

C3



Catalogue no. 63-002-XPB

Department store sales and stocks

October 1996

N°63-002-XPB au catalogue

Ventes et stocks des grands magasins

Octobre 1996

STATISTICS CANADA STATISTIQUE CANADA

DEC 18 1996

LIBRARY BIBLIOTHÈQUE



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) 951-2210) 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 ordinolingué 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 où de services connexes doit être adressée à : Section du Commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (téléphone : (613) 951-2210) 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 Web :
<http://www.statcan.ca>

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

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

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

October 1996

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

Ventes et stocks des grands magasins

Octobre 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.

December 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. 10
Frequency: Monthly

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.

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1996

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

Décembre 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° 10
Périodicité : mensuelle

ISSN 0380-7045

Ottawa

Note de reconnaissance

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

Symbols

The following 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
- M. B. Garneau, 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
- M. B. Garneau, 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, 1995-1996 | 7 |
| 2. Major and Discount Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1995-1996 | 8 |
| 3. Major and Discount Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1995-1996 | 10 |
| 4. Number of Major and Discount Department Store Locations, by Province, 1995-1996 | 12 |
| 5. Number of Major and Discount Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1995-1996 | 12 |
| 6. Department Store Monthly Inventories-Sales and Sales-Inventories Ratios, by Department, Canada, 1995-1996 | 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, 1995-1996 | 7 |
| 2. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et d'escomptes, par province, 1995-1996 | 8 |
| 3. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et d'escomptes, selon certaines régions métropolitaines, 1995-1996 | 10 |
| 4. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et d'escomptes, par province, 1995-1996 | 12 |
| 5. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et d'escomptes, selon certaines régions métropolitaines, 1995-1996 | 12 |
| 6. Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1995-1996 | 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

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 |
|---|----|

Table des matières - fin

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

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

October 1996

- Department store sales continued their steady growth in October, as consumers increased their spending for the fourth month in a row. The 0.4% (seasonally adjusted) increase from September pushed sales to \$1,221.6 million. Annual department store sales have risen every year since the low reported for 1993 (-1.7% from 1992). Sales rose 3.9% in 1994 and 4.7% in 1995; with sales for the first 10 months of 1996 up 3.4% from the same period last year, department stores are poised for another gain in 1996.
- The three years of growth have improved the market share for department stores. In 1981, there were 26 department store organizations operating in Canada. That year, department stores accounted for 28.3% of sales by all retailers selling department store type merchandise. Since then, their market share declined steadily to a low of 19.1% in 1994. That year marked a large reorganization in the world of department stores. In 1995, the market share of department stores climbed to 19.7% and for the first nine months of 1996, reached 20.0%. Only six department store organizations are now in operation.
- The major department stores, which long dominated the department store sector, have lost market share to the discount department stores. In 1981, the majors accounted for 65.7% of the department store market, but by 1995, the discount stores overtook them. In the first 10 months of 1996, major department stores held 44.6% of the market, while discount stores dominated the remaining 55.4%.
- In October, discount department stores took in \$709.8 million, an 11.0% jump from October 1995. The major department stores also posted an increase, with sales rising to \$557.6 million. The 3.9% increase was their second largest year-over-year gain in 1996.

Faits saillants

Octobre 1996

- Les ventes des grands magasins continuent leur constante ascension. Pour un quatrième mois d'affilée, leurs ventes désaisonnalisées affichent une progression. Ce gain, de l'ordre de 0.4% par rapport au mois précédent, porte à 1,221.6 millions de dollars le volume des ventes en octobre. Depuis le creux de l'année 1993 (-1.7%, par rapport à 1992), les ventes annuelles n'ont cessé de croître. Une augmentation de 3.9% a marqué l'année 1994, suivie d'une autre de 4.7% en 1995 et, après les dix premiers mois de 1996, d'une autre encore de 3.4%. Cette dernière laisse présager un autre gain pour l'année en cours.
- Vues dans une perspective globale, ces performances font en sorte que la part de marché des grands magasins s'améliore. Un recul dans le temps démontre qu'en 1981, 26 organisations des grands magasins opéraient et que 28.3% du marché des marchandises du genre de celles vendues dans les grands magasins était détenu par celles-ci. En déclin depuis ce temps, le bas-fond a été atteint en 1994 avec une part de marché de 19.1%. L'année 1994 s'est illustrée comme étant l'année de la réorganisation dans le monde des grands magasins. En 1995, la part de marché des grands magasins s'élève à 19.7% et elle se situe, pour les neuf premiers mois de 1996, à 20.0%. Six organisations des grands magasins se partagent actuellement ce marché.
- L'emprise détenue, depuis 1981, par les grands magasins traditionnels s'est estompée au profit des grands magasins d'escomptes. D'une part de marché de 65.7% en 1981, les grands magasins traditionnels ne représentent plus que 44.6% du marché après les dix premiers mois de 1996. C'est durant l'année 1995, que les grands magasins d'escompte ont pris les devants et après les dix premiers mois de 1996, ils accaparent 55.4% du marché.
- En octobre, les deux catégories des grands magasins se partagent ainsi les recettes. Les caisses enregistreuses des grands magasins d'escompte s'enrichissent de 709.8 millions de dollars, une augmentation de 11.0% comparativement au même mois l'an passé. Celles des grands magasins traditionnels se gonflent de 557.6 millions de dollars, une hausse de 3.9%, la deuxième meilleure performance de l'année dans cette catégorie.

FOR FURTHER READING

Selected Publications
from Statistics Canada

LECTURES SUGGÉRÉES

Choisies parmi les publications
de Statistique Canada

| Title | Catalogue | Titre |
|--|------------|---|
| Retail Trade, <i>Monthly, Bilingual.</i> | 63-005-XPB | Commerce de détail, <i>mensuel, bilingue.</i> |
| New Motor Vehicle Sales, <i>Monthly, Bilingual.</i> | 63-007-XPB | Ventes de véhicules automobiles neufs, <i>mensuel, bilingue.</i> |
| Retail Chain and Department Stores, <i>Annual, Bilingual.</i> | 63-210-XPB | Magasins de détail à succursales et les grands magasins, <i>annuel, bilingue.</i> |
| Vending Machine Operators, <i>Annual, Bilingual.</i> | 63-213-XPB | Exploitants de distributeurs automatiques, <i>annuel, bilingue.</i> |
| Direct Selling in Canada, <i>Annual, Bilingual.</i> | 63-218-XPB | La vente directe au Canada, <i>annuel, bilingue.</i> |
| Wholesaling and Retailing in Canada, <i>Annual, Bilingual.</i> | 63-236-XPB | Les commerces de gros et de détail au Canada, <i>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, 1995-1996

Tableau 1.

Ventes mensuelles des grands magasins, non-désaisonnalisées par rayon, Canada, 1995-1996

| No. | Department Rayon | Unadjusted - Non-désaisonnalisées | | | | |
|-----|---|-----------------------------------|--------------------|------------------------|--------------------|--|
| | | 1995 | | 1996 | | Change |
| | | September Septembre | October Octobre | September Septembre | October Octobre | October 1996/1995 Octobre 1996/1995 |
| | | \$'000 | | | | |
| 1 | Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles | 7,414 | 7,669 | 7,004 | 6,864 | -10.5 |
| 2 | Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles | 14,052 | 18,554 | 12,358 | 20,623 | 11.2 |
| 3 | Women's and misses' casual wear - Vêtements de sport pour dames et jeunes filles | 94,624 | 84,052 | 85,769 | 83,792 | -0.3 |
| 4 | Nursery Equipment - Articles de chambres d'enfants | 9,906 | 8,958 | 10,963 | 10,451 | 16.7 |
| 5 | Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants | 47,536 | 43,762 | 45,276 | 45,192 | 3.3 |
| 6 | Girls' wear - Vêtements de fillettes | 19,532 | 17,253 | 17,443 | 17,833 | 3.4 |
| 7 | Lingerie and Women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames | 17,949 | 18,757 | 16,857 | 18,857 | 0.5 |
| 8 | Intimate apparel - Sous-vêtements | 23,230 | 20,866 | 22,991 | 21,607 | 3.6 |
| 9 | Athletic footwear - Chaussures athlétiques | 14,043 | 9,570 | 13,018 | 10,824 | 13.1 |
| 10 | Women's hosiery - Bas pour dames | 18,211 | 18,026 | 16,055 | 18,890 | 4.8 |
| 11 | Women's accessories - Articles de parure pour dames | 14,936 | 16,543 | 14,428 | 18,195 | 10.0 |
| 12 | Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants | 28,645 | 29,534 | 26,204 | 31,460 | 6.5 |
| 13 | Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes | 18,622 | 22,097 | 18,578 | 25,080 | 13.5 |
| 14 | Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes | 76,621 | 77,814 | 76,568 | 85,540 | 9.9 |
| 15 | Boy's clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons | 19,213 | 16,626 | 17,429 | 18,162 | 9.2 |
| 16 | Men's and boy's footwear - Chaussures pour hommes et garçons | 13,729 | 15,699 | 13,889 | 17,314 | 10.3 |
| 17 | Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes | 38,574 | 55,574 | 39,329 | 60,731 | 9.3 |
| 18 | Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques | 103,173 | 100,373 | 115,517 | 120,314 | 19.9 |
| 19 | Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques | 7,687 | 7,386 | 7,306 | 7,765 | 5.1 |
| 20 | Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce | 15,052 | 16,773 | 15,741 | 17,884 | 6.6 |
| 21 | Linen - Linges de maison | 49,234 | 49,038 | 53,172 | 53,299 | 8.7 |
| 22 | Luggage - Bagages | 4,939 | 3,161 | 4,671 | 3,768 | 19.2 |
| 23 | China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie | 14,267 | 13,440 | 14,011 | 14,034 | 4.4 |
| 24 | Floor coverings - Revêtements de plancher | 10,120 | 10,097 | 9,628 | 10,433 | 3.3 |
| 25 | Draperies and furniture coverings - Tentures et housses | 10,130 | 10,236 | 8,858 | 11,023 | 7.7 |
| 26 | Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison | 7,622 | 7,290 | 8,822 | 9,461 | 29.8 |
| 27 | Furniture - Meubles | 38,503 | 38,225 | 39,673 | 39,009 | 2.1 |
| 28 | Major appliances - Gros appareils ménagers | 43,815 | 40,732 | 45,099 | 42,163 | 3.5 |
| 29 | Home entertainment equipment (T.V., stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.) | 54,284 | 65,799 | 57,237 | 67,816 | 3.1 |
| 30 | Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques | 55,482 | 57,320 | 59,215 | 61,228 | 6.8 |
| 31 | Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc. | 27,908 | 30,561 | 30,851 | 31,791 | 4.0 |
| 32 | Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction | 18,691 | 18,042 | 18,649 | 19,619 | 8.7 |
| 33 | Jewellery - Bijouterie | 29,167 | 61,417 | 30,748 | 72,057 | 17.3 |
| 34 | Toys and games - Jouets et jeux | 16,777 | 16,568 | 19,190 | 19,652 | 18.6 |
| 35 | Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques | 30,484 | 24,239 | 28,946 | 25,618 | 5.7 |
| 36 | Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau | 17,189 | 23,007 | 17,310 | 24,064 | 4.6 |
| 37 | Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures | 17,354 | 19,716 | 16,761 | 19,009 | -3.6 |
| 38 | Meals and lunches - Repas et casse-croûtes | 23,375 | 25,580 | 23,558 | 26,860 | 5.0 |
| 39 | Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'œuvre) | 46,503 | 55,922 | 49,486 | 59,132 | 5.7 |
| 40 | All other departments (includes gifts and seasonal) ¹ - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers) ¹ | 1,118,589 | 1,176,277 | 1,128,613 | 1,267,413 | 7.7 |
| 41 | ALL DEPARTMENTS - TOTAL- TOUS LES RAYONS | | | | | |

¹ 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, 1995-1996

| No. | Type of department store | Canada | Newfoundland & Prince Edward Island | Nova Scotia Nouvelle-Écosse | New Brunswick Nouveau-Brunswick | Québec |
|--------|-------------------------------------|------------|-------------------------------------|--------------------------------|------------------------------------|-----------|
| | | | Terre-Neuve & Île-du-Prince-Édouard | | | |
| \$'000 | | | | | | |
| | Major department stores | | | | | |
| 1 | 1995 September | 543,468 | x | x | x | x |
| 2 | October | 536,886 | x | x | x | x |
| 3 | January-October | 4,740,468 | x | x | x | x |
| 4 | 1996 September | 530,760 | x | x | x | x |
| 5 | October | 557,610 | x | x | x | x |
| 6 | January-October | 4,694,992 | x | x | x | x |
| | Percentage change | | | | | |
| 7 | October 1996/1995 | 3.9 | x | x | x | x |
| 8 | January-October 1996/1995 | -1.0 | x | x | x | x |
| | Discount department stores | | | | | |
| 9 | 1995 September | 575,122 | x | x | x | x |
| 10 | October | 639,390 | x | x | x | x |
| 11 | January-October | 5,382,242 | x | x | x | x |
| 12 | 1996 September | 597,852 | x | x | x | x |
| 13 | October | 709,803 | x | x | x | x |
| 14 | January-October | 5,830,466 | x | x | x | x |
| | Percentage change | | | | | |
| 15 | October 1996/1995 | 11.0 | x | x | x | x |
| 16 | January-October 1996/1995 | 8.3 | x | x | x | x |
| | Total, all department stores | | | | | |
| 17 | 1995 September | 1,118,589 | 20,731 | 36,356 | 27,619 | 208,269 |
| 18 | October | 1,176,277 | 23,330 | 39,296 | 30,780 | 212,264 |
| 19 | January-October | 10,122,710 | 191,428 | 321,524 | 244,882 | 1,896,431 |
| 20 | 1996 September | 1,128,613 | 19,933 | 35,045 | 26,006 | 203,415 |
| 21 | October | 1,267,413 | 25,012 | 43,497 | 32,770 | 230,730 |
| 22 | January-October | 10,525,458 | 194,255 | 327,544 | 248,575 | 1,971,269 |
| | Percentage change | | | | | |
| 23 | October 1996/1995 | 7.7 | 7.2 | 10.7 | 6.5 | 8.7 |
| 24 | January-October 1996/1995 | 4.0 | 1.5 | 1.9 | 1.5 | 3.9 |

² See footnote at end of tables.

Tableau 2.

Ventes mensuelles et cumulatives 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° |
|------------------------------|----------|--------------|-----------|--|-------------------------------|----|
| | | | | | | |
| \$'000 | | | | | | |
| X | X | X | X | X | Grands magasins traditionnels | |
| X | X | X | X | X | 1995 Septembre | 1 |
| X | X | X | X | X | Octobre | 2 |
| X | X | X | X | X | Janvier-octobre | 3 |
| X | X | X | X | X | 1996 Septembre | 4 |
| X | X | X | X | X | Octobre | 5 |
| X | X | X | X | X | Janvier-octobre | 6 |
| Variation en pourcentage | | | | | | |
| X | X | X | X | X | Octobre 1996/1995 | 7 |
| X | X | X | X | X | Janvier-octobre 1996/1995 | 8 |
| Grands magasins d'escomptes | | | | | | |
| X | X | X | X | X | 1995 Septembre | 9 |
| X | X | X | X | X | Octobre | 10 |
| X | X | X | X | X | Janvier-octobre | 11 |
| X | X | X | X | X | 1996 Septembre | 12 |
| X | X | X | X | X | Octobre | 13 |
| X | X | X | X | X | Janvier-octobre | 14 |
| Variation en pourcentage | | | | | | |
| X | X | X | X | X | Octobre 1996/1995 | 15 |
| X | X | X | X | X | Janvier-octobre 1996/1995 | 16 |
| Ensemble des grands magasins | | | | | | |
| 474,508 | 46,000 | 32,966 | 117,952 | 154,187 | 1995 Septembre | 17 |
| 488,266 | 50,419 | 37,466 | 128,554 | 165,901 | Octobre | 18 |
| 4,189,821 | 433,800 | 317,998 | 1,106,988 | 1,419,839 | Janvier-octobre | 19 |
| 474,894 | 45,732 | 35,255 | 125,480 | 162,853 | 1996 Septembre | 20 |
| 528,503 | 54,044 | 40,227 | 137,660 | 174,970 | Octobre | 21 |
| 4,353,614 | 451,564 | 339,178 | 1,161,170 | 1,478,289 | Janvier-octobre | 22 |
| Variation en pourcentage | | | | | | |
| 8.2 | 7.2 | 7.4 | 7.1 | 5.5 | Octobre 1996/1995 | 23 |
| 3.9 | 4.1 | 6.7 | 4.9 | 4.1 | Janvier-octobre 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, 1995-1996

| No. | Type of department store | Calgary | Edmonton | Halifax-Dartmouth | Hamilton | Montréal |
|-------------------------------------|---------------------------|---------|----------|-------------------|----------|-----------|
| \$'000 | | | | | | |
| Major department stores | | | | | | |
| 1 | 1995 September | x | | x | x | x |
| 2 | October | x | x | x | x | x |
| 3 | January-October | x | x | x | x | x |
| 4 | 1996 September | x | x | x | x | x |
| 5 | October | x | x | x | x | x |
| 6 | January-October | x | x | x | x | x |
| Percentage change | | | | | | |
| 7 | October 1996/1995 | x | x | x | x | x |
| 8 | January-October 1996/1995 | x | x | x | x | x |
| Discount department stores | | | | | | |
| 9 | 1995 September | x | x | x | x | x |
| 10 | October | x | x | x | x | x |
| 11 | January-October | x | x | x | x | x |
| 12 | 1996 September | x | x | x | x | x |
| 13 | October | x | x | x | x | x |
| 14 | January-October | x | x | x | x | x |
| Percentage change | | | | | | |
| 15 | October 1996/1995 | x | x | x | x | x |
| 16 | January-October 1996/1995 | x | x | x | x | x |
| Total, all department stores | | | | | | |
| 17 | 1995 September | 44,408 | 45,653 | 19,190 | 33,046 | 116,674 |
| 18 | October | 47,989 | 49,902 | 20,211 | 33,907 | 115,925 |
| 19 | January-October | 411,965 | 427,770 | 163,942 | 286,804 | 1,033,867 |
| 20 | 1996 September | 48,592 | 48,242 | 18,635 | 31,137 | 113,270 |
| 21 | October | 53,012 | 52,896 | 22,724 | 34,906 | 126,719 |
| 22 | January-October | 443,856 | 443,752 | 168,210 | 286,526 | 1,072,073 |
| Percentage change | | | | | | |
| 23 | October 1996/1995 | 10.5 | 6.0 | 12.4 | 2.9 | 9.3 |
| 24 | January-October 1996/1995 | 7.7 | 3.7 | 2.6 | -0.1 | 3.7 |

Tableau 3.

Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et d'escomptes, selon certaines régions métropolitaines, 1995-1996

| Ottawa-Hull | Québec | Toronto | Vancouver | Winnipeg | Genre de grand magasin | | N° |
|------------------------------|---------|-----------|-----------|----------|-------------------------------|----|----|
| \$'000 | | | | | | | |
| x | x | x | x | x | Grands magasins traditionnels | | |
| x | x | x | x | x | 1995 Septembre | 1 | |
| x | x | x | x | x | Octobre | 2 | |
| x | x | x | x | x | Janvier-octobre | 3 | |
| x | x | x | x | x | 1996 Septembre | 4 | |
| x | x | x | x | x | Octobre | 5 | |
| x | x | x | x | x | Janvier-octobre | 6 | |
| Variation en pourcentage | | | | | | | |
| x | x | x | x | x | Octobre 1996/1995 | 7 | |
| x | x | x | x | x | Janvier-octobre 1996/1995 | 8 | |
| Grands magasins d'escomptes | | | | | | | |
| x | x | x | x | x | 1995 Septembre | 9 | |
| x | x | x | x | x | Octobre | 10 | |
| x | x | x | x | x | Janvier-octobre | 11 | |
| x | x | x | x | x | 1996 Septembre | 12 | |
| x | x | x | x | x | Octobre | 13 | |
| x | x | x | x | x | Janvier-octobre | 14 | |
| Variation en pourcentage | | | | | | | |
| x | x | x | x | x | Octobre 1996/1995 | 15 | |
| x | x | x | x | x | Janvier-octobre 1996/1995 | 16 | |
| Ensemble des grands magasins | | | | | | | |
| 49,801 | 24,276 | 184,047 | 81,901 | 39,811 | 1995 Septembre | 17 | |
| 49,378 | 25,176 | 184,799 | 86,333 | 43,150 | Octobre | 18 | |
| 436,349 | 226,316 | 1,608,385 | 744,822 | 374,186 | Janvier-octobre | 19 | |
| 51,183 | 23,121 | 182,344 | 86,008 | 39,279 | 1996 Septembre | 20 | |
| 55,891 | 26,193 | 198,634 | 90,877 | 46,083 | Octobre | 21 | |
| 465,933 | 225,231 | 1,653,771 | 766,568 | 385,393 | Janvier-octobre | 22 | |
| Variation en pourcentage | | | | | | | |
| 13.2 | 4.0 | 7.5 | 5.3 | 6.8 | Octobre 1996/1995 | 23 | |
| 6.8 | -0.5 | 2.8 | 2.9 | 3.0 | Janvier-octobre 1996/1995 | 24 | |

Table 4.

Number of Major and Discount Department Store Locations, by Province, 1995-1996

| No. | Type of department store | Canada | Newfoundland Terre-Neuve | Prince Edward Island Île-du-Prince- Édouard | Nova Scotia Nouvelle- Écosse | New Brunswick Nouveau- Brunswick | Québec |
|-------------------------------------|--------------------------------|-----------|-----------------------------|--|------------------------------------|---|--------|
| No. - nbre | | | | | | | |
| 1 | Major department stores | | | | | | |
| 1995 | September | 306 | 2 | 1 | 11 | 5 | 58 |
| 2 | October | 305 | 2 | 1 | 11 | 5 | 58 |
| 3 | 1996 | September | 303 | 2 | 1 | 10 | 5 |
| 4 | October | 303 | 2 | 1 | 10 | 5 | 57 |
| Discount department stores | | | | | | | |
| 5 | 1995 | September | 548 | 15 | 4 | 31 | 24 |
| 6 | October | 552 | 15 | 4 | 31 | 24 | 92 |
| 7 | 1996 | September | 556 | 15 | 4 | 32 | 24 |
| 8 | October | 558 | 15 | 4 | 32 | 24 | 93 |
| Total, all department stores | | | | | | | |
| 9 | 1995 | September | 854 | 17 | 5 | 42 | 29 |
| 10 | October | 857 | 17 | 5 | 42 | 29 | 150 |
| 11 | 1996 | September | 859 | 17 | 5 | 42 | 29 |
| 12 | October | 861 | 17 | 5 | 42 | 29 | 149 |
| | | | | | | | 150 |

Table 5.

Number of Major and Discount Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1995-1996

| No. | Type of department store | Calgary | Edmonton | Halifax- Dartmouth | Hamilton | Montréal |
|-------------------------------------|--------------------------------|-----------|----------|-----------------------|----------|----------|
| No. - nbre | | | | | | |
| 1 | Major department stores | | | | | |
| 1995 | September | 13 | 17 | 7 | 11 | 31 |
| 2 | October | 12 | 17 | 7 | 11 | 31 |
| 3 | 1996 | September | 13 | 17 | 6 | 11 |
| 4 | October | 10 | 17 | 6 | 11 | 31 |
| Discount department stores | | | | | | |
| 5 | 1995 | September | 15 | 18 | 11 | 15 |
| 6 | October | 15 | 18 | 11 | 15 | 36 |
| 7 | 1996 | September | 16 | 18 | 12 | 15 |
| 8 | October | 16 | 18 | 12 | 15 | 36 |
| Total, all department stores | | | | | | |
| 9 | 1995 | September | 28 | 35 | 18 | 26 |
| 10 | October | 27 | 35 | 18 | 26 | 67 |
| 11 | 1996 | September | 29 | 35 | 18 | 26 |
| 12 | October | 26 | 35 | 18 | 26 | 67 |

^a 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 | 1995 | 1996 | |
| 118 | 13 | 11 | 42 | 45 | Grands magasins traditionnels | | | 1 |
| 118 | 13 | 11 | 41 | 45 | Septembre | | | 2 |
| 120 | 13 | 9 | 42 | 44 | Octobre | | | 3 |
| 120 | 13 | 9 | 42 | 44 | 1996 | Septembre | | 4 |
| 220 | 22 | 23 | 53 | 64 | Grands magasins d'escomptes | | | 5 |
| 224 | 22 | 23 | 53 | 64 | 1995 | Septembre | | 6 |
| 224 | | | | | Octobre | | | |
| 229 | 19 | 23 | 53 | 65 | 1996 | Septembre | | 7 |
| 230 | 19 | 23 | 53 | 65 | Octobre | | | 8 |
| 338 | 35 | 34 | 95 | 109 | Ensemble des grands magasins | | | 9 |
| 342 | 35 | 34 | 94 | 109 | 1995 | Septembre | | 10 |
| 342 | | | | | Octobre | | | |
| 349 | 32 | 32 | 95 | 109 | 1996 | Septembre | | 11 |
| 350 | 32 | 32 | 95 | 109 | Octobre | | | 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 | 1995 | 1996 | |
| 12 | 8 | 49 | 25 | 12 | Grands magasins traditionnels | | | 1 |
| 12 | 8 | 49 | 25 | 12 | Septembre | | | 2 |
| 12 | 8 | 49 | 24 | 12 | Octobre | | | 3 |
| 12 | 8 | 49 | 24 | 12 | 1996 | Septembre | | 4 |
| 20 | 8 | 61 | 22 | 16 | Grands magasins d'escomptes | | | 5 |
| 20 | 8 | 62 | 22 | 16 | 1995 | Septembre | | 6 |
| 20 | | | | | Octobre | | | |
| 24 | 6 | 63 | 22 | 13 | 1996 | Septembre | | 7 |
| 24 | 6 | 63 | 22 | 13 | Octobre | | | 8 |
| 32 | 16 | 110 | 47 | 28 | Ensemble des grands magasins | | | 9 |
| 32 | 16 | 111 | 47 | 28 | 1995 | Septembre | | 10 |
| 32 | | | | | Octobre | | | |
| 36 | 14 | 112 | 46 | 25 | 1996 | Septembre | | 11 |
| 36 | 14 | 112 | 46 | 25 | Octobre | | | 12 |

² Voir note à la fin des tableaux.

Table 6.

Department Store Monthly Inventories-Sales and Sales-Inventories Ratios, by Department, Canada, 1995-1996

| No. | Department | Inventories-sales/Stocks-ventes | | | |
|-----|--|---------------------------------|--------------------|------------------------|--------------------|
| | | 1995 | | 1996 | |
| | | September Septembre | October Octobre | September Septembre | October Octobre |
| 1 | Women's and misses' dresses and uniforms | 5.29 | 5.68 | 4.65 | 5.83 |
| 2 | Women's and misses' coats and suits | 5.45 | 4.40 | 5.13 | 3.29 |
| 3 | Women's and misses' casual wear | 4.60 | 5.53 | 4.56 | 5.02 |
| 4 | Nursery Equipment | 4.27 | 4.66 | 4.11 | 4.62 |
| 5 | Infants' and children's wear | 4.30 | 4.78 | 4.43 | 4.73 |
| 6 | Girls' wear | 4.74 | 5.67 | 5.17 | 5.61 |
| 7 | Lingerie and Women's sleepwear | 6.15 | 7.01 | 5.90 | 6.21 |
| 8 | Intimate apparel | 5.47 | 6.84 | 5.98 | 6.90 |
| 9 | Athletic footwear | 6.14 | 9.94 | 7.03 | 10.04 |
| 10 | Women's hosiery | 4.91 | 4.92 | 5.56 | 4.78 |
| 11 | Women's accessories | 6.83 | 7.32 | 6.50 | 6.22 |
| 12 | Women's, misses', girls' and children's footwear | 7.08 | 7.22 | 8.08 | 7.13 |
| 13 | Men's coats, suits and dress pants | 6.82 | 6.71 | 5.69 | 5.06 |
| 14 | Men's casual wear and furnishings | 5.91 | 6.46 | 5.71 | 5.76 |
| 15 | Boy's clothing and furnishings | 5.33 | 6.30 | 5.54 | 5.63 |
| 16 | Men's and boy's footwear | 8.20 | 7.46 | 8.66 | 7.43 |
| 17 | Food and kindred products | 2.34 | 1.81 | 2.38 | 1.85 |
| 18 | Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products | 4.54 | 5.32 | 4.07 | 4.51 |
| 19 | Photographic equipment and supplies | 5.65 | 6.15 | 5.49 | 6.09 |
| 20 | Sewing supplies, notions and piece goods | 7.67 | 6.92 | 6.92 | 5.86 |
| 21 | Linen | 6.15 | 6.36 | 6.09 | 6.32 |
| 22 | Luggage | 5.42 | 8.68 | 5.27 | 6.59 |
| 23 | China, crystal, glassware and silverware | 9.46 | 10.88 | 9.15 | 9.90 |
| 24 | Floor coverings | 4.95 | 5.13 | 5.11 | 4.87 |
| 25 | Drapery and furniture coverings | 6.83 | 7.06 | 7.77 | 6.39 |
| 26 | Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings | 7.54 | 8.08 | 6.44 | 6.49 |
| 27 | Furniture | 3.31 | 3.22 | 2.51 | 2.64 |
| 28 | Major appliances | 1.66 | 1.89 | 1.68 | 1.98 |
| 29 | Home entertainment equipment (T.V., stereo, V.C.R., etc.) | 6.18 | 5.35 | 5.25 | 4.92 |
| 30 | Housewares and small electrical appliances | 5.06 | 5.16 | 4.88 | 5.42 |
| 31 | Hardware, paints, wallpaper, etc. | 7.91 | 7.51 | 6.99 | 7.24 |
| 32 | Plumbing, heating and building materials | ... | ... | ... | ... |
| 33 | Jewellery | 9.80 | 11.34 | 10.38 | 10.93 |
| 34 | Toys and games | 11.40 | 5.76 | 10.99 | 5.39 |
| 35 | Sports equipment and athletic apparel | 14.18 | 14.99 | 10.73 | 11.30 |
| 36 | Stationery, books and office equipment | 6.68 | 9.41 | 6.76 | 8.83 |
| 37 | Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies | 5.59 | 4.34 | 5.48 | 4.34 |
| 38 | Meals and lunches | ... | ... | ... | ... |
| 39 | Repairs, installation and services (labour and parts) | ... | ... | ... | ... |
| 40 | All other departments (includes gifts and seasonal) ¹ | 4.88 | 5.25 | 4.75 | 5.15 |
| 41 | TOTAL ALL DEPARTMENTS | 5.43 | 5.59 | 5.24 | 5.19 |

¹ See footnote at end of tables.

Tableau 6.

Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1995-1996

| Sales-inventories/Ventes-stocks | | | | Rayon | N° | | |
|---------------------------------|---------|-----------|---------|--|----|--|--|
| 1995 | | 1996 | | | | | |
| September | October | September | October | | | | |
| Septembre | Octobre | Septembre | Octobre | | | | |
| 0.20 | 0.19 | 0.22 | 0.19 | Robes et uniformes pour dames et jeunes filles | 1 | | |
| 0.21 | 0.23 | 0.23 | 0.31 | Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles | 2 | | |
| 0.22 | 0.19 | 0.23 | 0.21 | Vêtements de sport pour dames et jeunes filles | 3 | | |
| 0.24 | 0.21 | 0.25 | 0.22 | Articles de chambres d'enfants | 4 | | |
| 0.24 | 0.21 | 0.23 | 0.22 | Vêtements de bébés et d'enfants | 5 | | |
| 0.21 | 0.18 | 0.19 | 0.19 | Vêtements de fillettes | 6 | | |
| 0.18 | 0.16 | 0.18 | 0.17 | Lingerie et vêtements de nuit pour dames | 7 | | |
| 0.18 | 0.15 | 0.16 | 0.15 | Sous-vêtements | 8 | | |
| 0.17 | 0.11 | 0.15 | 0.11 | Chaussures athlétiques | 9 | | |
| 0.20 | 0.20 | 0.18 | 0.21 | Bas pour dames | 10 | | |
| 0.16 | 0.15 | 0.17 | 0.18 | Articles de parure pour dames | 11 | | |
| 0.15 | 0.14 | 0.13 | 0.14 | Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants | 12 | | |
| 0.16 | 0.16 | 0.19 | 0.22 | Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes | 13 | | |
| 0.18 | 0.16 | 0.18 | 0.18 | Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes | 14 | | |
| 0.18 | 0.16 | 0.18 | 0.18 | Vêtements et articles d'habillement pour garçons | 15 | | |
| 0.13 | 0.14 | 0.12 | 0.14 | Chaussures pour hommes et garçons | 16 | | |
| 0.46 | 0.58 | 0.45 | 0.59 | Produits alimentaires et connexes | 16 | | |
| 0.23 | 0.20 | 0.25 | 0.24 | Articles de toilette, produits de beauté et pharmaceutiques | 18 | | |
| 0.17 | 0.17 | 0.18 | 0.18 | Appareils et fournitures photographiques | 19 | | |
| 0.13 | 0.14 | 0.14 | 0.17 | Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce | 20 | | |
| 0.17 | 0.16 | 0.16 | 0.16 | Linges de maison | 21 | | |
| 0.18 | 0.12 | 0.18 | 0.15 | Bagages | 21 | | |
| 0.11 | 0.10 | 0.11 | 0.11 | Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie | 23 | | |
| 0.21 | 0.20 | 0.20 | 0.21 | Revêtements de plancher | 24 | | |
| 0.15 | 0.14 | 0.13 | 0.16 | Tentures et housses | 25 | | |
| 0.13 | 0.13 | 0.16 | 0.16 | Lampes, tableaux, miroirs, et autres articles d'ameublement pour la maison | 26 | | |
| 0.30 | 0.31 | 0.39 | 0.39 | Meubles | 27 | | |
| 0.61 | 0.54 | 0.60 | 0.53 | Gros appareils ménagers | 28 | | |
| 0.17 | 0.19 | 0.19 | 0.21 | Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.) | 29 | | |
| 0.21 | 0.20 | 0.21 | 0.20 | Articles de ménage et petits appareils électriques | 30 | | |
| 0.13 | 0.14 | 0.14 | 0.14 | Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc. | 31 | | |
| ... | ... | ... | ... | Matériel de plomberie, chauffage et construction | 32 | | |
| 0.10 | 0.09 | 0.10 | 0.10 | Bijouterie | 33 | | |
| 0.10 | 0.18 | 0.11 | 0.20 | Jouets et jeux | 34 | | |
| 0.07 | 0.07 | 0.10 | 0.09 | Équipements de sport et vêtements athlétiques | 35 | | |
| 0.15 | 0.11 | 0.15 | 0.12 | Papeterie, livres et matériel de bureau | 36 | | |
| 0.18 | 0.23 | 0.19 | 0.24 | Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures | 37 | | |
| ... | ... | ... | ... | Repas et casse-croûtes | 38 | | |
| 0.25 | 0.21 | 0.25 | 0.22 | Service, installation et travaux de réparation | 39 | | |
| 0.19 | 0.19 | 0.20 | 0.20 | Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers) ¹ | 40 | | |
| | | | 0.20 | TOTAL, TOUS LES RAYONS | 41 | | |

Voir note à la fin des tableaux.

Table 7.

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

January-October

Tableau 7.

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

Janvier-octobre

| No. | Department | Sales - Ventes | | Change 1996/1995 |
|-----|---|-------------------|-------------------|---------------------|
| | | 1995 | 1996 | |
| | \$'000 | | % | |
| 1 | Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles | 82,118 | 72,588 | -11.6 |
| 2 | Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles | 91,285 | 88,659 | -2.9 |
| 3 | Women's and misses' casual wear - Vêtements de sport pour dames et jeunes filles | 817,191 | 772,362 | -5.5 |
| 4 | Nursery Equipment - Articles de chambres d'enfants | 97,107 | 100,556 | 3.6 |
| 5 | Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants | 356,051 | 354,274 | -0.5 |
| 6 | Girls' wear - Vêtements de fillettes | 163,999 | 155,343 | -5.3 |
| 7 | Lingerie and Women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames | 166,029 | 161,569 | -2.7 |
| 8 | Intimate apparel - Sous-vêtements | 218,718 | 220,725 | 0.9 |
| 9 | Athletic footwear - Chaussures athlétiques | 124,015 | 122,942 | -0.9 |
| 10 | Women's hosiery - Bas pour dames | 136,058 | 136,647 | 0.4 |
| 11 | Women's accessories - Articles de parure pour dames | 127,821 | 125,448 | -1.9 |
| 12 | Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants | 241,058 | 236,394 | -1.9 |
| 13 | Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes | 162,673 | 165,845 | 1.9 |
| 14 | Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes | 683,316 | 708,180 | 3.6 |
| 15 | Boy's clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons | 152,084 | 150,443 | -1.1 |
| 16 | Men's and boy's footwear - Chaussures pour hommes et garçons | 124,356 | 130,674 | 5.1 |
| 17 | Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes | 371,709 | 412,597 | 11.0 |
| 18 | Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques | 890,591 | 1,065,465 | 19.6 |
| 19 | Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques | 75,343 | 71,823 | -4.7 |
| 20 | Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce | 126,993 | 135,884 | 7.0 |
| 21 | Linen - Linges de maison | 428,706 | 453,725 | 5.8 |
| 22 | Luggage - Bagages | 41,252 | 42,212 | 2.3 |
| 23 | China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie | 126,394 | 126,710 | 0.3 |
| 24 | Floor coverings - Revêtements de plancher | 88,431 | 89,036 | 0.7 |
| 25 | Draperies and furniture coverings - Tentures et housses | 92,843 | 86,922 | -6.4 |
| 26 | Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison | 71,106 | 75,088 | 5.6 |
| 27 | Furniture - Meubles | 352,388 | 360,835 | 2.4 |
| 28 | Major appliances - Gros appareils ménagers | 366,297 | 379,922 | 3.7 |
| 29 | Home entertainment equipment (T.V., stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.) | 478,585 | 501,357 | 4.8 |
| 30 | Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques | 485,532 | 533,881 | 10.0 |
| 31 | Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc. | 335,179 | 348,791 | 4.1 |
| 32 | Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction | ... | ... | ... |
| 33 | Jewellery - Bijouterie | 165,375 | 168,340 | 1.8 |
| 34 | Toys and games - Jouets et jeux | 295,741 | 319,470 | 8.0 |
| 35 | Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques | 247,733 | 258,600 | 4.4 |
| 36 | Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau | 263,195 | 275,279 | 4.6 |
| 37 | Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures | 154,084 | 164,166 | 6.5 |
| 38 | Meals and lunches - Repas et casse-croûtes | 178,732 | 174,075 | -2.6 |
| 39 | Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'œuvre) | 224,603 | 229,620 | 2.2 |
| 40 | All other departments (includes gifts and seasonal) ¹ - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers) ¹ | 518,019 | 549,013 | 6.0 |
| 41 | ALL DEPARTMENTS - TOTAL- TOUS LES RAYONS | 10,122,710 | 10,525,458 | 4.0 |

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

Table 8.

**Department Store Monthly Inventories,
Unadjusted, by Department, Canada, 1995-1996**

| No. | Department Rayon | Unadjusted - Non-désaisonnalisés | | | | | | |
|--------|---|----------------------------------|------------------|------------------|------------------|---------------------------------|----------------------------|--|
| | | 1995 | | 1996 | | Change - Variation | | |
| | | September | October | September | October | October 1996/ September 1996 | October 1996/ 1995 | |
| | | Septembre | Octobre | Septembre | Octobre | Octobre 1996/ septembre 1996 | Octobre 1996/ 1995/1995 | |
| \$'000 | | | | | | | | |
| % | | | | | | | | |
| 1 | Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles | 39,237 | 43,551 | 32,583 | 40,033 | 22.9 | -8.1 | |
| 2 | Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles | 76,614 | 81,663 | 63,364 | 67,794 | 7.0 | -17.0 | |
| 3 | Women's and misses' casual wear - Vêtements de sport pour dames et jeunes filles | 435,153 | 465,226 | 390,701 | 420,966 | 7.7 | -9.5 | |
| 4 | Nursery Equipment - Articles de chambres d'enfants | 42,301 | 41,742 | 45,102 | 48,260 | 7.0 | 15.6 | |
| 5 | Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants | 204,601 | 209,348 | 200,587 | 213,543 | 6.5 | 2.0 | |
| 6 | Girls' wear - Vêtements de fillettes | 92,493 | 97,835 | 90,118 | 100,002 | 11.0 | 2.2 | |
| 7 | Lingerie and Women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames | 110,418 | 131,426 | 99,429 | 117,077 | 17.7 | -10.9 | |
| 8 | Intimate apparel - Sous-vêtements | 127,134 | 142,672 | 137,475 | 149,086 | 8.4 | 4.5 | |
| 9 | Athletic footwear - Chaussures athlétiques | 86,161 | 95,091 | 91,470 | 108,687 | 18.8 | 14.3 | |
| 10 | Women's hosiery - Bas pour dames | 89,500 | 88,676 | 89,197 | 90,317 | 1.3 | 1.9 | |
| 11 | Women's accessories - Articles de parure pour dames | 102,001 | 121,146 | 93,816 | 113,190 | 20.7 | -6.6 | |
| 12 | Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants | 202,903 | 213,191 | 211,625 | 224,351 | 6.0 | 5.2 | |
| 13 | Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes | 127,002 | 148,208 | 105,741 | 126,799 | 19.9 | -14.4 | |
| 14 | Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes | 452,456 | 502,952 | 437,083 | 492,400 | 12.7 | -2.1 | |
| 15 | Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons | 102,446 | 104,750 | 96,481 | 102,333 | 6.1 | -2.3 | |
| 16 | Men's and boy's footwear - Chaussures pour hommes et garçons | 112,581 | 117,166 | 120,289 | 128,671 | 7.0 | 9.8 | |
| 17 | Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes | 90,203 | 100,490 | 93,768 | 112,433 | 19.9 | 11.9 | |
| 18 | Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques | 468,620 | 533,974 | 469,603 | 542,267 | 15.5 | 1.6 | |
| 19 | Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques | 43,419 | 45,389 | 40,129 | 47,278 | 17.8 | 4.2 | |
| 20 | Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce | 115,474 | 116,046 | 109,008 | 104,717 | -3.9 | -9.8 | |
| 21 | Linen - Linges de maison | 302,755 | 312,033 | 323,731 | 336,754 | 4.0 | 7.9 | |
| 22 | Luggage - Bagages | 26,760 | 27,446 | 24,613 | 24,849 | 1.0 | -9.5 | |
| 23 | China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie | 134,952 | 146,226 | 128,174 | 138,925 | 8.4 | -5.0 | |
| 24 | Floor coverings - Revêtements de plancher | 50,075 | 51,755 | 49,200 | 50,832 | 3.3 | -1.8 | |
| 25 | Draperies and furniture coverings - Tentures et housses | 69,238 | 72,240 | 68,835 | 70,450 | 2.3 | -2.5 | |
| 26 | Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'aménagement pour la maison | 57,490 | 58,923 | 56,859 | 61,418 | 8.0 | 4.2 | |
| 27 | Furniture - Meubles | 127,486 | 123,029 | 99,590 | 103,053 | 3.5 | -16.2 | |
| 28 | Major appliances - Gros appareils ménagers | 72,883 | 77,075 | 75,797 | 83,592 | 10.3 | 8.5 | |
| 29 | Home entertainment equipment (T.V., stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détenté au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.) | 335,508 | 351,814 | 300,403 | 333,955 | 11.2 | -5.1 | |
| 30 | Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques | 280,790 | 295,985 | 289,024 | 331,843 | 14.8 | 12.1 | |
| 31 | Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc. | 220,731 | 229,395 | 215,595 | 230,214 | 6.8 | 0.4 | |
| 32 | Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction | ... | ... | ... | ... | ... | ... | |
| 33 | Jewellery - Bijouterie | 183,094 | 204,609 | 193,657 | 214,354 | 10.7 | 4.8 | |
| 34 | Toys and games - Jouets et jeux | 332,441 | 353,703 | 337,775 | 388,395 | 15.0 | 9.8 | |
| 35 | Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques | 237,833 | 248,387 | 205,855 | 222,017 | 7.9 | -10.6 | |
| 36 | Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau | 203,712 | 228,004 | 195,652 | 226,254 | 15.6 | -0.8 | |
| 37 | Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures | 96,030 | 99,804 | 94,828 | 104,532 | 10.2 | 4.7 | |
| 38 | Meals and lunches - Repas et casse-croûtes | ... | ... | ... | ... | ... | ... | |
| 39 | Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'œuvre) | ... | ... | ... | ... | ... | ... | |
| 40 | All other departments (includes gifts and seasonal) ¹ - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers) ¹ | 226,865 | 293,381 | 235,190 | 304,483 | 29.5 | 3.8 | |
| 41 | ALL DEPARTMENTS - TOTAL- TOUS LES RAYONS | 6,079,358 | 6,574,355 | 5,912,346 | 6,576,121 | 11.2 | -- | |

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

Tableau 8.

Stocks mensuels des grands magasins, non-désaisonnalisés par rayon, Canada, 1995-1996

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 | | Discount | | |
| | Sales Ventes | Distribution | Sales Ventes | Distribution | Sales Ventes | D'escampes | 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 | 805,637 | 100.0 | 367,126 | 45.6 | 438,511 | | 54.4 |
| March - Mars | 974,770 | 100.0 | 445,568 | 45.7 | 529,202 | | 54.3 |
| April - Avril | 1,057,787 | 100.0 | 474,636 | 44.9 | 583,152 | | 55.1 |
| May - Mai | 1,158,504 | 100.0 | 509,417 | 44.0 | 649,086 | | 56.0 |
| June - Juin | 1,148,264 | 100.0 | 506,384 | 44.1 | 641,880 | | 55.9 |
| July - Juillet | 1,020,479 | 100.0 | 439,074 | 43.0 | 581,405 | | 57.0 |
| August - Août | 1,200,668 | 100.0 | 526,631 | 43.9 | 674,036 | | 56.1 |
| September - Septembre | 1,128,613 | 100.0 | 530,760 | 47.0 | 597,852 | | 53.0 |
| October - Octobre | 1,267,413 | 100.0 | 557,610 | 44.0 | 709,803 | | 56.0 |
| Year - Année | | | | | | | |

Table 10.

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

| Period Période | Unadjusted | | Seasonally adjusted | |
|-----------------------|-----------------------|---|-----------------------|---|
| | Non-désaisonnalisés | | Désaisonnalisés | |
| | Inventories Stocks | Year/year change Variation année/année | Inventories Stocks | Month/month change 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 | - |
| July - Juillet | 4,784,816 | -2.6 | 5,095,597 | -0.3 |
| August - Août | 4,986,933 | -0.8 | 5,046,901 | -1.0 |
| September - Septembre | 5,361,775 | 0.9 | 5,099,219 | 1.0 |
| October - Octobre | 5,996,828 | 1.5 | 5,145,543 | 0.9 |
| November - Novembre | 6,210,662 | 2.7 | 5,146,338 | - |
| December - Décembre | 4,821,414 | 0.8 | 5,166,024 | 0.4 |
| 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 | 2.4 |
| October - Octobre | 6,574,355 | 15.4 | 5,659,832 | -2.3 |
| November - Novembre | 6,795,231 | 10.3 | 5,611,351 | -0.9 |
| December - Décembre | 5,211,092 | 8.8 | 5,575,182 | -0.6 |
| 1996 | | | | |
| January - Janvier | 4,937,540 | 9.7 | 5,723,474 | 2.7 |
| February - Février | 5,310,198 | 8.9 | 5,696,071 | -0.5 |
| March - Mars | 5,736,540 | 9.3 | 5,761,671 | 1.2 |
| April - Avril | 5,874,679 | 9.9 | 5,826,017 | 1.1 |
| May - Mai | 5,732,534 | 7.7 | 5,834,825 | 0.2 |
| June - Juin | 5,463,558 | 6.7 | 5,864,216 | 0.5 |
| July - Juillet | 5,439,673 | 5.8 | 5,799,179 | -1.1 |
| August - Août | 5,508,068 | -1.4 | 5,599,751 | -3.4 |
| September - Septembre | 5,912,346 | -2.7 | 5,671,866 | 1.3 |
| October - Octobre | 6,576,121 | -- | 5,697,479 | 0.5 |

Tableau 10.

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

Table 11.

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

Tableau 11.

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 | 1,086,204 | 0.2 |
| February - Février | 690,785 | -7.4 | 1,065,256 | -1.9 |
| March - Mars | 865,137 | 1.6 | 1,060,306 | -0.5 |
| April - Avril | 1,002,578 | -1.7 | 1,077,046 | 1.6 |
| May - Mai | 1,039,352 | -1.5 | 1,065,920 | -1.0 |
| June - Juin | 997,228 | -1.4 | 1,049,771 | -1.5 |
| July - Juillet | 941,655 | -3.0 | 1,059,249 | 0.9 |
| August - Août | 973,888 | -6.4 | 1,050,813 | -0.8 |
| September - Septembre | 1,042,437 | -0.3 | 1,071,798 | 2.0 |
| October - Octobre | 1,111,524 | -2.9 | 1,073,962 | 0.2 |
| November - Novembre | 1,344,676 | -0.9 | 1,063,219 | -1.0 |
| December - Décembre | 2,074,038 | -0.4 | 1,070,346 | 0.7 |
| 1994 | | | | |
| January - Janvier | 666,161 | -6.3 | 1,018,632 | -4.8 |
| February - Février | 752,560 | 8.9 | 1,162,505 | 14.1 |
| March - Mars | 967,582 | 11.8 | 1,167,145 | 0.4 |
| April - Avril | 999,691 | -0.3 | 1,078,644 | -7.6 |
| May - Mai | 1,022,975 | -1.6 | 1,090,729 | 1.1 |
| June - Juin | 1,067,381 | 7.0 | 1,100,597 | 0.9 |
| July - Juillet | 945,816 | 0.4 | 1,098,735 | -0.2 |
| August - Août | 1,087,707 | 11.7 | 1,147,872 | 4.5 |
| September - Septembre | 1,014,377 | -2.7 | 1,067,048 | -7.0 |
| October - Octobre | 1,149,620 | 3.4 | 1,115,793 | 4.6 |
| November - Novembre | 1,435,457 | 6.8 | 1,126,957 | 1.0 |
| December - Décembre | 2,189,631 | 5.6 | 1,124,295 | -0.2 |
| 1995 | | | | |
| January - Janvier | 714,635 | 7.3 | 1,129,289 | 0.4 |
| February - Février | 722,854 | -3.9 | 1,120,020 | -0.8 |
| March - Mars | 953,009 | -1.5 | 1,144,857 | 2.2 |
| April - Avril | 1,043,974 | 4.4 | 1,138,322 | -0.6 |
| May - Mai | 1,110,195 | 8.5 | 1,157,427 | 1.7 |
| June - Juin | 1,142,457 | 7.0 | 1,180,002 | 2.0 |
| July - Juillet | 1,002,857 | 6.0 | 1,166,529 | -1.1 |
| August - Août | 1,137,864 | 4.6 | 1,180,889 | 1.2 |
| September - Septembre | 1,118,589 | 10.3 | 1,169,638 | -1.0 |
| October - Octobre | 1,176,277 | 2.3 | 1,173,938 | 0.4 |
| November - Novembre | 1,536,861 | 7.1 | 1,178,855 | 0.4 |
| December - Décembre | 2,264,056 | 3.4 | 1,183,859 | 0.4 |
| 1996 | | | | |
| January - Janvier | 763,324 | 6.8 | 1,182,353 | -0.1 |
| February - Février | 805,637 | 11.5 | 1,191,223 | 0.8 |
| March - Mars | 974,770 | 2.3 | 1,179,373 | -1.0 |
| April - Avril | 1,057,787 | 1.3 | 1,182,856 | 0.3 |
| May - Mai | 1,158,504 | 4.4 | 1,186,560 | 0.3 |
| June - Juin | 1,148,264 | 0.5 | 1,185,478 | -0.1 |
| July - Juillet | 1,020,479 | 1.8 | 1,196,635 | 0.9 |
| August - Août | 1,200,668 | 5.5 | 1,212,722 | 1.3 |
| September - Septembre | 1,128,613 | 0.9 | 1,217,202 | 0.4 |
| October - Octobre | 1,267,413 | 7.7 | 1,221,605 | 0.4 |

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**

| Month Mois | 1994 | 1995 | 1996 | Change from previous month | Change 1996/1995 |
|--|-----------|-----------|-----------|---|------------------------|
| | | | | 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 | 2,807,300 | -5.0 | -12.6 |
| March - Mars | 2,848,809 | 3,149,391 | 2,739,394 | -2.4 | -13.0 |
| April - Avril | 2,867,452 | 3,181,695 | 2,587,531 | -5.5 | -18.7 |
| May - Mai | 2,939,099 | 3,226,237 | 2,615,398 | 1.1 | -18.9 |
| June - Juin | 2,987,341 | 3,224,406 | 2,591,503 | -0.9 | -19.6 |
| July - Juillet | 2,987,801 | 3,214,301 | 2,470,979 | -4.7 | -23.1 |
| August - Août | 3,037,200 | 3,311,488 | 2,526,688 | 2.3 | -23.7 |
| September - Septembre | 3,090,334 | 3,356,168 | 2,587,304 | 2.4 | -22.9 |
| October - Octobre | 3,134,257 | 3,337,668 | 2,625,523 | 1.5 | -21.3 |
| 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 | 3,370 | 2,840 | -0.2 | -15.7 |
| February - Février | 2,914 | 3,297 | 2,875 | 1.2 | -12.8 |
| March - Mars | 2,978 | 3,279 | 2,824 | -1.8 | -13.9 |
| April - Avril | 2,982 | 3,300 | 2,712 | -4.0 | -17.8 |
| May - Mai | 3,016 | 3,311 | 2,705 | -0.3 | -18.3 |
| June - Juin | 3,047 | 3,296 | 2,656 | -1.8 | -19.4 |
| July - Juillet | 3,081 | 3,310 | 2,581 | -2.8 | -22.0 |
| August - Août | 3,092 | 3,362 | 2,576 | -0.2 | -23.4 |
| September - Septembre | 3,126 | 3,368 | 2,576 | -- | -23.5 |
| October - Octobre | 3,143 | 3,322 | 2,577 | -- | -22.4 |
| November - Novembre | 3,182 | 3,313 | | | |
| December - Décembre | 3,246 | 2,846 | | | |

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 général, vend ses gammes de produits à prix réduits.

CHAMP DE L'ENQUÊTE

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

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

Cette publication mensuelle présente les derniers résultats de

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

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

II. DATA QUALITY AND METHODOLOGY

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

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

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

For more information about this survey or the Industry Division's statistical survey program in general, please contact the Retail Trade Section, Industry Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6, Tel: (613) 951-0675.

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) 951-0675.

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 prédition, Statistique Canada rajuste les séries temporelles au moyen de la méthode de désaisonnalisation X-11-ARIMI³ afin de justement minimiser l'impact des variations saisonnières sur les séries. La partie ARIMI 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 ARIMI (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, 401 Bay St., 10th Floor, Toronto,
Ontario

Wal-Mart Canada Inc., 1940 Argentia Road,
Mississauga, Ontario

Appendice II

Liste des organisations de grands magasins

Organisations de grands magasins traditionnels

Hudson's Bay Co., 401 rue Bay, 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'escompte

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

Zeller's Dept. Stores, 401 rue Bay, 10 ième étage, Toronto
(Ontario)

Wal-Mart Canada Inc., 1940 chemin Argentia,
Mississauga (Ontario)

Text Table I.

Measures of Reliability, Department Stores, Canada, October 1996

Tableau explicatif I.

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

| | Response rate ¹ | | Response fraction ² | |
|---|------------------------------|----------------------|--------------------------------|--|
| | Taux de réponse ¹ | | | |
| | Survey units | Organizational units | | |
| | | | | |
| | | | | |
| 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.

FIND STRENGTH IN NUMBERS!

Let us show you how to take advantage of the multitude of data available from Canada's leading statistical agency.

Statistics Canada is the first-hand source of information about Canada, its economy, its institutions and its people. We collect and maintain hundreds of databases of reliable information, from patterns in family expenditures to international trade statistics; from details on Canadians' health and educational qualifications to employment and labour trends. We can produce comprehensive profiles of Canada's society and economy using the data from over 400 surveys.

Our **Advisory Services** team of expert consultants is here to help you discover Statistics Canada. We will work with you to define your needs, sift through our vast resources and put together an information package designed to meet those needs. Our highly trained staff:

- can analyze and interpret your customized data packages
- provide you with ongoing support through our telephone enquiry service
- offer workshops and seminars on a wide range of topics

We can even conduct surveys tailored to your specialized requirements.

In today's complex social and economic climates, accurate and up-to-date information is an essential tool for performing such detail-intensive tasks as researching, planning, teaching or analyzing. Rely on the expertise at Statistics Canada to provide you with the information and services you need, quickly, professionally and cost effectively.

Call us today and discover how to get our numbers working for you!

LES CHIFFRES FONT LA FORCE !

Découvrez comment tirer parti de la multitude de données offertes par le chef de file canadien en matière de statistiques.

Statistique Canada est la source directe des données sur le Canada, son économie, ses institutions et sa population. Nous compilons et tenons à jour des centaines de bases de données fiables, à partir des habitudes de dépense des familles aux statistiques sur le commerce international et des détails relatifs à la santé et aux niveaux d'instruction des Canadiens aux tendances de l'emploi et de la main-d'œuvre. Nous sommes en mesure de préparer des portraits descriptifs de la société et l'économie canadiennes à l'aide de données provenant de plus de 400 enquêtes.

L'équipe d'experts-conseils de nos **services consultatifs** est là pour vous aider à mieux connaître Statistique Canada. Nous travaillerons avec vous à définir vos besoins, à passer en revue nos vastes ressources et à rassembler des documents pouvant répondre à ces besoins. Notre personnel hautement qualifié :

- peut analyser et interpréter vos ensembles de données personnalisés
- vous offre un appui constant grâce à notre service de renseignements téléphonique
- organise des ateliers et des conférences sur une large gamme de sujets

Nous pouvons même mener des enquêtes spécifiquement conçues pour répondre à des besoins particuliers.

Dans un contexte social et économique de plus en plus complexe, des

renseignements exacts et à jour sont un outil essentiel pour mener à bien des tâches aussi précises que la recherche, la planification, l'enseignement ou l'analyse. Fiez-vous à l'expertise de Statistique Canada pour obtenir les renseignements et les services dont vous avez besoin de manière rapide, professionnelle et rentable.

Téléphonez-nous dès aujourd'hui et découvrez comment vous pouvez profiter de nos chiffres!

National ENQUIRIES line / Service national de RENSEIGNEMENTS: 1-800-263-1136

National ORDER line / Service national de COMMANDES: 1-800-267-6677

National TDD line / Service national ATS: 1-800-363-7629

| Region / Région | Local calls / Appel local | Fax/Télécopieur |
|---|----------------------------------|------------------------|
| Atlantic Region / Région de l'Atlantique | (902) 426-5331 | (902) 426-9538 |
| Québec Region / Région du Québec | (514) 283-5725 | (514) 283-9350 |
| National Capital Region / Région de la capitale nationale | (613) 951-8116 | (613) 951-0581 |
| Ontario Region / Région de l'Ontario | (416) 973-6586 | (416) 973-7475 |
| Pacific Region / Région du Pacifique | (604) 666-3691 | (604) 666-4863 |
| Prairies and N.W.T. / Prairies et T.N.-O. | | |
| Manitoba | (204) 983-4020 | (204) 983-7543 |
| Saskatchewan | (306) 780-5405 | (306) 780-5403 |
| Southern Alberta / Sud de l'Alberta | (403) 292-6717 | (403) 292-4958 |
| Northern Alberta and N.W.T. / Nord de l'Alberta et T.N.-O. | (403) 495-3027 | (403) 495-5318 |



ORDER FORM

Statistics Canada

TO ORDER:



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



PHONE
1-800-267-6677

Charge to Visa or Mastercard
Outside Canada and the U.S.,
and in the Ottawa area call
(613) 951-7277. Please do
not send confirmation. A fax will be
treated as an original order.



FAX
1-800-889-9734

Visa, MasterCard and
purchase orders only.
Please do not send
confirmation. A fax will be
treated as an original order.



INTERNET order@statcan.ca

(Please print)



1-800-363-7629
Telecommunication Device
for the Hearing Impaired

Company _____

Department _____

Attention _____ Title _____

Address _____

City _____ Province _____

Postal Code _____ Phone _____ Fax _____

METHOD OF PAYMENT:

(Check only one)

Please charge my: VISA MasterCard

Card Number _____

Expiry Date _____

Cardholder (please print) _____

Signature _____

Payment enclosed \$ _____

Purchase

Order Number _____

(Please enclose)

Authorized Signature _____

| Catalogue Number | Title | Date of Issue or Indicate an "S" for subscription | Annual Subscription or Book Price | | | Quantity | Total \$ |
|---|-------|---|--------------------------------------|--------------------|----------------------|----------|----------|
| | | | Canada \$ | United States US\$ | Other Countries US\$ | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| SUBTOTAL | | | | | | | |
| DISCOUNT (if applicable) | | | | | | | |
| GST (7%) (Canadian clients only) | | | | | | | |
| Applicable PST (Canadian clients Only) | | | | | | | |
| GRAND TOTAL | | | | | | | |
| PF 093238 | | | | | | | |

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

► 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.

► Cheque or money order should be made payable to the
Receiver General for Canada.

► GST Registration # R121491807



THANK YOU FOR YOUR ORDER!



Statistics
Canada Statistique
Canada

Canada



BON DE COMMANDE

Statistique Canada

STATISTICS CANADA LIBRARY
BIBLIOTHÈQUE STATISTIQUE CANADA



1010226558

POUR COMMANDER :



COURRIER



TÉLÉPHONE
1-800-267-6677



TÉLÉCOPIEUR
1-800-889-9734

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

Faites débiter votre compte Visa ou MasterCard De l'extérieur du Canada et des États-Unis et dans la région d'Ottawa, composez le (613) 951-7277. Veuillez ne pas envoyer de confirmation.



INTERNET order@statcan.ca

(Veuillez écrire en caractères d'imprimante)



1-800-363-7629

Appareils de télécommunications pour les malentendants

Compagnie

Service

A l'attention de

Fonction

Adresse

Ville

Province

Code postal

Téléphone

Télécopieur

MODALITÉS DE PAIEMENT:

(Cochez une seule case)

Veuillez débiter mon compte

VISA

MasterCard

N° de carte

Date d'expiration

Détenteur de carte (lettres moulées)

Signature

Paiement inclus \$ _____

N° du bon

de commande _____

(Veuillez joindre le bon)

Signature de la personne autorisée

| Numéro au catalogue | Titre | Édition demandée ou inscrire "A" pour les abonnements | Abonnement annuel ou prix de la publication | | | Quantité | Total \$ |
|--|-------|---|---|------------------|-------------------|----------|----------|
| | | | Canada \$ | États-Unis \$ US | Autres pays \$ US | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| TOTAL RÉDUCTION (\$ il y a lieu) | | | | | | | |
| TPS (7 %) (Clients canadiens seulement) | | | | | | | |
| TVP en vigueur (Clients canadiens seulement) | | | | | | | |
| TOTAL GÉNÉRAL | | | | | | | |
| PF 093238 | | | | | | | |

MERCI DE VOTRE COMMANDE!



Statistique Canada
Statistics 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.

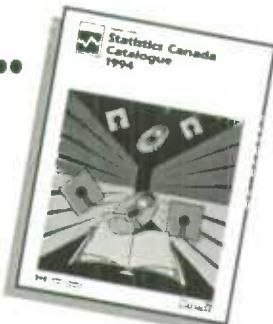
From the most popular topics of the day - like employment, income, trade, and education - to specific research studies - like mineral products shipped from Canadian ports and criminal victimization in urban areas - you'll find it all here.

... 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: 1-800-287-8677
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 conçu pour éviter les dos cassés, les bords abimés 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 : 11-2040XPF.

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 : 1-800-287-8677
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

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

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

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

...and much, much more!

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

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

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

Dégagez les nouvelles tendances

Définissez les nouveaux marchés

Déterminez les possibilités de profit



our maintenir votre place sur le marché de demain, vous devez être en mesure de prévoir les tendances aujourd'hui. Pour ce faire, vous devrez comprendre les habitudes d'achat sur le marché canadien.

Renfermant un profil complet des consommateurs canadiens ainsi qu'une analyse approfondie des industries canadiennes, le **Recueil statistique des études de marché** brosse un tableau exhaustif des habitudes d'achat. Ce précieux best-seller peut vous faire découvrir de nouveaux marchés en vous fournissant les détails suivants :

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

...et bien plus encore!

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

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