

Catalogue no. 63-002-XPB

N° 63-002-XPB au catalogue



Department store sales and stocks

January 1996

Ventes et stocks des grands magasins

Janvier 1996



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

Data in many forms

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

How to obtain more information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to: Industry Division, Retail Trade Section, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone (613) 951-9656) or to the Statistics Canada Regional Reference Centre in:

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

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

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

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

How to order publications

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

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

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

Standards of service to the public

To maintain quality service to the public, Statistics Canada follows established standards covering statistical products and services, delivery of statistical information, cost-recovered services and 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 Internet, disque compact, disquette, imprimé d'ordinateur, microfiche et microfilm, et bande magnétique. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordino-lingue et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toute demande de renseignements au sujet de la présente publication ou au sujet de statistiques ou de services connexes doit être adressée à : Section du Commerce de détail, Division de l'Industrie, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (téléphone : (613) 951-9656) ou à l'un des centres de consultation régionaux de Statistique Canada :

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

Vous pouvez également visiter notre site sur le W3 : <http://www.statcan.ca>

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

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

Comment commander les publications

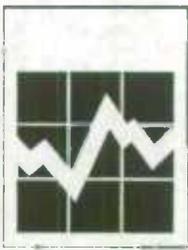
On peut se procurer les publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des centres de consultation régionaux de Statistique Canada, ou en écrivant à :

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

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

Normes de service au public

Afin de maintenir la qualité du service au public, Statistique Canada observe des normes établies en matière de produits et de services statistiques, de diffusion d'information statistique, de services à recouvrement des coûts et de services aux répondants. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.



Statistics Canada
Industry Division
Retail Trade Section

Department store sales and stocks

January 1996

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

Ventes et stocks des grands magasins

Janvier 1996

Published by authority of the Minister
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 1996

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

April 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. 61, No. 1
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'emmagasiner dans un système de recouvrement, sans l'autorisation écrite préalable des Services de concession des droits de licence, Division du marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Avril 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. 61, n° 1
Périodicité : mensuelle

ISSN 0380-7045

Ottawa

Note of appreciation

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

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

	Page
Highlights	5
For Further Reading	6
Table	
1. Department Store Monthly Sales, Unadjusted, by Department, Canada, 1994-1996	7
2. Major and Discount Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1994-1996	8
3. Major and Discount Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1994-1996	10
4. Number of Major and Discount Department Store Locations, by Province, 1994-1996	12
5. Number of Major and Discount Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1994-1996	12
6. Department Store Monthly Inventories-Sales and Sales-Inventories Ratios, by Department, Canada, 1994-1996	14
7. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1995-1996	16
8. Department Store Monthly Inventories, Unadjusted, by Department, Canada, 1995-1996	17
9. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1994 to 1996	18
10. Department Store Monthly Inventories, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1993 to 1996	19
11. Department Store Monthly Sales, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1993 to 1996	20

Table des matières

	Page
Faits saillants	5
Lectures suggérées	6
Tableau	
1. Ventes mensuelles des grands magasins, non-désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1994-1996	7
2. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et d'escomptes, par province, 1994-1996	8
3. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et d'escomptes, selon certaines régions métropolitaines, 1994-1996	10
4. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et d'escomptes, par province, 1994-1996	12
5. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et d'escomptes, selon certaines régions métropolitaines, 1994-1996	12
6. Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1994-1996	14
7. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1995-1996	16
8. Stocks mensuels des grands magasins non-désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1995-1996	17
9. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1994 à 1996	18
10. Stocks mensuels des grands magasins, non-désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1993 à 1996	19
11. Ventes mensuelles des grands magasins, non-désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1993 à 1996	20

Table of Contents - Concluded

12. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1994 to 1996	21
--	----

Appendix

I. Definitions	22
Scope of the Survey	22
Data Quality and Methodology	23
Data Confidentiality	23
Seasonal Adjustment	24
Explanatory Notes	24
II. List of Department Store Organizations	26

Text Table

I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada	27
---	----

Tables des matières - fin

12. Comptes à recevoir, non-désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1994 à 1996	21
--	----

Appendice

I. Définitions	22
Champ de l'enquête	22
Qualité des données et méthodologie	23
Confidentialité des données	23
Désaisonnalisation	24
Notes explicatives	24
II. Liste des organisations des grands magasins	26

Tableau explicatif

I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada	27
--	----

Highlights

January 1996

- Department store sales were little changed in January, falling a slight 0.2% to \$1,182.9 million (seasonally adjusted). This followed three consecutive monthly increases. Year-over-year sales rose 4.7%.
- The January 1996 unadjusted data showed a 6.8% year-over-year increase in department store sales. The difference in the year-over-year percentage changes between the seasonally adjusted and unadjusted data can be attributed to differences in the trading days. A weight for each day of the week is applied to the seasonally adjusted data. Compared with January 1995, January 1996 had one less Sunday and one extra Wednesday.
- Once again, consumers favoured discount stores in January. Sales in the discount stores rose 17.1% (unadjusted) from January 1995, whereas sales at major department stores fell 3.9%. The discounters' market share reached 56% in January, compared with 51% in January 1995.
- There were year-over-year sales increases in all provinces. New Brunswick's department stores reported the highest percentage change (+12.8%), followed by those in Quebec (+10.9%).

Faits saillants

Janvier 1996

- Les ventes des grands magasins ont très peu varié en janvier. En fait, elles ont légèrement diminué (-0,2%) pour atteindre 1 182,9 millions\$ (données désaisonnalisées), tout de suite après avoir enregistré trois hausses mensuelles consécutives. Comparativement à janvier 1995, il s'agit d'une augmentation de 4,7%, ce qui maintient le même taux de croissance que celui observé cette année-là.
- Les ventes (non désaisonnalisées) des grands magasins grimpent de 6,8% comparativement à l'an passé. La différence dans les pourcentages entre les données désaisonnalisées et non désaisonnalisées peut être attribuée aux différences dans les journées ouvrables. Dans le calcul des données désaisonnalisées, on attribue un poids différent à chaque jour. Par exemple, en janvier 1996, il y a un dimanche de moins et un mercredi de plus qu'en janvier 1995.
- En janvier, les consommateurs ont une fois de plus favorisé les grands magasins d'escomptes. Les ventes y font un bond de 17,1% (non désaisonnalisées) par rapport à janvier 1995, tandis que dans les grands magasins traditionnels, elles tombent de 3,9%. En conséquence, la part de marché des grands magasins d'escomptes atteint 56% en janvier 1996 comparativement à 51% en janvier 1995.
- Toutes les provinces enregistrent une augmentation des ventes, d'une année à l'autre. Le Nouveau-Brunswick et le Québec dominent avec respectivement 12,8% et 10,9%.

FOR FURTHER READING

Selected Statistics Canada Publications

LECTURES SUGGÉRÉESChoisies parmi les publications de
Statistique Canada

Title	Catalogue	Titre
<i>Retail Trade, Monthly, Bilingual.</i>	63-005-XPB	<i>Commerce de détail, mensuel, bilingue.</i>
<i>New Motor Vehicle Sales, Monthly, Bilingual.</i>	63-007-XPB	<i>Ventes de véhicules automobiles neufs, mensuel, bilingue.</i>
<i>Retail Chain and Department Stores, Annual, Bilingual.</i>	63-210-XPB	<i>Magasins de détail à succursales et les grands magasins, annuel, bilingue.</i>
<i>Vending Machine Operators, Annual, Bilingual.</i>	63-213-XPB	<i>Exploitants de distributeurs automatiques, annuel, bilingue.</i>
<i>Direct Selling in Canada, Annual, Bilingual.</i>	63-218-XPB	<i>La vente directe au Canada, annuel, bilingue.</i>
<i>Campus Bookstores, Annual, Bilingual.</i>	63-219-XPB	<i>Librairies de campus, annuel, bilingue.</i>
<i>Wholesaling and Retailing in Canada, Annual, Bilingual.</i>	63-236-XPB	<i>Les commerces de gros et de détail au Canada, annuel, bilingue.</i>

To order a publication, telephone (613) 951-7277 or fax (613) 951-1584 or internet: order@statcan.ca. Dial 1-800-267-6677 (Canada and United States) toll free. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Other Products and Services

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publish a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue No. 11-204-XPE, price Canada: \$15.00, United States: US\$18.00, and Other Countries: US\$21.00.

Pour commander une publication, communiquer par téléphone au (613) 951-7277 ou par télécopieur au (613) 951-1584 ou par internet: order@statcan.ca. Appeler sans frais. (Canada et États-Unis) au 1-800-267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation écrite pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.

Autres produits et services

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et sociale du Canada. On peut se procurer un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

N° 11-204-XPF au catalogue, prix Canada: 15 \$, États-Unis: 18 \$ US, et Autres pays: 21 \$ US.

Table 1.

Department Store Monthly Sales, Unadjusted, by Department, Canada, 1994-1996

Tableau 1.

Ventes mensuelles des grands magasins, non-désaisonnalisées par rayon, Canada, 1994-1996

No.	Department Rayon	Unadjusted - Non-désaisonnalisées				Change Variation January 1996/1995 Janvier 1996/1995
		1994	1995	1995	1996	
		December	January	December	January	
		Décembre	Janvier	Décembre	Janvier	
		\$'000				%
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	15,165	3,462	9,120	3,695	6.7
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	19,775	9,109	19,464	8,718	-4.3
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	125,365	44,430	129,625	43,552	-2.0
4	Nursery Equipment - Articles de chambres d'enfants	7,611	9,524	9,292	9,528	0.0
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	57,064	22,882	62,063	23,760	3.8
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	32,918	8,194	29,443	7,359	-10.2
7	Lingerie and Women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	53,044	11,540	52,980	12,129	5.1
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	34,048	14,428	34,576	15,153	5.0
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	11,056	5,663	10,183	5,255	-7.2
10	Women's hosiery - Bas pour dames	27,120	10,699	31,433	10,936	2.2
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	42,308	9,436	41,642	8,678	-8.0
12	Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	36,690	12,807	34,771	12,440	-2.9
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	39,352	11,765	45,922	11,861	0.8
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	211,267	37,732	212,919	39,991	6.0
15	Boy's clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	31,131	7,806	29,561	7,680	-1.6
16	Men's and boy's footwear - Chaussures pour hommes et garçons	24,551	7,907	22,693	7,528	-4.8
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	88,500	23,766	101,494	31,703	33.4
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	206,079	65,910	224,745	88,458	34.2
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	20,977	5,811	17,799	6,152	5.9
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	15,280	11,307	16,643	12,896	14.1
21	Linen - Linges de maison	71,760	39,825	72,114	41,091	3.2
22	Luggage - Bagages	8,552	2,593	8,145	2,476	-4.5
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	39,499	9,345	37,428	9,836	5.2
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	13,202	7,652	14,411	7,975	4.2
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	14,357	7,214	13,375	7,188	-0.4
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	13,038	6,549	13,394	5,511	-15.8
27	Furniture - Meubles	44,648	31,099	39,586	29,325	-5.7
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	50,417	34,309	42,296	33,896	-1.2
29	Home entertainment equipment (T.V., stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)	154,642	39,793	159,837	39,992	0.5
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	104,047	41,403	114,742	50,851	22.8
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	55,119	22,281	52,973	20,110	-9.7
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction
33	Jewellery - Bijouterie	67,882	9,074	74,021	9,277	2.2
34	Toys and games - Jouets et jeux	157,568	15,052	174,226	16,699	10.9
35	Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques	41,148	13,341	42,257	14,519	8.8
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	72,971	19,457	76,139	21,418	10.1
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	21,543	12,393	22,436	14,358	15.9
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	28,482	15,950	27,626	16,000	0.3
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'oeuvre)	24,086	16,498	25,571	17,061	3.4
40	All other departments (includes gifts and seasonal) ¹ - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers) ¹	107,366	36,627	117,113	38,270	4.5
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS LES RAYONS	2,189,631	714,635	2,264,056	763,324	6.8

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, 1994-1996

No.	Type of department store	Canada	Newfoundland and Prince Edward Island Terre-Neuve et Île-du-Prince- Édouard	Nova Scotia Nouvelle- Écosse	New Brunswick Nouveau- Brunswick	Québec
\$'000						
Major department stores						
1	1994 December	1,084,301	x	x	x	x
2	1995 January	351,313	x	x	x	x
3	January-January	351,313	x	x	x	x
4	1995 December	1,080,001	x	x	x	x
5	1996 January	337,786	x	x	x	x
6	January-January	337,786	x	x	x	x
Percentage change						
7	January 1996/1995	-3.9	x	x	x	x
8	January-January 1996/1995	-3.9	x	x	x	x
Discount department stores						
9	1994 December	1,105,330	x	x	x	x
10	1995 January	363,322	x	x	x	x
11	January-January	363,322	x	x	x	x
12	1995 December	1,184,055	x	x	x	x
13	1996 January	425,538	x	x	x	x
14	January-January	425,538	x	x	x	x
Percentage change						
15	January 1996/1995	17.1	x	x	x	x
16	January-January 1996/1995	17.1	x	x	x	x
Total, all department stores						
17	1994 December	2,189,631	42,840	78,874	56,634	368,969
18	1995 January	714,635	12,721	21,216	14,970	129,977
19	January-January	714,635	12,721	21,216	14,970	129,977
20	1995 December	2,264,056	41,668	79,401	56,050	379,764
21	1996 January	763,324	13,270	22,065	16,889	144,133
22	January-January	763,324	13,270	22,065	16,889	144,133
Percentage change						
23	January 1996/1995	6.8	4.3	4.0	12.8	10.9
24	January-January 1996/1995	6.8	4.3	4.0	12.8	10.9

² See footnote at end of tables.

Tableau 2.

Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et d'escomptes, par province, 1994-1996

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia ² Colombie-Britannique ²	Genre de grand magasin	N°
\$'000						
Grands magasins traditionnels						
x	x	x	x	x	1994 Décembre	1
x	x	x	x	x	1995 Janvier	2
x	x	x	x	x	Janvier-janvier	3
x	x	x	x	x	1995 Décembre	4
x	x	x	x	x	1996 Janvier	5
x	x	x	x	x	Janvier-janvier	6
Variation en pourcentage						
x	x	x	x	x	Janvier 1996/1995	7
x	x	x	x	x	Janvier-janvier 1996/1995	8
Grands magasins d'escomptes						
x	x	x	x	x	1994 Décembre	9
x	x	x	x	x	1995 Janvier	10
x	x	x	x	x	Janvier-janvier	11
x	x	x	x	x	1995 Décembre	12
x	x	x	x	x	1996 Janvier	13
x	x	x	x	x	Janvier-janvier	14
Variation en pourcentage						
x	x	x	x	x	Janvier 1996/1995	15
x	x	x	x	x	Janvier-janvier 1996/1995	16
Ensemble des grands magasins						
941,482	91,125	67,418	240,298	301,992	1994 Décembre	17
299,604	29,926	22,287	81,799	102,135	1995 Janvier	18
299,604	29,926	22,287	81,799	102,135	Janvier-janvier	19
965,158	94,375	71,940	253,494	322,205	1995 Décembre	20
319,618	32,001	24,197	82,220	108,930	1996 Janvier	21
319,618	32,001	24,197	82,220	108,930	Janvier-janvier	22
Variation en pourcentage						
6.7	6.9	8.6	0.5	6.7	Janvier 1996/1995	23
6.7	6.9	8.6	0.5	6.7	Janvier-janvier 1996/1995	24

² Voir note à la fin des tableaux.

Table 3.

Major and Discount Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1994-1996

No.	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
\$'000						
Major department stores						
1	1994 December	x	x	x	x	x
2	1995 January	x	x	x	x	x
3	January-January	x	x	x	x	x
4	1995 December	x	x	x	x	x
5	1996 January	x	x	x	x	x
6	January-January	x	x	x	x	x
Percentage change						
7	January 1996/1995	x	x	x	x	x
8	January-January 1996/1995	x	x	x	x	x
Discount department stores						
9	1994 December	x	x	x	x	x
10	1995 January	x	x	x	x	x
11	January-January	x	x	x	x	x
12	1995 December	x	x	x	x	x
13	1996 January	x	x	x	x	x
14	January-January	x	x	x	x	x
Percentage change						
15	January 1996/1995	x	x	x	x	x
16	January-January 1996/1995	x	x	x	x	x
Total, all department stores						
17	1994 December	88,902	93,444	39,501	67,569	206,576
18	1995 January	30,171	30,399	11,063	20,511	71,397
19	January-January	30,171	30,399	11,063	20,511	71,397
20	1995 December	94,425	98,286	40,655	68,477	212,370
21	1996 January	31,628	31,227	11,495	21,667	78,376
22	January-January	31,628	31,227	11,495	21,667	78,376
Percentage change						
23	January 1996/1995	4.8	2.7	3.9	5.6	9.8
24	January-January 1996/1995	4.8	2.7	3.9	5.6	9.8

Tableau 3.

Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et d'escomptes, selon certaines régions métropolitaines, 1994-1996

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin		N°
\$'000							
Grands magasins traditionnels							
x	x	x	x	x	1994	Décembre	1
x	x	x	x	x	1995	Janvier	2
x	x	x	x	x		Janvier-janvier	3
x	x	x	x	x	1995	Décembre	4
x	x	x	x	x	1996	Janvier	5
x	x	x	x	x		Janvier-janvier	6
Variation en pourcentage							
x	x	x	x	x		Janvier 1996/1995	7
x	x	x	x	x		Janvier-janvier 1996/1995	8
Grands magasins d'escomptes							
x	x	x	x	x	1994	Décembre	9
x	x	x	x	x	1995	Janvier	10
x	x	x	x	x		Janvier-janvier	11
x	x	x	x	x	1995	Décembre	12
x	x	x	x	x	1996	Janvier	13
x	x	x	x	x		Janvier-janvier	14
Variation en pourcentage							
x	x	x	x	x		Janvier 1996/1995	15
x	x	x	x	x		Janvier-janvier 1996/1995	16
Ensemble des grands magasins							
91,470	44,039	360,454	159,622	78,374	1994	Décembre	17
29,140	15,958	117,806	53,966	25,794	1995	Janvier	18
29,140	15,958	117,806	53,966	25,794		Janvier-janvier	19
97,072	42,640	371,519	170,744	80,604	1995	Décembre	20
32,208	16,490	123,462	56,580	27,366	1996	Janvier	21
32,208	16,490	123,462	56,580	27,366		Janvier-janvier	22
Variation en pourcentage							
10.5	3.3	4.8	4.8	6.1		Janvier 1996/1995	23
10.5	3.3	4.8	4.8	6.1		Janvier-janvier 1996/1995	24

Table 4.

Number of Major and Discount Department Store Locations, by Province, 1994-1996

No.	Type of department store	Canada	Newfoundland	Prince Edward Island	Nova Scotia	New Brunswick	Québec
			Terre-Neuve	Île-du-Prince-Édouard	Nouvelle-Écosse	Nouveau-Brunswick	
No. - nbre							
Major department stores							
1	1994 December	310	2	1	11	5	58
2	1995 January	310	2	1	11	5	58
3	1995 December	306	2	1	11	5	58
4	1996 January	305	2	1	11	5	58
Discount department stores							
5	1994 December	544	15	4	30	24	94
6	1995 January	542	15	4	30	24	94
7	1995 December	559	15	4	31	24	93
8	1996 January	558	15	4	31	24	93
Total, all department stores							
9	1994 December	854	17	5	41	29	152
10	1995 January	852	17	5	41	29	152
11	1995 December	865	17	5	42	29	151
12	1996 January	863	17	5	42	29	151

Table 5.

Number of Major and Discount Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1994-1996

No.	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
		No. - nbre				
Major department stores						
1	1994 December	13	18	7	12	32
2	1995 January	13	12	7	12	32
3	1995 December	13	17	7	11	31
4	1996 January	13	17	7	11	31
Discount department stores						
5	1994 December	15	18	10	13	36
6	1995 January	15	18	10	13	36
7	1995 December	15	18	11	15	36
8	1996 January	15	18	11	15	36
Total, all department stores						
9	1994 December	28	36	17	25	68
10	1995 January	28	30	17	25	68
11	1995 December	28	35	18	26	67
12	1996 January	28	35	18	26	67

² See footnote at end of tables.

Tableau 4.

Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et d'escomptes, par province, 1995-1996

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia ² Colombie-Britannique ²	Genre de grand magasin		N°
No. - nbre							
120	13	11	43	46	Grands magasins traditionnels		1
120	13	11	43	46	1994	Décembre	1
					1995	Janvier	2
118	13	11	42	45	1995	Décembre	3
118	13	10	42	45	1996	Janvier	4
Grands magasins d'escomptes							
214	23	23	53	64	1994	Décembre	5
213	22	23	53	64	1995	Janvier	6
230	22	23	52	65	1995	Décembre	7
229	22	23	52	65	1996	Janvier	8
Ensemble des grands magasins							
334	36	34	96	110	1994	Décembre	9
333	35	34	96	110	1995	Janvier	10
348	35	34	94	110	1995	Décembre	11
347	35	33	94	110	1996	Janvier	12

Tableau 5.

Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et d'escomptes, selon certaines régions métropolitaines, 1995-1996

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin		N°
No. - nbre							
12	8	49	25	12	Grands magasins traditionnels		1
12	8	49	25	12	1994	Décembre	1
					1995	Janvier	2
12	8	49	25	12	1995	Décembre	3
12	8	49	25	12	1996	Janvier	4
Grands magasins d'escomptes							
19	10	60	22	17	1994	Décembre	5
19	10	60	22	16	1995	Janvier	6
21	8	63	22	16	1995	Décembre	7
21	8	63	22	16	1996	Janvier	8
Ensemble des grands magasins							
31	18	109	47	29	1994	Décembre	9
31	18	109	47	28	1995	Janvier	10
33	16	112	47	28	1995	Décembre	11
33	16	112	47	28	1996	Janvier	12

² Voir note à la fin des tableaux.

Table 6.

Department Store Monthly Inventories-Sales and Sales-Inventories Ratios, by Department, Canada, 1994-1996

No.	Department	Inventories-sales/Stocks-ventes			
		1994	1995	1995	1996
		December Décembre	January Janvier	December Décembre	January Janvier
1	Women's and misses' dresses and uniforms	2.28	8.58	3.28	6.61
2	Women's and misses' coats and suits	2.53	4.17	2.18	4.07
3	Women's and misses' casual wear	2.64	7.17	2.35	6.35
4	Nursery Equipment	4.46	3.41	4.27	3.97
5	Infants' and children's wear	2.25	5.36	2.24	5.29
6	Girls' wear	1.60	6.12	1.99	7.31
7	Lingerie and Women's sleepwear	1.34	5.53	1.65	6.66
8	Intimate apparel	4.21	9.50	3.92	8.48
9	Athletic footwear	6.37	11.02	7.58	12.98
10	Women's hosiery	2.61	6.58	2.49	6.97
11	Women's accessories	1.91	6.96	1.82	7.31
12	Women's, misses', girls' and children's footwear	3.77	10.18	4.32	11.99
13	Men's coats, suits and dress pants	2.02	6.87	2.00	7.12
14	Men's casual wear and furnishings	1.64	8.85	1.56	7.97
15	Boy's clothing and furnishings	1.81	6.78	2.27	8.31
16	Men's and boy's footwear	3.25	9.35	3.59	10.95
17	Food and kindred products	0.71	2.71	0.82	2.74
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products	2.01	5.54	2.22	5.03
19	Photographic equipment and supplies	2.66	9.08	2.28	6.43
20	Sewing supplies, notions and piece goods	4.13	5.21	6.52	8.18
21	Linen	4.56	7.61	4.48	7.35
22	Luggage	3.33	10.62	2.89	9.47
23	China, crystal, glassware and silverware	3.54	14.27	3.40	12.31
24	Floor coverings	3.21	4.84	3.50	6.23
25	Draperies and furniture coverings	4.64	9.20	5.25	9.80
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4.13	8.03	3.58	9.12
27	Furniture	2.67	4.07	2.80	3.74
28	Major appliances	1.85	2.02	1.75	2.13
29	Home entertainment equipment (T.V., stereo, V.C.R., etc.)	1.85	6.60	2.08	8.01
30	Housewares and small electrical appliances	2.38	5.84	2.52	5.69
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	3.11	7.58	4.12	10.98
32	Plumbing, heating and building materials
33	Jewellery	2.30	15.76	2.40	17.92
34	Toys and games	1.21	11.15	1.18	12.14
35	Sports equipment and athletic apparel	3.36	11.21	4.85	13.89
36	Stationery, books and office equipment	2.54	8.82	2.54	8.68
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies	2.48	4.20	4.14	6.27
38	Meals and lunches
39	Repairs, installation and services (labour and parts)
40	All other departments (includes gifts and seasonal)	1.19	3.41	1.27	3.01
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	2.19	6.30	2.30	6.47

See footnote at end of tables

Tableau 6.

Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1994-1996

Sales-inventories/Ventes-stocks				Rayon	N°
1994	1995	1995	1996		
December	January	December	January		
Décembre	Janvier	Décembre	Janvier		
0.38	0.11	0.26	0.14	Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	1
0.32	0.21	0.36	0.22	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
0.32	0.14	0.34	0.15	Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	3
0.22	0.29	0.23	0.25	Articles de chambres d'enfants	4
0.37	0.18	0.37	0.18	Vêtements de bébés et d'enfants	5
0.49	0.16	0.39	0.13	Vêtements de fillettes	6
0.54	0.17	0.46	0.14	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.23	0.10	0.25	0.11	Sous-vêtements	8
0.15	0.09	0.12	0.07	Chaussures athlétiques	9
0.35	0.15	0.37	0.14	Bas pour dames	10
0.41	0.13	0.42	0.12	Articles de parure pour dames	11
0.24	0.10	0.20	0.08	Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	12
0.39	0.15	0.39	0.13	Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	13
0.48	0.11	0.49	0.12	Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	14
0.44	0.14	0.36	0.12	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
0.28	0.10	0.24	0.09	Chaussures pour hommes et garçons	16
1.00	0.37	0.90	0.37	Produits alimentaires et connexes	16
0.44	0.17	0.41	0.19	Articles de toilette, produits de beauté et pharmaceutiques	18
0.35	0.11	0.39	0.15	Appareils et fournitures photographiques	19
0.24	0.19	0.15	0.12	Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	20
0.21	0.13	0.22	0.13	Linges de maison	21
0.26	0.09	0.31	0.11	Bagages	21
0.26	0.07	0.27	0.08	Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	23
0.30	0.19	0.28	0.16	Revêtements de plancher	24
0.22	0.11	0.19	0.10	Tentures et housses	25
0.23	0.12	0.24	0.11	Lampes, tableaux, miroirs, et autres articles d'ameublement pour la maison	26
0.37	0.25	0.35	0.27	Meubles	27
0.54	0.42	0.55	0.46	Gros appareils ménagers	28
0.49	0.14	0.44	0.12	Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnéto, etc.)	29
0.38	0.17	0.36	0.18	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
0.29	0.13	0.23	0.09	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
...	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
0.37	0.06	0.36	0.05	Bijouterie	33
0.64	0.08	0.60	0.08	Jouets et jeux	34
0.27	0.09	0.18	0.07	Équipements de sport et vêtements athlétiques	35
0.35	0.11	0.34	0.11	Papeterie, livres et matériel de bureau	36
0.39	0.23	0.24	0.16	Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	37
...	Repas et casse-croûtes	38
...	Service, installation et travaux de réparation	39
0.63	0.29	0.58	0.29	Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers) ¹	40
0.40	0.15	0.38	0.15	TOTAL, TOUS LES RAYONS	41

¹ Voir note à la fin des tableaux.

Table 7.

Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1995-1996

January-January

Tableau 7.

Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1995-1996

Janvier-janvier

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1996/1995
		1995	1996	Variation 1996/1995
		\$'000		%
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	3,462	3,695	6.7
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	9,109	8,718	-4.3
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	44,430	43,552	-2.0
4	Nursery Equipment - Articles de chambres d'enfants	9,524	9,528	0.0
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	22,882	23,760	3.8
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	8,194	7,359	-10.2
7	Lingerie and Women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	11,540	12,129	5.1
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	14,428	15,153	5.0
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	5,663	5,255	-7.2
10	Women's hosiery - Bas pour dames	10,699	10,936	2.2
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	9,436	8,678	-8.0
12	Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	12,807	12,440	-2.9
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	11,765	11,861	0.8
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	37,732	39,991	6.0
15	Boy's clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	7,806	7,680	-1.6
16	Men's and boy's footwear - Chaussures pour hommes et garçons	7,907	7,528	-4.8
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	23,766	31,703	33.4
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	65,910	88,458	34.2
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	5,811	6,152	5.9
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	11,307	12,896	14.1
21	Linen - Linges de maison	39,825	41,091	3.2
22	Luggage - Bagages	2,593	2,476	-4.5
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	9,345	9,836	5.3
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	7,652	7,975	4.2
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	7,214	7,188	-0.4
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	6,549	5,511	-15.8
27	Furniture - Meubles	31,099	29,325	-5.7
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	34,309	33,896	-1.2
29	Home entertainment equipment (T.V., stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)	39,793	39,992	0.5
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	41,403	50,851	22.8
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	22,281	20,110	-9.7
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction
33	Jewellery - Bijouterie	9,074	9,277	2.2
34	Toys and games - Jouets et jeux	15,052	16,699	10.9
35	Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques	13,341	14,519	8.8
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	19,457	21,418	10.1
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	12,393	14,358	15.9
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	15,950	16,000	0.3
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'oeuvre)	16,498	17,061	3.4
40	All other departments (includes gifts and seasonal) ¹ - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers) ¹	36,627	38,270	4.5
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS LES RAYONS	714,635	763,324	6.8

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

Table 8.

Department Store Monthly Inventories,
Unadjusted, by Department, Canada, 1994-1996

Tableau 8.

Stocks mensuels des grands magasins, non-désaisonnalisés
par rayon, Canada, 1994-1996

No.	Department Rayon	Unadjusted - Non-désaisonnalisés					
		1994	1995	1995	1996	Change - Variation	
		December Décembre	January Janvier	December Décembre	January Janvier	January 1996/ December 1995	January 1996/1995
		\$'000				%	
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	34,551	29,704	29,889	24,438	-18.2	-17.7
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	49,997	38,007	42,519	35,522	-16.5	-6.5
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	330,929	318,622	304,215	276,668	-9.1	-13.2
4	Nursery Equipment - Articles de chambres d'enfants	33,948	32,474	39,692	37,873	-4.6	16.6
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	128,283	122,735	139,132	125,640	-9.7	2.4
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	52,517	50,157	58,700	53,773	-8.4	7.2
7	Lingerie and Women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	70,831	63,816	87,158	80,744	-7.4	26.5
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	143,224	137,096	135,439	128,551	-5.1	-6.2
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	70,444	62,408	77,196	68,206	-11.6	9.3
10	Women's hosiery - Bas pour dames	70,849	70,415	78,221	76,260	-2.5	8.3
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	80,806	65,649	75,913	63,434	-16.4	-3.4
12	Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	138,399	130,323	150,283	149,099	-0.8	14.4
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	79,421	80,838	91,707	84,457	-7.9	4.5
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	346,660	333,775	331,114	318,675	-3.8	-4.5
15	Boy's clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	56,423	52,893	67,115	63,790	-5.0	20.6
16	Men's and boy's footwear - Chaussures pour hommes et garçons	79,677	73,921	81,485	82,461	1.2	11.6
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	62,447	64,367	83,191	86,781	4.3	34.8
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	413,765	364,961	498,948	445,096	-10.8	22.0
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	55,718	52,763	40,528	39,581	-2.3	-25.0
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	63,142	58,931	108,430	105,501	-2.7	79.0
21	Linen - Linges de maison	327,089	303,161	323,048	302,177	-6.5	-0.3
22	Luggage - Bagages	28,504	27,549	23,552	23,460	-0.4	-14.8
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	139,684	133,390	127,342	121,118	-4.9	-9.2
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	42,320	37,034	50,417	49,700	-1.4	34.2
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	66,670	66,353	70,192	70,412	0.3	6.1
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	53,855	52,612	48,010	50,253	4.7	-4.5
27	Furniture - Meubles	119,241	126,705	110,998	109,530	-1.3	-13.6
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	93,071	69,388	74,035	72,153	-2.5	4.0
29	Home entertainment equipment (T.V., stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)	286,250	262,658	332,900	320,474	-3.7	22.0
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	247,644	241,786	288,927	289,107	0.1	19.6
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	171,491	168,895	218,004	220,720	1.2	30.7
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction
33	Jewellery - Bijouterie	155,833	142,998	177,931	166,261	-6.6	16.3
34	Toys and games - Jouets et jeux	190,684	167,890	205,268	202,769	-1.2	20.8
35	Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques	138,286	149,507	204,811	201,649	-1.5	34.9
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	185,196	171,528	193,595	185,879	-4.0	8.4
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	53,478	52,011	92,978	90,079	-3.1	73.2
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'oeuvre)
40	All other departments (includes gifts and seasonal) ¹ - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers) ¹	128,004	124,751	148,207	115,246	-22.2	-7.6
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL- TOUS LES RAYONS	4,789,334	4,502,072	5,211,092	4,937,540	-5.2	9.7

¹ See footnotes at end of tables - Voir note à la fin des tableaux.

Table 9.

Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1994 to 1996

Tableau 9.

Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1994 à 1996

Period Période	Department stores Grands magasins					
	Total		Major Traditionnels		Discount D'escomptes	
	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution
	\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1994						
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
Year - Année	13,298,958	100.0	6,763,913	50.9	6,535,045	49.1
1995						
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
Year - Année	13,923,627	100.0	6,513,587	46.8	7,410,041	53.2
1996						
January - Janvier	763,324	100.0	337,786	44.3	425,538	55.7
February - Février						
March - Mars						
April - Avril						
May - Mai						
June - Juin						
July - Juillet						
August - Août						
September - Septembre						
October - Octobre						
November - Novembre						
December - Décembre						
Year - Année						

Table 10.

Department Store Monthly Inventories,
Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1993
to 1996

Tableau 10.

Stocks mensuels des grands magasins, non-désaisonnalisés
et désaisonnalisés, Canada, 1993 à 1996

Period Période	Unadjusted		Seasonally adjusted	
	Non-désaisonnalisés		Désaisonnalisés	
	Inventories	Year/year change	Inventories	Month/month change
	Stocks	Variation année/année	Stocks	Variation mois/mois
	\$'000	%	\$'000	%
1993				
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	0.0
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	0.0
December - Décembre	4,821,414	0.8	5,166,024	0.4
1994				
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	-0.4
October - Octobre	5,695,725	-5.0	4,886,209	-0.2
November - Novembre	6,157,898	-0.8	5,082,646	4.0
December - Décembre	4,789,334	-0.7	5,117,673	0.7
1995				
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	--
October - Octobre	6,574,355	15.4	5,659,832	-2.3
November - Novembre	6,795,231	10.3	5,611,351	--
December - Décembre	5,211,092	8.8	5,575,182	-0.6
1996				
January - Janvier	4,937,540	9.7	5,737,989	2.9
February - Février				
March - Mars				
April - Avril				
May - Mai				
June - Juin				
July - Juillet				
August - Août				
September - Septembre				
October - Octobre				
November - Novembre				
December - Décembre				

Table 11.

Tableau 11.

Department Store Monthly Sales, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1993 to 1996

Ventes mensuelles des grands magasins, non-désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1993 à 1996

Period Période	Unadjusted		Seasonally adjusted	
	Non-désaisonnalisées		Désaisonnalisées	
	Sales Ventes	Year/year change Variation année/année	Sales Ventes	Month/month change Variation mois/mois
	\$'000	%	\$'000	%
1993				
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
1994				
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	--
1995				
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	0.0
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
1996				
January - Janvier	763,324	6.8	1,182,864	-0.2
February - Février				
March - Mars				
April - Avril				
May - Mai				
June - Juin				
July - Juillet				
August - Août				
September - Septembre				
October - Octobre				
November - Novembre				
December - Décembre				

Table 12.

**Department Stores' Month-end Accounts
Receivable³, Unadjusted and Seasonally Adjusted,
Canada, 1994 to 1996**

Tableau 12.

**Comptes à recevoir³, non-désaisonnalisés et désaisonnalisés
des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1994 à 1996**

6					
Month	1994	1995	1996	Change from previous month	Change 1996/1995
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1996/1995
		\$'000			%
Unadjusted - Non-désaisonnalisés					
January - Janvier	2,927,773	3,552,850	2,956,492	-7.2	-16.8
February - Février	2,828,717	3,212,234			
March - Mars	2,848,809	3,149,391			
April - Avril	2,867,452	3,181,695			
May - Mai	2,939,099	3,226,237			
June - Juin	2,987,341	3,224,406			
July - Juillet	2,987,801	3,214,301			
August - Août	3,037,200	3,311,488			
September - Septembre	3,090,334	3,356,168			
October - Octobre	3,134,257	3,337,668			
November - Novembre	3,262,451	3,415,937			
December - Décembre	3,664,883	3,187,204			
		\$000'000			
Seasonally adjusted - Désaisonnalisés					
January - Janvier	2,774	3,369	2,830	-0.2	-16.0
February - Février	2,914	3,297			
March - Mars	2,977	3,279			
April - Avril	2,982	3,300			
May - Mai	3,015	3,311			
June - Juin	3,047	3,295			
July - Juillet	3,081	3,310			
August - Août	3,092	3,362			
September - Septembre	3,125	3,368			
October - Octobre	3,143	3,321			
November - Novembre	3,181	3,313			
December - Décembre	3,246	2,845			

¹ For reasons of confidentiality, sales from Department 32 are now included in Department 40.

¹ Pour des raisons de confidentialité, les ventes du rayon 32 sont désormais incluses avec le rayon 40.

² For reasons of confidentiality, the Yukon and N.W.T. are included with British Columbia.

² Pour des raisons de confidentialité, le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest sont inclus dans la Colombie-Britannique.

³ Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

³ Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

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 générale, 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.¹ 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.¹ 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."² 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 method³ 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'agréger 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".² 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 prédiction, Statistique Canada rajuste les séries temporelles au moyen de la méthode de désaisonnalisation X-11-ARMI³ afin de justement minimiser l'impact des variations saisonnières sur les séries. La partie ARMI 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 ARMI (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.

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

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

³ 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.

¹ Voir l'article 17, intitulée *Secret*, du chapitre 5-19 de la Loi sur la statistique.

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

³ Pour de plus amples informations voir *La méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI/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

Discount 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 d'escomptes

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,
January 1996

Tableau explicatif I.

Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, janvier
1996

	Response rate ¹		Response fraction ²
	Taux de réponse ¹		Fraction de réponse ²
	Survey units	Organizational units	
	Unités d'enquête	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

¹ The response rate is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication.

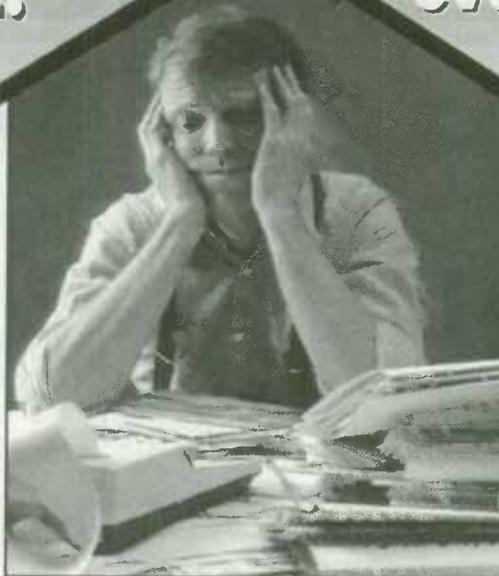
¹ Le taux de réponse représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication.

² 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.

² 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.

**Don't let
this
happen
to you!**

**Ne vous laissez
pas dépasser
par les
événements!**



Imagine you're called upon to make a really important business decision. You spend some anxious days weighing your options. You examine the available data. Finally, you make your decision...

...only to discover too late that your information was incomplete or outdated!

If you've ever experienced this type of frustration... or if your reputation ever depends on the quality of the data you refer to... **Infomat** is for you.

Infomat is your **fastest** and **easiest** way to keep on top of important Canadian economic and social trends. Since it comes to you weekly – not daily – issues won't pile up unread. And, in just one publication, you'll have the answers to almost anything:

- ✓ price indexes
- ✓ manufacturing shipments and orders
- ✓ imports and exports
- ✓ labour market conditions, and
- ✓ dozens of key social and economic indicators!

And because **Infomat** is based on over 100 ongoing Statistics Canada surveys, no other source is more timely or more reliable.

Infomat is specially designed and written for you – a busy manager with no time to waste!



Join the confident, successful decision-makers in the country and subscribe to Infomat today!

Infomat (catalogue no. 11-03-0000) is only \$140* per year in Canada, US\$168 in the U.S. and US\$196 in other countries. Also available by Fax Service. 50 issues for \$600* in Canada, US\$600 in the U.S. and US\$600 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 Reference Centre listed in this publication. Via Internet: order@statcan.ca *plus GST and applicable PST

Imaginez que vous devez prendre une décision de gestion très importante. Vous vous faites du mauvais sang pendant quelques jours à évaluer vos options. Vous examinez les données disponibles. Vous vous décidez enfin...

... pour vous rendre compte trop tard que vous vous êtes fondé sur de l'information incomplète ou périmée!

Si vous avez déjà vécu ce genre de situation... ou si vous devez un jour miser votre réputation sur la qualité des données que vous avancez...

Infomat est pour vous.

Infomat est la façon la **plus rapide** et la **plus facile** de se tenir au courant des tendances économiques et sociales importantes au Canada. Comme il s'agit d'un hebdomadaire – non d'un quotidien – vous aurez le temps de le lire. Et dans **une seule** et même publication, vous trouverez réponse à presque tout :

- ✓ indices de prix
- ✓ livraisons et commandes des fabricants
- ✓ importations et exportations
- ✓ situation du marché du travail, et des
- ✓ dizaines d'indicateurs socio-économiques clés!

Et comme **Infomat** est fondé sur plus de 100 enquêtes permanentes de Statistique Canada, aucune autre source n'est plus à jour ou plus fiable.

Infomat est conçu et rédigé pour des gens comme vous – des gestionnaires qui n'ont pas de temps à perdre!

Faites comme bien d'autres décideurs au pays qui ont réussi et abonnez-vous à Infomat aujourd'hui même!



Infomat (cat. no. 11-03-0000) est seulement de 140 \$* par année au Canada, 168 \$ US aux États-Unis et 196 \$ US dans les autres pays. Nous vous offrons également le service de **télecopie** : 50 numéros pour 600 \$* au Canada, 600 \$ US aux États-Unis et 600 \$ US dans les autres pays.

Vous pouvez nous joindre PAR TELEPHONE AU 1-800-267-6677 ou PAR TELECOPIEUR au (613) 951-1584 et utiliser votre carte VISA ou MasterCard. Ou envoyez votre commande PAR LA POSTE à : Statistique Canada, Division des opérations et de l'intégration, Direction de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario), K1A 0T6. Vous pouvez aussi communiquer avec le Centre de consultation de Statistique Canada le plus près. La liste de ces centres se retrouve dans la présente publication. Via l'Internet: order@statcan.ca *plus la TPS et la TVP en vigueur



ORDER FORM

Statistics Canada

MAIL TO:

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

(Please print)

PHONE:

1-800-267-6677

Charge to VISA or MasterCard. Outside Canada and the U.S. call (613) 951-7277. Please do not send confirmation.

FAX TO:

(613) 951-1584

VISA, MasterCard and Purchase Orders only. Please do not send confirmation. A fax will be treated as an original order.



INTERNET: order@statcan.ca

METHOD OF PAYMENT:

(Check only one)

Please charge my: VISA MasterCard

Card Number

Signature _____

Expiry Date

Payment enclosed \$ _____

Please make cheque or money order payable to the Receiver General for Canada - Publications.

Purchase Order Number
(Please enclose)

Company _____

Department _____

Attention _____ Title _____

Address _____

City _____ Province _____

Postal Code _____ Phone _____ Fax _____

Please ensure that all information is completed.

Authorized Signature _____

Catalogue Number	Title	Date of Issue or Indicate an "S" for subscriptions	Annual Subscription or Book Price			Quantity	Total \$
			Canada \$	United States US\$	Other Countries US\$		

▶ Note: Catalogue prices for U.S. and other countries are shown in US dollars.

▶ GST Registration # R121491807

▶ Cheque or money order should be made payable to the Receiver General for Canada - Publications.

▶ Canadian clients pay in Canadian funds and add 7% GST and applicable PST. Foreign clients pay total amount in US funds drawn on a US bank. Prices for US and foreign clients are shown in US dollars.

SUBTOTAL

DISCOUNT
(if applicable)

GST (7%)
and applicable PST
(Canadian clients only)

GRAND TOTAL

PF 093238

THANK YOU FOR YOUR ORDER!



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

Pick a topic... any topic

The **1994 Statistics Canada Catalogue** is your guide to the most complete collection of facts and figures on Canada's changing business, social and economic environment. No matter what you need to know, the **Catalogue** will point you in the right direction.

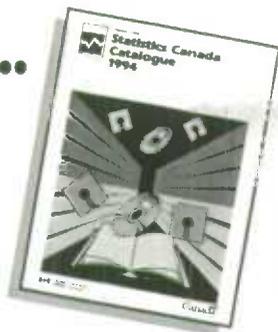
From the most popular topics of the day – like employment, income, trade, and education – to specific research studies – like mineral products shipped from Canadian ports and criminal victimization in urban areas – you'll find it all here.

... the **1994 Statistics Canada Catalogue** will help you get your bearings...

The **Catalogue** puts all this information at your fingertips. With the expanded index, you can search by subject, author or title – even periodical articles are indexed. There's also a separate index for all our electronic products.

The **Catalogue** has everything you need to access all Statistics Canada's products:

- descriptions of over 25 new titles, plus succinct abstracts of the over 650 titles and 7 map series already produced;
- a complete guide to finding and using statistics;
- electronic products in a variety of media, and



advice on getting expert assistance on electronic products and on-line searches;

- tabs to each section – so you can immediately flip to the information you need.

... time and time again

To make sure that the **Catalogue** stands up to frequent use, we used a specially coated cover to prevent broken spines, tattered edges and dog-eared corners.

Order today – you'll be lost without it.

1994 Statistics Canada Catalogue

Only \$15 (plus GST and applicable PST) in Canada (US\$18 in the U.S. and US\$21 in other countries). Quote Cat. no. 11-2040XPE.

Write to:

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

Fax: (613) 951-1584
Call toll-free: 1-800-267-6677
Via Internet: order@statcan.ca

Or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

Choisissez un sujet... n'importe lequel

Le **Catalogue de Statistique Canada 1994** est votre guide pour la collection la plus complète de faits et de chiffres dans les domaines, en constante évolution, du commerce, de la société et de l'économie du Canada. Peu importe ce que vous voulez savoir, le **Catalogue** vous mettra sur la bonne piste.

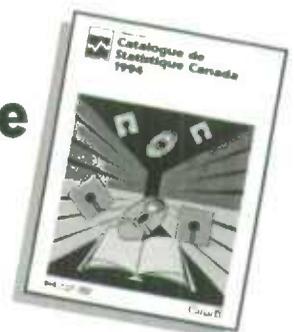
Des sujets actuels les plus populaires – comme l'emploi, le revenu, le commerce et l'éducation – à des études de recherche spécialisées – comme les produits minéraux expédiés des ports canadiens et la victimisation dans les régions urbaines – vous trouverez tout dans ce document.

Le Catalogue de Statistique Canada 1994 vous aidera à vous orienter...

Le **Catalogue** vous met tous ces renseignements sous la main. L'index augmenté vous permet de chercher par sujet, auteur ou titre – les articles de périodiques sont même indexés. On a aussi ajouté un index séparé pour tous nos produits électroniques.

Le **Catalogue** a tout ce qu'il vous faut pour vous procurer les produits de Statistique Canada :

- descriptions de plus de 25 nouveaux titres et courts résumés des 650 titres et plus et des 7 séries de cartes déjà disponibles;
- guide complet pour obtenir et utiliser les données statistiques;
- produits électroniques sur supports divers et conseils sur l'obtention d'aide d'experts pour



les produits électroniques et les recherches en direct;

- système d'onglets pour chaque section - pour que vous puissiez immédiatement repérer les renseignements qui vous intéressent.

... maintes et maintes fois

Pour garantir que le **Catalogue** puisse résister à une utilisation fréquente, nous avons utilisé une couverture avec un revêtement spécial conçue pour éviter les dos cassés, les bords abîmés et les coins de page pliés.

Commandez aujourd'hui – vous ne pourrez plus vous en passer.

Catalogue de Statistique Canada 1994

Seulement 15 \$ (plus la TPS et la TVP en vigueur) au Canada (18 \$ US aux États-Unis et 21 \$ US dans les autres pays). Indiquez le n° au catalogue : 11-2040XPE.

Écrivez à :

Statistique Canada
Opérations et intégration
Direction de la circulation
120, avenue Parkdale
Ottawa (Ontario) K1A 0T6

Télécopieur : (613) 951-1584
Appels sans frais : 1-800-267-6677
Via l'Internet : order@statcan.ca

Ou contactez le Centre de consultation de Statistique Canada le plus proche (voir la liste figurant dans la présente publication).



✓ **Identify
Emerging Trends**

✓ **Define New
Markets**

✓ **Pinpoint Profit
Opportunities**

✓ **Dégagez les
nouvelles tendances**

✓ **Définissez les
nouveaux marchés**

✓ **Déterminez les
possibilités de profit**

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 in-depth 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



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

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

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

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