la définition d'un grand magasin) et qui, en général, vend ses gammes de produits à prix réduits.

### CHAMP DE L'ENQUÊTE

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division de l'industrie. En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les entreprises déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme faisant partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement unique et non comme un regroupement de petits magasins.

Cette publication mensuelle présente les derniers résultats de

the survey, including data for the two most recent months of the current year, and those for the corresponding months of the previous year, on the sales and stocks by department. Year-to-date figures are also presented for the sales.

Data on sales are also presented for each type of department store, by province and selected metropolitan area. Tabulations on market shares by type of department store for the current year and those for the two previous years, as well as, tabulations on market share of total retail trade held by department stores by province and selected metropolitan areas are also shown. This report also includes statistics on the number of locations, on the stock-sales and sales-stock ratios, and on the department stores' month-end accounts receivable. Finally, seasonally adjusted data are provided.

## II. DATA QUALITY AND METHODOLOGY

Data presented in this publication are compiled from monthly surveys of all Department Stores as defined by the 1980 Standard Industrial Classification (See list in appendix II).

The response rate for this survey is 100% and as a consequence no estimation is required and no bias resulting from non-response is introduced in these data.

The data published in this report are subject to a certain degree of error such as incorrect information from respondents or mistakes introduced during processing. Reasonable efforts are made to ensure these errors are kept within acceptable limits through careful questionnaire design, liaison with respondents, editing of data for inconsistencies and subsequent follow-up and quality control of manual processing operations. Historically, experience has indicated that the data rarely contains a serious error.

For more information about this survey or the Industry Division's statistical survey program in general, please contact the Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.  
Tel: (613) 951-9656.

## DATA CONFIDENTIALITY

Statistics Canada is prohibited by law from publishing any statistics which would divulge information relating to any identifiable business without the previous consent in writing of that business.<sup>1</sup> The disclosure of data likely to reveal specific information on the activity of a particular company is therefore systematically and rigorously controlled and regulated to prevent the publication or disclosure of any information deemed confidential. The rules regarding the confidentiality of parts of the results of merchandising surveys are therefore applied in such a way that no data are shown for cells (or statistical units) composed of fewer than three companies or of three or more if these are dominated by one or two companies. Then, in the publication itself, the information is withheld on this

l'enquête, incluant les données pour les deux plus récents mois de l'année courante, et celles pour les mois correspondants de l'année précédente sur les ventes et les stocks, par rayon. Les ventes cumulatives pour l'année y sont également rapportées.

Les données sur les ventes sont aussi présentées pour chaque genre de grand magasin, par province et selon certaines régions métropolitaines. Des totalisations sur les parts de marché par genre de grand magasin pour l'année courante et celles des deux années précédentes, ainsi que des totalisations sur les parts de marché détenues par les grands magasins par rapport à l'ensemble du commerce de détail par province et selon certaines régions métropolitaines paraissent également. De plus, des statistiques sur le nombre de points de vente, sur les ratios stocks-ventes et ventes-stocks, ainsi que sur les comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois y sont rapportées. Finalement, des données désaisonnalisées sont présentées.

## II. QUALITÉ DES DONNÉES ET MÉTHODOLOGIE

Les données présentées dans cette publication proviennent d'enquêtes mensuelles réalisées sur tous les grands magasins tel que définit par la classification type des industries 1980 (voir liste dans l'appendice II).

Le taux de réponse est de 100% pour cette enquête et, par conséquent, il n'est pas nécessaire de faire d'estimation. Les résultats ne souffrent donc pas du biais qu'entraîneraient des cas de non-réponse.

Dans une certaine mesure, les données diffusées ne sont pas exemptes d'erreurs attribuables en l'occurrence, aux renseignements incorrects transmis par les répondants ou aux erreurs commises à l'étape du traitement. Nous nous efforçons de faire en sorte que ces erreurs ne dépassent pas certaines limites acceptables en concevant avec soin le questionnaire, en assurant la liaison avec les principaux répondants, en vérifiant les données pour en déceler les incohérences et, par la suite, en procédant au suivi et au contrôle de la qualité des opérations de traitement manuel. Il est rare que les données renferment de graves erreurs.

Pour obtenir plus d'information sur cette enquête ou sur le programme d'enquête statistique de la Division de l'industrie en général, communiquer avec la Section du commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6, tél: (613) 951-9656.

## CONFIDENTIALITÉ DES DONNÉES

La loi interdit à Statistique Canada de diffuser au grand public des données qui pourraient servir à identifier une entreprise ou certaines de ses caractéristiques, sans avoir obtenu au préalable l'autorisation écrite de cette dernière.<sup>1</sup> Ainsi, le dévoilement de données susceptibles de révéler des renseignements précis sur l'activité d'une entreprise particulière est systématiquement contrôlé suivant des dispositions strictes, de telle sorte qu'aucun renseignement jugé secret ne soit publié ou divulgué. L'application des règles sur le caractère secret d'une partie des résultats des enquêtes sur le commerce s'établit donc de manière à ce qu'aucune donnée ne soit révélée pour des cellules (ou unités statistiques) composées de moins de trois compagnies, ou encore de trois ou plus lorsque celles-ci sont dominées par une ou deux compagnies. Par la suite, l'information concernant ces cellules est dissimulée en inscrivant un "X" aux différents postes

designated cell by entering an "X" in the appropriate cell.

Another way of preserving data confidentiality without having to enter an "X" is to combine (consolidate) the information from selected regions (or selected cells) for the same item. The data in question can then simply be aggregated and published in a less detailed, but still confidential, form. For example, in many cases the data for the Northwest Territories and the Yukon are included with the British Columbia data.

The rigorous application of these rules preserves the confidentiality of the information and ultimately has little effect on the dissemination of merchandising survey results.

## SEASONAL ADJUSTMENT

Time series contain the elements essential to the description, explanation and forecasting of the behaviour of an economic phenomenon: "They are statistical records of the evolution of economic processes through time."<sup>2</sup> In using time series to observe economic activity, economists and statisticians have identified four characteristic behavioural components: the long-term movement or trend, the cycle, the seasonal (variations) and the irregular (fluctuations). These movements are caused by various economic, natural or institutional factors. The seasonal variations occur periodically on a more or less regular basis over the course of the year as a result of seasonal changes in weather, statutory holidays and other events which occur at fairly regular intervals and thus have a major impact on the rate of economic activity.

In the interest of accurately interpreting the fundamental evolution of an economic phenomenon and producing forecasts of superior quality, Statistics Canada uses the X-11-ARIMA seasonal adjustment method<sup>3</sup> to seasonally adjust its time series. The ARIMA part of this method minimizes the impact of seasonal variations on the series and essentially consists of adding one year of estimated data onto each end of the original series before it is seasonally adjusted. The estimated data are derived from forecasts and backcasts using ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average) models of the Box-Jenkins type.

## EXPLANATORY NOTES

**Total Sales** include sales of new and used merchandise and receipts from repairs, food serving and other service activities, less returns, adjustments and discounts. Non-operating revenues, bad debts recovered and sales taxes (provincial sales tax and Goods and Services Tax (GST) collected for remittance to a government agency are excluded.

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or

visés dans la publication.

Une autre façon de préserver le caractère confidentiel de l'information sans pour autant avoir à mettre des "X", consiste à grouper (consolider) pour certaines régions (ou certaines cellules) l'information d'un même poste. Il suffit alors d'agrégner les données visées et de les présenter sous une forme moins détaillée mais qui respecte la consigne de confidentialité. Par exemple dans bien des cas, les données relatives aux Territoires du Nord-Ouest et au Yukon sont incluses avec celles de la Colombie-Britannique.

Ainsi, par l'application rigoureuse de ces règles, le caractère privé de l'information est préservé et n'affecte que très marginalement en fin de compte la diffusion des résultats des enquêtes sur le commerce.

## DÉSAISONNALISATION

Les séries temporelles ou chronologiques comportent les éléments essentiels à la description, l'explication et la prévision du comportement d'un phénomène économique. "Ce sont des dossiers statistiques de l'évolution des processus économiques dans le temps".<sup>2</sup> L'observation par les économistes et les statisticiens de l'activité économique à l'aide des séries temporelles a donc permis de distinguer quatre composantes principales du comportement des séries temporelles: la tendance à long terme ou "trend", le mouvement cyclique, les variations saisonnières et les fluctuations irrégulières ou accidentelles. Ces mouvements sont causés par différents facteurs, soit économiques, naturels ou institutionnels. Les variations saisonnières sont les fluctuations périodiques plus ou moins régulières qui se produisent au cours d'une année en raison du cycle météorologique normal, des congés fixes et d'autres événements qui se répètent à intervalles avec une certaine régularité pour influencer de façon significative le taux d'activité.

Afin de favoriser l'interprétation exacte de l'évolution fondamentale d'un phénomène économique et de produire une meilleure prédition, Statistique Canada rajuste les séries temporelles au moyen de la méthode de désaisonnalisation X-11-ARMI<sup>3</sup> afin de justement minimiser l'impact des variations saisonnières sur les séries. La partie ARMMI de cette technique consiste essentiellement à ajouter une année de données estimées à chacune des deux extrémités de la série initiale avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Ces données estimées proviennent d'extrapolations prospectives et rétrospectives produites par des modèles ARMMI (modèles autorégressifs à moyennes mobiles intégrées) du type Box-Jenkins.

## NOTES EXPLICATIVES

**Les ventes totales** comprennent les ventes de marchandises neuves et d'occasion et les recettes provenant de réparations, de la vente de repas et d'autres activités de services, moins la valeur des rendus (marchandises retournées), les ajustements et les rabais. 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 variations des ventes en pourcentage** données dans la présente publication sont fondées sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elles tiennent compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont

ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The **inventories-sales ratios** are derived by dividing the dollar volume of inventories at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The **sales-inventories ratios** are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending inventories at selling value for the month.

**The metropolitan areas** are census metropolitan areas as defined by the 1981 Census.

**Revisions** to unadjusted department store sales and stocks are published annually at the end of the year in the **December issue** of this publication. Monthly **seasonally adjusted estimates** are revised one month after release. For example, the April seasonally adjusted estimate is revised and published in the May publication. In addition, monthly seasonally adjusted estimates for the latest four years of data are revised once a year and published in the December publication.

The measures of the **reliability** of the survey data with respect to the non-response error are presented in Text Table I.

## Note to Users

Department store sales estimates exclude the Goods and Services Tax (GST). Prior to January 1991, sales data includes the federal sales tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data for 1991 are not strictly comparable with those of previous years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in department store sales for 1990 is available for Canada. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial or trade group level.

<sup>1</sup> See Section 17 of the Statistics Act (Chapter 5-19), entitled "Secrecy".

<sup>2</sup> "A Note on the Seasonal adjustment of Economic Time Series," *Canadian Statistical Review*, August 1974.

<sup>3</sup> For further information see the **X-11-ARIMA/88 Seasonal Adjustment Method**, by Estelle Bee Dagum, Statistics Canada.

fermées; autrement dit, elles ne se limitent pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient **les ratios stocks-ventes** en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient **les ratios ventes-stocks** en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

**Les régions métropolitaines** correspondent aux régions métropolitaines du recensement de 1981.

Les **révisions** des données brutes des ventes et stocks des grands magasins sont publiées annuellement dans la publication du mois de décembre. Les données désaisonnalisées mensuelles préliminaires sont révisées le mois suivant dans le communiqué. Par exemple; les données désaisonnalisées d'avril seront révisées et publiées dans la publication de mai. En complément, les données désaisonnalisées mensuelles seront révisées une fois l'an pour l'année courante et les trois années antérieures et seront publiées dans l'édition de décembre.

Les mesures de la **fiabilité** des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse sont présentées dans le tableau explicatif I.

## Note aux utilisateurs

Les estimations des ventes des grands magasins excluent la taxe sur les produits et les services (TPS). 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 pour 1991 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années précédentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes pour 1990 est disponible pour le Canada. Cette estimation n'est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provinciale ou au niveau des groupes de commerce.

<sup>1</sup> Voir l'article 17, intitulé *Secret*, du chapitre 5-19 de la Loi sur la statistique.

<sup>2</sup> La désaisonnalisation des séries temporelles économiques: quelques remarques; tiré de la *Revue statistique du Canada*, août 1974.

<sup>3</sup> Pour de plus amples informations voir *La méthode de désaisonnalisation X-11-ARIMA/88*, par Estelle Bee Dagum, Statistique Canada.

**Appendix II****List of Department Store Organizations****Major Department Store Organizations**

Hudson's Bay Co., 401 Bay St., 10th Floor, Toronto,  
Ontario

Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario

The T. Eaton Co. Canada Ltd., 250 Yonge St. Toronto,  
Ontario

**Junior Department Store Organizations**

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton,  
Ontario

Zeller's Dept. Stores, 5100 De Maisonneuve Ouest,  
Montréal, Québec

Walmart Canada, 33 Adelaide St. W., 3rd Floor,  
Toronto, Ontario

**Appendice II****Liste des organisations de grands magasins****Organisations de grands magasins traditionnels**

Hudson's Bay Co., 401 Bay rue, 10 ième étage, Toronto  
(Ontario)

Sears Canada Inc., 222 rue Jarvis, Toronto (Ontario)

The T. Eaton Co. Canada Ltd., 250 rue Yonge, Toronto  
(Ontario)

**Organisations de grands magasins populaires**

K-Mart Canada Ltd., 8925 chemin Torbram, Brampton  
(Ontario)

Zeller's Dept. Stores, 5100 De Maisonneuve Ouest,  
Montréal (Québec)

Walmart Canada, 33 rue Adelaide Ouest, 3 ième étage, Toronto  
(Ontario)

**Text Table I.****Measures of Reliability, Department Stores, Canada, December 1995****Tableau explicatif I.****Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, décembre 1995**

|   | Response rate <sup>1</sup>       |   | Response fraction <sup>2</sup><br>Fraction de réponse <sup>2</sup> |  |
|---|----------------------------------|---|--|--|
|   | Taux de réponse <sup>1</sup>     |   |  |  |
|   | Survey units<br>Unités d'enquête | Organizational units<br>Unités organisationnelles |  |  |
| %   |                                  |   |  |  |
| Monthly sales total - Ventes mensuelles totales                     | 100.0                            | 100.0   | 100.0  |  |
| Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon           | ...                              | 100.0   | 100.0  |  |
| Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon            | ...                              | 100.0   | 100.0  |  |
| Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois | ...                              | 100.0   | 100.0  |  |

*The response rate is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication.*

*Le taux de réponse représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication.*

*The response fraction is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores.*

*La fraction de réponse est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés par les grands magasins.*

# Hire our team of researchers for \$56 a year

# Notre équipe de chercheurs est à votre service pour 56 \$ par année

**S**ubscribing to *Perspectives on Labour and Income* is like having a complete research department at your disposal. Solid facts. Unbiased analysis. Reliable statistics. But *Perspectives* is more than just facts and figures. It offers authoritative insights into complex labour and income issues, analyzing the statistics to bring you simple, clear summaries of labour market and income trends.

Our team of experts brings you the latest labour and income data. Each quarterly issue provides:

- topical articles on current labour and income trends
- more than 50 key labour and income indicators
- a review of ongoing research
- information on new surveys

As a special bonus, twice a year you will also receive *The Labour Market Review*, giving you timely analysis on labour market performance over the previous six months or year.

## And all for only \$56!

Thousands of Canadian professionals turn to *Perspectives* to discover emerging trends in labour and income and to stay up to date on the latest research findings. As a subscriber, you will get the inside story. We know you'll find *Perspectives* indispensable. GUARANTEED. If you aren't convinced after reading the first issue, we'll give you a FULL REFUND on all outstanding issues. Order your subscription to *Perspectives* today (Cat. No. 75-0010XPE).

## ORDER NOW!

For only \$56 (plus \$3.92 GST and applicable PST) you will receive the latest labour and income research (4 issues per year). Subscription rates are US\$68 for U.S. customers and US\$80 for customers in other countries. Fax your VISA or MasterCard order to: (613) 951-1584. Call toll free: 1-800-267-6677. Or mail to: Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management, 120 Parkdale Ave., Ottawa, Ontario K1A 0T6. Or contact your nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication. Via Internet: [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)



**S**'abonner à *L'emploi et le revenu en perspective*, c'est disposer d'une division entière de chercheurs à votre service. Des faits solides. Des analyses objectives. Des statistiques fiables.

La publication n'a pas que des faits et des chiffres. Elle offre également des analyses de fond sur des questions complexes touchant l'emploi et le revenu, de façon à fournir des indications claires et précises sur les

tendances actuelles du marché du travail et des revenus.

Notre équipe de spécialistes met à votre disposition des données récentes sur l'emploi et le revenu. Dans chacun des numéros trimestriels, vous trouverez :

- des articles de fond sur l'emploi et le revenu
- plus de 50 indicateurs clés de l'emploi et du revenu
- un aperçu de la recherche en cours
- de l'information sur les nouvelles enquêtes

En prime, vous recevrez le *Bilan du marché du travail* deux fois l'an. Vous disposerez ainsi d'une analyse à jour de la situation du marché du travail pour les six derniers mois ou la dernière année.

## Tout cela pour 56 \$ seulement!

Des milliers de professionnels au Canada consultent *Perspective* pour connaître les tendances de l'emploi et du revenu, ainsi que les plus récents résultats de recherche. Votre abonnement vous permettra de connaître tous les faits.

Nous savons que *L'emploi et le revenu en perspective* deviendra pour vous un outil indispensable. C'EST GARANTI. Si vous n'êtes pas satisfait après avoir lu le premier numéro, nous vous REMBOURSERONS le montant payé pour les numéros à venir. Abonnez-vous à *Perspective* (n° 75-0010XPF au cat.) dès aujourd'hui.

## ABONNEZ-VOUS DÈS MAINTENANT!

Pour 56 \$ seulement (plus 3.92 \$ de TPS et la TVP en vigueur en sus), vous recevrez les plus récentes recherches sur l'emploi et le revenu (quatre numéros par année). L'abonnement est de 68 \$ US aux États-Unis et de 80 \$ US dans les autres pays. Faites parvenir votre commande par télécopieur (VISA ou MasterCard) au (613) 951-1584, par téléphone (sans frais) au 1-800-267-6677, par courrier à Statistique Canada, Division des Opérations et de l'intégration, Direction de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6. Ou communiquez avec le Centre de consultation de Statistique Canada le plus près. (Voir la liste dans la présente publication). Via l'Internet: [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)





 **Identify Emerging Trends**

 **Define New Markets**

 **Pinpoint Profit Opportunities**

 **Dégagez les nouvelles tendances**

 **Définissez les nouveaux marchés**

 **Déterminez les possibilités de profit**

**1** 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](mailto:order@statcan.ca)



**12**

our 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](mailto:order@statcan.ca)

# Canada: A Portrait

## A Memorable Journey Through Canada

A book to captivate everyone, *Canada: A Portrait* is a compelling record in words and pictures of the excitement and diversity of present-day Canada. This all-new edition of Statistics Canada's proven bestseller features a striking full-colour dustjacket reproduction of Sweetgrass, the rich impressionistic painting by Canadian artist Frank Mayrs. Once you open its appealing cover, you will discover that *Canada: A Portrait* not only delights the eye, it stimulates the imagination. Each page is brimming with lively and intriguing facts, bringing to life the personality and charisma of Canada in a clear, easy-to-read and entertaining narrative.

### From the important to the whimsical...

*Canada: A Portrait* presents you with the perfect opportunity to explore Canada at your leisure with just the turn of a page. Investigate the diverse regions of Canada from Mount Logan in the Yukon to the St. John River in New Brunswick. Dive into the heartbeat of Canada's society: Who are we? Where do we live? What do we believe in? See how the economy is evolving and what makes it tick. Learn about the activities enjoyed by today's Canadians, such as opera and hockey and home computers. *Canada: A Portrait* offers a complete examination of this unique country and reflects many interesting perspectives.

### The Land, The People, The Society, Arts and Leisure, The Economy and Canada in the World

Six chapters provide a guided tour of both the physical and the human landscape of Canada. Each chapter is enriched with personal insights on "being Canadian," shared with you by such eminent people as Myriam Bédard, Gerhard Herzberg and Joe Schlesinger and is adorned with a gallery of imaginative pictorial images.

### Share the *Canada: A Portrait* experience with your family, friends and colleagues

Its charming format, rich design, intriguing content and attractive price make this a keepsake volume, ideal both to give and to receive.

*Canada: A Portrait* is available for only \$39.95 in Canada (plus GST, applicable PST and shipping and handling), US \$51.95 in the United States and US \$59.95 in other countries. 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 Regional Reference Centre listed in this publication. Call toll-free: 1-800-700-1033 and use your Visa and MasterCard or fax your order to (613) 951-1584.



56729007185

# Un portrait du Canada

## Un voyage mémorable à travers le Canada

*Un portrait du Canada* captivera tout le monde. C'est un recueil irrésistible, en mots et en images, de tout ce qui fait le dynamisme et la diversité du Canada d'aujourd'hui. Cette nouvelle édition de l'inégalable best-seller de Statistique Canada offre, sur la jaquette, un magnifique paysage impressionniste, intitulé Sweetgrass, de l'artiste canadien Frank Mayrs. Dès la première page, vous serez fasciné par la beauté des images et du texte et vous laisserez vagabonder votre imagination. Chaque page regorge de faits vivants et intrigants donnant vie au caractère et au magnétisme du Canada dans une langue claire, simple et prenante.

### De l'important au fantaisiste...

*Un portrait du Canada* vous permet de visiter le pays durant vos moments libres simplement en tournant les pages. Du mont Logan (Yukon) à la rivière Saint-Jean (Nouveau-Brunswick), tâchez le pouls des différentes régions du Canada. Fouillez au cœur même de la société canadienne : Qui sommes-nous? Où vivons-nous? Quelles sont nos croyances? Voyez comment l'économie évolue et pourquoi elle tourne. Découvrez les activités préférées des Canadiens d'aujourd'hui : de l'opéra au hockey jusqu'à l'ordinateur familial. *Un portrait du Canada* offre un examen complet de ce pays unique reflétant des perspectives intéressantes.

### Le territoire, La population, La société, Les arts et les loisirs, L'économie et Le Canada dans le monde

Un tour guidé du paysage physique et humain du Canada vous est offert en six chapitres, chacun est parsemé d'oeuvres pleines d'imagination et est enrichi d'un message personnel sur le fait «d'être Canadien». Ces messages sont partagés par d'éminents Canadiens tels que Myriam Bédard, Gerhard Herzberg et Joe Schlesinger.

### Partagez cette expérience avec votre famille, vos amis et vos collègues

Son format attrayant, son design riche, son contenu intriguant et son prix alléchant font d'*Un portrait du Canada* un cadeau idéal à donner ou à recevoir.

*Un portrait du Canada* est en vente à seulement 39,95 \$ au Canada (TPS, TVQ et frais de port et de manutention applicables en sus), 51,95 \$ US aux États-Unis et 59,95 \$ US dans les autres pays. Pour commander, écrivez à Statistique Canada, Division des opérations et de l'intégration, Direction de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6 ou communiquez avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près (la liste figure dans la présente publication). Ou encore, téléphonez sans frais au 1-800-700-1033 et portez les frais à votre compte VISA ou MasterCard ou télécopiez votre commande au (613) 951-1584.