



Catalogue no. 63-002-XPB

Department store sales and stocks

November 1996

N° 63-002-XPB au catalogue

Ventes et stocks des grands magasins

Novembre 1996

STATISTICS
CANADA

STATISTIQUE
CANADA

JAN 30 1997

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 ou de services connexes doit être adressée à : Section du Commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (téléphone : (613) 951-2210) 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.

National enquiries line	1 800 263-1136
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

November 1996

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

Ventes et stocks des grands magasins

Novembre 1996

Published by authority of the Minister responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 1997

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.

January 1997

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. 11
Frequency: Monthly

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1997

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

Janvier 1997

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° 11
Périodicité : mensuelle

ISSN 0380-7045

Ottawa

Note of appreciation

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

Note de reconnaissance

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

Symbols

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

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

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

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

This publication was prepared under the direction of:

- **G. Andrusiak**, Director, Industry Division
- **R. Lussier**, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **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
- **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 | 21 |
| 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 |

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 |

Text Table

- I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada

Tableau explicatif

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

27

Highlights

November 1996

- The Christmas season got off to a strong start in department stores as consumers spent \$1,257.7 million in November, a record level for that month.
- Seasonally adjusted sales rose 2.4% from October. This was the fifth consecutive monthly increase and the largest month-to-month gain in more than two years. In general, department store sales have been increasing since mid-1993.
- Compared with November 1995, sales rose a seasonally adjusted 6.7%, the largest year-over-year gain this decade. By comparison, according to the Consumer Price Index, the price of goods rose 2.4% from November 1995.
- Total sales during the first 11 months of 1996 were only about \$700 million short of total sales in 1995. Consumers have spent an average of \$1,200 million a month since January. At this rate, 1996 department store sales should reach their highest ever annual level.
- The discount department stores continued to lead the gain in department store sales. Their sales rose 11.7% (unadjusted) from November 1995, reaching \$942.4 million. Discount stores have accumulated sales of \$6,772.9 million since the beginning of the year, up 8.8% from the first 11 months of 1995.
- The major department stores posted sales of \$726.1 million in November, up 4.8% from November 1995. Their year-to-date sales of \$5,421.1 million were little changed (-0.2%) from the same period last year.
- On a provincial basis, the largest gain in department store sales was reported in Saskatchewan, with an 11.2% increase from November 1995. Among the 10 census metropolitan areas surveyed, Halifax-Dartmouth recorded the largest increase with an 11.1% jump in sales.

Faits saillants

Novembre 1996

- La saison du magasinage de Noël a fortement débuté dans les grands magasins, alors que les consommateurs ont dépensé 1,257.7 millions de dollars en novembre, un niveau record pour ce mois.
- Les ventes désaisonnalisées ont grimpé de 2.4% par rapport au mois d'octobre. Cette cinquième augmentation mensuelle d'affilée constitue la plus importante depuis deux ans. En général, les ventes des grands magasins sont en augmentation depuis le milieu de 1993.
- Comparativement au mois de novembre 1995, les ventes enregistrées par les grands magasins ont augmenté de 6.7% (donnée désaisonnalisée), la plus forte augmentation annuelle au cours des années 90. En comparaison, l'indice des prix à la consommation montre que le prix des produits a crû de 2.4% au cours de cette période.
- Les ventes cumulatives des 11 premiers mois de 1996 ne sont plus qu'à environ 700 millions de dollars du résultat des ventes totales de 1995. Les consommateurs ont dépensé en moyenne 1,200 millions de dollars par mois depuis janvier. À ce rythme, on s'attend à ce que les ventes totales des grands magasins atteignent leur plus haut niveau jamais observé.
- Les magasins d'escompte ont continué de mener la tendance à la hausse des ventes des grands magasins. Ces derniers ont amélioré leurs ventes de 11.7% (donnée non désaisonnalisée) comparativement à novembre 1995 en enregistrant des ventes de 942.4 millions de dollars. Les magasins d'escompte ont accumulé des ventes de 6,772.9 millions de dollars depuis le début de l'année 1996, un saut de 8.8% comparativement aux 11 premiers mois de 1995.
- Les magasins traditionnels ont quant à eux affiché des ventes de 726.1 millions de dollars et une amélioration de 4.8%. Leurs ventes cumulatives totalisent maintenant 5,421.1 millions de dollars, ce qui représente un faible changement par rapport à la même période l'an dernier (-0.2%).
- À l'échelle provinciale, la plus forte croissance des ventes des grands magasins en novembre a été enregistrée par la Saskatchewan avec une augmentation de 11.2%. Parmi les dix grandes régions métropolitaines canadiennes, les grands magasins de la région de Halifax-Dartmouth ont enregistré la meilleure performance (+11.1%).

FOR FURTHER READING

Selected Publications
from Statistics Canada

LECTURES SUGGÉRÉES

Choisies parmi les publications
de Statistique Canada

Title	Catalogue no. N° au catalogue	Titre
Retail Trade, <i>Monthly</i> , Bilingual.	63-005-XPB	Commerce de détail, <i>mensuel</i> , bilingue.
New Motor Vehicle Sales, <i>Monthly</i> , Bilingual.	63-007-XPB	Ventes de véhicules automobiles neufs, <i>mensuel</i> , bilingue.
Retail Chain and Department Stores, <i>Annual</i> , Bilingual.	63-210-XPB	Magasins de détail à succursales et les grands magasins, <i>annuel</i> , bilingue.
Vending Machine Operators, <i>Annual</i> , Bilingual.	63-213-XPB	Exploitants de distributeurs automatiques, <i>annuel</i> , bilingue.
Direct Selling in Canada, <i>Annual</i> , Bilingual.	63-218-XPB	La vente directe au Canada, <i>annuel</i> , bilingue.
Wholesaling and Retailing in Canada, <i>Annual</i> , Bilingual.	63-236-XPB	Les commerces de gros et de détail au Canada, <i>annuel</i> , bilingue.

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
		October Octobre	November Novembre	October Octobre	November Novembre	November 1996/1995 Novembre 1996/1995
\$'000						
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	7,669	7,842	6,864	9,154	16.7
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	18,554	26,131	20,623	23,697	-9.3
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	84,052	94,492	83,792	93,332	-1.2
4	Nursery Equipment - Articles de chambres d'enfants	8,958	8,680	10,451	10,543	21.5
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	43,762	54,361	45,192	55,143	1.4
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	17,253	24,224	17,833	25,161	3.9
7	Lingerie and Women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	18,757	30,091	18,857	30,844	2.5
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	20,866	22,443	21,607	25,982	15.8
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	9,570	11,311	10,824	11,451	1.2
10	Women's hosiery - Bas pour dames	18,026	20,635	18,890	20,431	-1.0
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	16,543	29,715	18,195	29,599	-0.4
12	Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	29,534	40,744	31,460	40,369	-0.9
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	22,097	34,220	25,080	35,954	5.1
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	77,814	124,728	85,540	133,854	7.3
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	16,626	23,314	18,162	24,534	5.2
16	Men's and boy's footwear - Chaussures pour hommes et garçons	15,699	24,866	17,314	26,591	6.9
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	55,574	54,057	60,731	58,185	7.6
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	100,373	123,213	120,314	142,561	15.7
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	7,386	9,150	7,765	9,607	5.0
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	16,773	17,643	17,884	18,305	3.8
21	Linen - Linges de maison	49,038	54,005	53,299	62,124	15.0
22	Luggage - Bagages	3,161	4,136	3,768	5,135	24.1
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	13,440	18,979	14,034	19,817	4.4
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	10,097	12,284	10,433	12,251	-0.3
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	10,236	11,266	11,023	11,312	0.4
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	7,290	8,714	9,461	12,491	43.3
27	Furniture - Meubles	38,225	40,699	39,009	44,711	9.9
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	40,732	39,706	42,163	46,462	17.0
29	Home entertainment equipment (T.V., stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)	65,799	90,722	67,816	107,235	18.2
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	57,320	67,389	61,228	77,605	15.2
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.	30,561	38,584	31,791	43,820	13.6
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction
33	Jewellery - Bijouterie	18,042	31,223	19,619	34,070	9.1
34	Toys and games - Jouets et jeux	61,417	109,152	72,057	122,892	12.6
35	Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques	16,568	23,336	19,652	27,043	15.9
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	24,239	37,788	25,618	39,946	5.7
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	23,007	28,442	24,064	27,794	-2.3
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	19,716	23,770	19,009	24,005	1.0
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'œuvre)	25,580	27,857	26,860	28,499	2.3
40	All other departments (includes gifts and seasonal) ¹ - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers) ¹	55,922	86,949	59,132	96,000	10.4
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS LES RAYONS	1,176,277	1,536,861	1,267,413	1,668,508	8.6

¹See 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 October	536,886	x	x	x	x					
2	November	693,118	x	x	x	x					
3	January-November	5,433,586	x	x	x	x					
4	1996 October	557,610	x	x	x	x					
5	November	726,120	x	x	x	x					
6	January-November	5,421,112	x	x	x	x					
Percentage change											
7	November 1996/1995	4.8	x	x	x	x					
8	January-November 1996/1995	-0.2	x	x	x	x					
Discount department stores											
9	1995 October	639,390	x	x	x	x					
10	November	843,744	x	x	x	x					
11	January-November	6,225,985	x	x	x	x					
12	1996 October	709,803	x	x	x	x					
13	November	942,388	x	x	x	x					
14	January-November	6,772,855	x	x	x	x					
Percentage change											
15	November 1996/1995	11.7	x	x	x	x					
16	January-November 1996/1995	8.8	x	x	x	x					
Total, all department stores											
17	1995 October	1,176,277	23,330	39,296	30,780	212,264					
18	November	1,536,861	32,577	57,310	43,340	267,997					
19	January-November	11,659,571	224,004	378,834	288,222	2,164,428					
20	1996 October	1,267,413	25,012	43,497	32,770	230,730					
21	November	1,668,508	35,441	62,846	46,526	283,996					
22	January-November	12,193,966	229,696	390,390	295,101	2,255,265					
Percentage change											
23	November 1996/1995	8.6	8.8	9.7	7.3	6.0					
24	January-November 1996/1995	4.6	2.5	3.1	2.4	4.2					

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							
					Grands magasins traditionnels		
x	x	x	x	x	1995 Octobre	1	
x	x	x	x	x	Novembre	2	
x	x	x	x	x	Janvier-novembre	3	
x	x	x	x	x	1996 Octobre	4	
x	x	x	x	x	Novembre	5	
x	x	x	x	x	Janvier-novembre	6	
					Variation en pourcentage		
x	x	x	x	x	Novembre 1996/1995	7	
x	x	x	x	x	Janvier-novembre 1996/1995	8	
					Grands magasins d'escomptes		
x	x	x	x	x	1995 Octobre	9	
x	x	x	x	x	Novembre	10	
x	x	x	x	x	Janvier-novembre	11	
x	x	x	x	x	1996 Octobre	12	
x	x	x	x	x	Novembre	13	
x	x	x	x	x	Janvier-novembre	14	
					Variation en pourcentage		
x	x	x	x	x	Novembre 1996/1995	15	
x	x	x	x	x	Janvier-novembre 1996/1995	16	
					Ensemble des grands magasins		
488,266	50,419	37,466	128,554	165,901	1995 Octobre	17	
657,790	64,734	47,486	161,737	203,891	Novembre	18	
4,847,610	498,534	365,484	1,268,725	1,623,730	Janvier-novembre	19	
528,503	54,044	40,227	137,660	174,970	1996 Octobre	20	
718,959	70,375	52,826	176,107	221,433	Novembre	21	
5,072,573	521,939	392,004	1,337,277	1,699,723	Janvier-novembre	22	
					Variation en pourcentage		
9.3	8.7	11.2	8.9	8.6	Novembre 1996/1995	23	
4.6	4.7	7.3	5.4	4.7	Janvier-novembre 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 October	x	x	x	x	x
2	November	x	x	x	x	x
3	January-November	x	x	x	x	x
4	1996 October	x	x	x	x	x
5	November	x	x	x	x	x
6	January-November	x	x	x	x	x
Percentage change						
7	November 1996/1995	x	x	x	x	x
8	January-November 1996/1995	x	x	x	x	x
Discount department stores						
9	1995 October	x	x	x	x	x
10	November	x	x	x	x	x
11	January-November	x	x	x	x	x
12	1996 October	x	x	x	x	x
13	November	x	x	x	x	x
14	January-November	x	x	x	x	x
Percentage change						
15	November 1996/1995	x	x	x	x	x
16	January-November 1996/1995	x	x	x	x	x
Total, all department stores						
17	1995 October	47,989	49,902	20,211	33,907	115,925
18	November	60,041	62,733	29,781	46,117	146,946
19	January-November	472,006	490,503	193,724	332,921	1,180,812
20	1996 October	53,012	52,896	22,724	34,906	126,719
21	November	66,482	67,809	33,091	48,560	155,717
22	January-November	510,338	511,561	201,301	335,086	1,227,790
Percentage change						
23	November 1996/1995	10.7	8.1	11.1	5.3	6.0
24	January-November 1996/1995	8.1	4.3	3.9	0.7	4.0

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							
Grands magasins traditionnels							
x	x	x	x	x	1995	Octobre	1
x	x	x	x	x		Novembre	2
x	x	x	x	x		Janvier-novembre	3
x	x	x	x	x	1996	Octobre	4
x	x	x	x	x		Novembre	5
x	x	x	x	x		Janvier-novembre	6
Variation en pourcentage							
x	x	x	x	x		Novembre 1996/1995	7
x	x	x	x	x		Janvier-novembre 1996/1995	8
Grands magasins d'escomptes							
x	x	x	x	x	1995	Octobre	9
x	x	x	x	x		Novembre	10
x	x	x	x	x		Janvier-novembre	11
x	x	x	x	x	1996	Octobre	12
x	x	x	x	x		Novembre	13
x	x	x	x	x		Janvier-novembre	14
Variation en pourcentage							
x	x	x	x	x		Novembre 1996/1995	15
x	x	x	x	x		Janvier-novembre 1996/1995	16
Ensemble des grands magasins							
49,378	25,176	184,799	86,333	43,150	1995	Octobre	17
65,970	31,614	241,833	104,689	55,739		Novembre	18
502,319	257,930	1,850,218	849,511	429,925		Janvier-novembre	19
55,891	26,193	198,634	90,877	46,083	1996	Octobre	20
73,144	30,679	264,560	113,990	59,863		Novembre	21
539,077	255,910	1,918,332	880,558	445,256		Janvier-novembre	22
Variation en pourcentage							
10.9	-3.0	9.4	8.9	7.4		Novembre 1996/1995	23
7.3	-0.8	3.7	3.7	3.6		Janvier-novembre 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	Quebec
No. - nbre							
Major department stores							
1	1995 October	306	2	1	11	5	58
2	November	306	2	1	11	5	58
3	1996 October	303	2	1	10	5	57
4	November	304	2	1	10	5	57
Discount department stores							
5	1995 October	552	15	4	31	24	92
6	November	561	15	4	31	24	94
7	1996 October	558	15	4	32	24	93
8	November	560	15	4	32	24	94
Total, all department stores							
9	1995 October	858	17	5	42	29	150
10	November	867	17	5	42	29	152
11	1996 October	861	17	5	42	29	150
12	November	864	17	5	42	29	151

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						
Major department stores						
1	1995 October	12	17	7	11	31
2	November	13	17	7	11	31
3	1996 October	10	17	6	11	31
4	November	13	17	6	11	31
Discount department stores						
5	1995 October	15	18	11	15	36
6	November	15	18	11	15	36
7	1996 October	16	18	12	15	36
8	November	16	18	12	15	36
Total, all department stores						
9	1995 October	27	35	18	26	67
10	November	28	35	18	26	67
11	1996 October	26	35	18	26	67
12	November	29	35	18	26	67

¹ 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 ^a Colombie-Britannique ^a	Genre de grand magasin			N°
					No. - nbre	1995	1996	
118	13	11	42	45	Grands magasins traditionnels			1
118	13	11	42	45	Octobre			2
120	13	9	42	44	Novembre			3
121	13	9	42	44	Octobre			4
224	22	23	53	64	Grands magasins d'escomptes			5
230	22	23	53	65	1995	Octobre		6
230	19	23	53	65	Novembre			7
231	19	23	53	65	1996	Octobre		8
342	35	34	95	109	Ensemble des grands magasins			9
348	35	34	95	110	1995	Octobre		10
350	32	32	95	109	Novembre			11
352	32	32	95	109	1996	Octobre		12
					Novembre			

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	1995	Octobre		2
12	8	49	24	12	Novembre			3
12	8	49	24	12	1996	Octobre		4
20	8	62	22	16	Grands magasins d'escomptes			5
21	9	63	22	16	1995	Octobre		6
24	6	63	22	13	Novembre			7
24	6	64	22	13	1996	Octobre		8
32	16	111	47	28	Ensemble des grands magasins			9
33	17	112	47	28	1995	Octobre		10
36	14	112	46	25	Novembre			11
36	14	113	46	25	1996	Octobre		12
					Novembre			

^a 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	
		October Octobre	November Novembre	October Octobre	November Novembre
1	Women's and misses' dresses and uniforms	5.68	5.20	5.83	4.54
2	Women's and misses' coats and suits	4.40	2.46	3.29	2.47
3	Women's and misses' casual wear	5.53	4.77	5.02	4.82
4	Nursery Equipment	4.66	4.72	4.62	4.51
5	Infants' and children's wear	4.78	3.66	4.73	3.73
6	Girls' wear	5.67	3.74	5.61	3.87
7	Lingerie and Women's sleepwear	7.01	4.68	6.21	4.17
8	Intimate apparel	6.84	6.40	6.90	5.93
9	Athletic footwear	9.94	8.40	10.04	9.30
10	Women's hosiery	4.92	4.50	4.78	4.57
11	Women's accessories	7.32	4.16	6.22	4.08
12	Women's, misses', girls' and children's footwear	7.22	4.71	7.13	4.96
13	Men's coats, suits and dress pants	6.71	4.18	5.06	3.70
14	Men's casual wear and furnishings	6.46	4.27	5.76	4.11
15	Boy's clothing and furnishings	6.30	4.24	5.63	4.23
16	Men's and boy's footwear	7.46	4.34	7.43	4.40
17	Food and kindred products	1.81	2.61	1.85	2.48
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products	5.32	4.80	4.51	4.30
19	Photographic equipment and supplies	6.15	5.46	6.09	5.29
20	Sewing supplies, notions and piece goods	6.92	6.36	5.86	5.43
21	Linen	6.36	6.10	6.32	5.85
22	Luggage	8.68	6.96	6.59	6.04
23	China, crystal, glassware and silverware	10.88	7.81	9.90	7.40
24	Floor coverings	5.13	4.23	4.87	4.23
25	Draperies and furniture coverings	7.06	6.56	6.39	6.55
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	8.08	7.32	6.49	5.49
27	Furniture	3.22	2.91	2.64	2.37
28	Major appliances	1.89	1.98	1.98	1.89
29	Home entertainment equipment (T.V., stereo, V.C.R., etc.)	5.35	4.38	4.92	3.33
30	Housewares and small electrical appliances	5.16	5.25	5.42	4.57
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	7.51	6.38	7.24	5.46
32	Plumbing, heating and building materials
33	Jewellery	11.34	7.36	10.93	7.02
34	Toys and games	5.76	3.41	5.39	3.32
35	Sports equipment and athletic apparel	14.99	10.83	11.30	8.47
36	Stationery, books and office equipment	9.41	6.60	8.83	6.31
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies	4.34	3.41	4.34	3.65
38	Meals and lunches
39	Repairs, installation and services (labour and parts)
40	All other departments (includes gifts and seasonal) ¹	5.25	2.91	5.15	2.68
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	5.59	4.42	5.19	4.12

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					
October Octobre	November Novembre	October Octobre	November Novembre				
0.19	0.19	0.19	0.22	Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	1		
0.23	0.36	0.31	0.38	Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	2		
0.19	0.21	0.21	0.21	Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	3		
0.21	0.21	0.22	0.22	Articles de chambres d'enfants	4		
0.21	0.27	0.22	0.26	Vêtements de bébés et d'enfants	5		
0.18	0.26	0.19	0.26	Vêtements de fillettes	6		
0.16	0.22	0.17	0.25	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7		
0.15	0.16	0.15	0.17	Sous-vêtements	8		
0.11	0.12	0.11	0.11	Chaussures athlétiques	9		
0.20	0.23	0.21	0.22	Bas pour dames	10		
0.15	0.24	0.18	0.25	Articles de parure pour dames	11		
0.14	0.20	0.14	0.19	Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	12		
0.16	0.23	0.22	0.28	Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	13		
0.16	0.24	0.18	0.26	Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	14		
0.16	0.23	0.18	0.24	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15		
0.14	0.22	0.14	0.22	Chaussures pour hommes et garçons	16		
0.58	0.45	0.59	0.45	Produits alimentaires et connexes	16		
0.20	0.22	0.24	0.25	Articles de toilette, produits de beauté et pharmaceutiques	18		
0.17	0.19	0.18	0.20	Appareils et fournitures photographiques	19		
0.14	0.15	0.17	0.18	Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	20		
0.16	0.17	0.16	0.18	Linges de maison	21		
0.12	0.15	0.15	0.18	Bagages	21		
0.10	0.13	0.11	0.14	Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	23		
0.20	0.24	0.21	0.24	Revêtements de plancher	24		
0.14	0.15	0.16	0.16	Tentures et housses	25		
0.13	0.14	0.16	0.19	Lampes, tableaux, miroirs, et autres articles d'ameublement pour la maison	26		
0.31	0.34	0.39	0.43	Meubles	27		
0.54	0.51	0.53	0.54	Gros appareils ménagers	28		
0.19	0.24	0.21	0.31	Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)	29		
0.20	0.21	0.20	0.23	Articles de ménage et petits appareils électriques	30		
0.14	0.16	0.14	0.19	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31		
...	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32		
0.09	0.14	0.10	0.15	Bijouterie	33		
0.18	0.30	0.20	0.31	Jouets et jeux	34		
0.07	0.09	0.09	0.12	Équipements de sport et vêtements athlétiques	35		
0.11	0.16	0.12	0.17	Papeterie, livres et matériel de bureau	36		
0.23	0.29	0.24	0.27	Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	37		
...	Repas et casse-croûtes	38		
...	Service, installation et travaux de réparation	39		
0.21	0.32	0.22	0.34	Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers) ¹	40		
0.19	0.23	0.20	0.25	TOTAL, TOUS LES RAYONS	41		

¹ Voir note à la fin des tableaux.

Table 7.

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

January-November

No.	Department	Janvier-novembre		Change 1996/1995
		1995	1996	
	Rayon			Variation 1996/1995
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	89,959	81,742	-9.1
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	117,416	112,355	-4.3
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	911,683	865,694	-5.0
4	Nursery Equipment - Articles de chambres d'enfants	105,787	111,099	5.0
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	410,412	409,417	-0.2
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	188,223	180,504	-4.1
7	Lingerie and Women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	196,119	192,413	-1.9
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	241,161	246,707	2.3
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	135,326	134,392	-0.7
10	Women's hosiery - Bas pour dames	156,692	157,077	0.2
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	157,535	155,047	-1.6
12	Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	281,802	276,763	-1.8
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	196,894	201,799	2.5
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	808,044	842,034	4.2
15	Boy's clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	175,399	174,977	-0.2
16	Men's and boy's footwear - Chaussures pour hommes et garçons	149,222	157,266	5.4
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	425,766	470,782	10.6
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	1,013,804	1,208,027	19.2
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	84,493	81,430	-3.6
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	144,636	154,188	6.6
21	Linen - Linges de maison	482,711	515,849	6.9
22	Luggage - Bagages	45,389	47,347	4.3
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	145,373	146,527	0.8
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	100,716	101,286	0.6
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	104,110	98,235	-5.6
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	79,820	87,579	9.7
27	Furniture - Meubles	393,087	405,546	3.2
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	406,004	426,384	5.0
29	Home entertainment equipment (T.V., stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)	569,307	608,592	6.9
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	552,921	611,486	10.6
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	373,763	392,611	5.0
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	196,598	202,410	3.0
33	Jewellery - Bijouterie	404,893	442,361	9.3
34	Toys and games - Jouets et jeux	271,068	285,643	5.4
35	Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques	300,982	315,224	4.7
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	182,526	191,960	5.2
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	202,502	198,080	-2.2
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	252,460	258,119	2.2
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'œuvre)	604,968	645,013	6.6
40	All other departments (includes gifts and seasonal) ¹ - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers)	11,659,571	12,193,966	4.6
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL- TOUS LES RAYONS			

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

Tableau 7.

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

Janvier-novembre

No.	Department	Sales - Ventes		Change 1996/1995
		1995	1996	
	Rayon			Variation 1996/1995
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	89,959	81,742	-9.1
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	117,416	112,355	-4.3
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	911,683	865,694	-5.0
4	Nursery Equipment - Articles de chambres d'enfants	105,787	111,099	5.0
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	410,412	409,417	-0.2
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	188,223	180,504	-4.1
7	Lingerie and Women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	196,119	192,413	-1.9
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	241,161	246,707	2.3
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	135,326	134,392	-0.7
10	Women's hosiery - Bas pour dames	156,692	157,077	0.2
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	157,535	155,047	-1.6
12	Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	281,802	276,763	-1.8
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	196,894	201,799	2.5
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	808,044	842,034	4.2
15	Boy's clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	175,399	174,977	-0.2
16	Men's and boy's footwear - Chaussures pour hommes et garçons	149,222	157,266	5.4
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	425,766	470,782	10.6
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	1,013,804	1,208,027	19.2
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	84,493	81,430	-3.6
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	144,636	154,188	6.6
21	Linen - Linges de maison	482,711	515,849	6.9
22	Luggage - Bagages	45,389	47,347	4.3
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	145,373	146,527	0.8
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	100,716	101,286	0.6
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	104,110	98,235	-5.6
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	79,820	87,579	9.7
27	Furniture - Meubles	393,087	405,546	3.2
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	406,004	426,384	5.0
29	Home entertainment equipment (T.V., stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)	569,307	608,592	6.9
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	552,921	611,486	10.6
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	373,763	392,611	5.0
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	196,598	202,410	3.0
33	Jewellery - Bijouterie	404,893	442,361	9.3
34	Toys and games - Jouets et jeux	271,068	285,643	5.4
35	Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques	300,982	315,224	4.7
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	182,526	191,960	5.2
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	202,502	198,080	-2.2
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	252,460	258,119	2.2
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'œuvre)	604,968	645,013	6.6
40	All other departments (includes gifts and seasonal) ¹ - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers)	11,659,571	12,193,966	4.6
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL- TOUS LES RAYONS			

Table 8.

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

Tableau 8.

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

No.	Department Rayon	Unadjusted - Non-désaisonnalisés					
		1995		1996		Change - Variation	
		October Octobre	November Novembre	October Octobre	November Novembre	November 1996/ October 1996	November 1996/1995 Novembre 1996/1995
				\$'000			%
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	43,551	40,785	40,033	41,585	3.9	2.0
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	81,663	64,411	67,794	58,450	-13.8	-9.3
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	465,226	450,695	420,966	449,537	6.8	-0.3
4	Nursery Equipment - Articles de chambres d'enfants	41,742	40,981	48,260	47,590	-1.4	16.1
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	209,348	198,831	213,543	205,467	-3.8	3.3
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	97,835	90,481	100,002	97,332	-2.7	7.6
7	Lingerie and Women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	131,426	140,904	117,077	128,625	9.9	-8.7
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	142,672	143,542	149,086	154,101	3.4	7.4
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	95,091	95,017	108,687	106,482	-2.0	12.1
10	Women's hosiery - Bas pour dames	88,676	92,909	90,317	93,431	3.4	0.6
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	121,146	123,475	113,190	120,647	6.6	-2.3
12	Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	213,191	191,841	224,351	200,221	-10.8	4.4
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	148,208	143,073	126,799	132,947	4.8	-7.1
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	502,952	532,452	492,400	550,594	11.8	3.4
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	104,750	98,894	102,333	103,845	1.5	5.0
16	Men's and boy's footwear - Chaussures pour hommes et garçons	117,166	107,820	128,671	116,899	-9.1	8.4
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	100,490	141,109	112,433	144,225	28.3	2.2
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	533,974	591,217	542,267	613,552	13.1	3.8
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	45,389	49,977	47,278	50,811	7.5	1.7
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	116,046	112,279	104,717	99,419	-5.1	-11.5
21	Linen - Linges de maison	312,033	329,286	336,754	363,379	7.9	10.4
22	Luggage - Bagages	27,446	28,782	24,849	30,995	24.7	7.7
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	146,226	148,260	138,925	146,617	5.5	-1.1
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	51,755	51,975	50,832	51,867	2.0	-0.2
25	Drapery and furniture coverings - Tentures et housses	72,240	73,929	70,450	74,138	5.2	0.3
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	58,923	63,783	61,418	68,612	11.7	7.6
27	Furniture - Meubles	123,029	118,428	103,053	105,903	2.8	-10.6
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	77,075	78,779	83,592	87,862	5.1	11.5
29	Home entertainment equipment (T.V., stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)	351,814	397,786	333,955	356,737	6.8	-10.3
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	295,985	353,507	331,843	354,397	6.8	0.3
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.	229,395	246,166	230,214	239,269	3.9	-2.8
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction
33	Jewellery - Bijouterie	204,609	229,957	214,354	239,170	11.6	4.0
34	Toys and games - Jouets et jeux	353,703	372,534	388,395	407,385	4.9	9.4
35	Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques	248,387	252,670	222,017	228,958	-3.1	-9.4
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	228,004	249,218	226,254	251,924	11.3	1.1
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	99,804	96,882	104,532	101,583	-2.8	4.9
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'œuvre)
40	All other departments (includes gifts and seasonal) ¹ - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers) ¹	293,381	252,594	304,483	257,183	-15.5	1.8
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS LES RAYONS	6,574,355	6,795,231	6,576,121	6,881,743	4.6	1.3

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

Table 9.

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

Tableau 9.

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

Period Période	Department stores Grands magasins						
	Total		Major Traditionnels		Discount D'escomptes		
	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution	
	\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%	
1994							
January - Janvier	666,161	100.0	365,789	54.9	300,371	45.1	
February - Février	752,560	100.0	359,954	47.8	392,606	52.2	
March - Mars	967,582	100.0	501,359	51.8	466,222	48.2	
April - Avril	999,691	100.0	509,510	51.0	490,180	49.0	
May - Mai	1,022,975	100.0	528,222	51.6	494,753	48.4	
June - Juin	1,067,381	100.0	551,505	51.7	515,876	48.3	
July - Juillet	945,816	100.0	473,305	50.0	472,511	50.0	
August - Août	1,087,707	100.0	547,295	50.3	540,412	49.7	
September - Septembre	1,014,377	100.0	541,113	53.3	473,264	46.7	
October - Octobre	1,149,620	100.0	591,874	51.5	557,746	48.5	
November - Novembre	1,435,457	100.0	709,684	49.4	725,773	50.6	
December - Décembre	2,189,631	100.0	1,084,301	49.5	1,105,330	50.5	
Year - Année	13,298,958	100.0	6,763,913	50.9	6,535,045	49.1	
1995							
January - Janvier	714,635	100.0	351,313	49.2	363,322	50.8	
February - Février	722,854	100.0	343,025	47.5	379,828	52.5	
March - Mars	953,009	100.0	451,883	47.4	501,126	52.6	
April - Avril	1,043,974	100.0	481,272	46.1	562,701	53.9	
May - Mai	1,110,195	100.0	522,695	47.1	587,500	52.9	
June - Juin	1,142,457	100.0	533,117	46.7	609,340	53.3	
July - Juillet	1,002,857	100.0	458,189	45.7	544,667	54.3	
August - Août	1,137,864	100.0	518,619	45.6	619,245	54.4	
September - Septembre	1,118,589	100.0	543,468	48.6	575,122	51.4	
October - Octobre	1,176,277	100.0	536,886	45.6	639,390	54.4	
November - Novembre	1,536,861	100.0	693,118	45.1	843,744	54.9	
December - Décembre	2,264,056	100.0	1,080,001	47.7	1,184,055	52.3	
Year - Année	13,923,627	100.0	6,513,587	46.8	7,410,041	53.2	
1996							
January - Janvier	763,324	100.0	337,786	44.3	425,538	55.7	
February - Février	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	
November - Novembre	1,668,508	100.0	726,120	43.5	942,388	56.5	
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	--	5,704,763	0.6
November - Novembre	6,881,743	1.3	5,718,653	0.2

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	1,228,730	0.9
November - Novembre	1,668,508	8.6	1,257,684	2.4

Table 12.

**Department Stores' Month-end Accounts
Receivable³, Unadjusted and Seasonally Adjusted,
Canada, 1994 to 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	2,625,596	--	-23.1
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	2,564	-0.5	-22.8
November - Novembre	3,182	3,313	2,532	-1.2	-23.6
December - Décembre	3,246	2,846			

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

² 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.

Tableau 12.

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

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 "lieux 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'entraînerait 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'agrégier 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-ARMI³ afin de justement minimiser l'impact des variations saisonnières sur les séries. La partie ARMMI de cette technique consiste essentiellement à ajouter une année de données estimées à chacune des deux extrémités de la série initiale avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Ces données estimées proviennent d'extrapolations prospectives et rétrospectives produites par des modèles ARMMI (modèles autorégressifs à moyennes mobiles intégrées) du type Box-Jenkins.

NOTES EXPLICATIVES

Les ventes totales comprennent les ventes de marchandises neuves et d'occasion et les recettes provenant de réparations, de la vente de repas et d'autres activités de services, moins la valeur des rendus (marchandises retournées), les ajustements et les rabais. On ne prend pas en compte les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente (taxe de vente provinciale et la taxe sur les produits et les services (TPS)) perçues pour le compte d'un organisme public.

Les variations des ventes en pourcentage données dans la présente publication sont fondées sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elles tiennent compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont

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

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

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

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

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

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

Note to Users

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

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, intitulé *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, November 1996

Tableau explicatif I.

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

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

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

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

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

² La fraction de réponse est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés par les grands magasins.

Don't let this happen to you!

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

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

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

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

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

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

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



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

Infomat (catalogue no. 11-0020XPE) is only \$140* per year in Canada, US\$168 in the U.S. and US\$198 in other countries. Also available by Fax Service: 50 issues for \$600* in Canada, US\$600 in the U.S. and US\$600 in other countries.

CALL TOLL-FREE 1-800-267-6677 OR FAX (613) 951-1584 and use your VISA or MasterCard.

OR MAIL your order to: Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, or contact the nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication. Via Internet: orden@statcan.ca *plus GST and applicable PST

Ne vous laissez pas dépasser par les événements!



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

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

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

Infomat est pour vous.

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

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

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

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

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

Infomat (n° 11-0020XPF au catalogue) ne coûte que 140 \$* par année au Canada, 168 \$ US aux États-Unis et 198 \$ US dans les autres pays. Nous vous offrons également le service de télécopie : 50 numéros pour 600 \$* au Canada, 600 \$ US aux États-Unis et 600 \$ US dans les autres pays.

Vous pouvez nous joindre PAR TÉLÉPHONE AU 1-800-267-6677

ou PAR TÉLÉCOPIEUR au (613) 951-1584 et utiliser votre carte VISA ou

MasterCard. Ou envoyez votre commande PAR LA POSTE à : Statistique Canada, Division des opérations et de l'intégration, Direction de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario), K1A 0T6. Vous pouvez aussi communiquer avec le Centre de consultation de Statistique Canada le plus près. La liste de ces centres se retrouve dans la présente publication.

Via l'Internet: orden@statcan.ca *plus la TPS et la TVP en vigueur





BON DE COMMANDE

Statistique Canada

POUR COMMANDER :



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



TÉLÉPHONE
1-800-267-6677



TÉLÉCOPIEUR
1-800-889-9734



INTERNET order@statcan.ca

(Veuillez écrire en caractères d'imprimerie.)

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		
► Veuillez noter que les prix au catalogue pour les É.-U. et les autres pays sont donnés en dollars américains.			TOTAL RÉDUCTION (s'il y a lieu)				
► Les clients canadiens paient en dollars canadiens et ajoutent la TPS de 7 % et la TVP en vigueur. Les clients à l'étranger paient le montant total en dollars US tirés sur une banque américaine.			TPS (7 %) (Clients canadiens seulement) TVP en vigueur (Clients canadiens seulement)				
► Le chèque ou mandat-poste doit être établi à l'ordre du Receveur général du Canada.			TOTAL GÉNÉRAL				
► TPS N° R121491807			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.

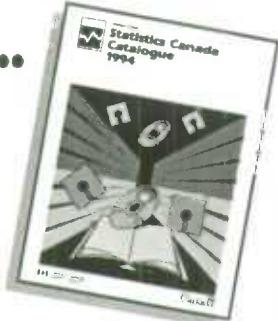
From the most popular topics of the day - like employment, income, trade, and education - to specific research studies - like mineral products shipped from Canadian ports and criminal victimization in urban areas - you'll find it all here.

... 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). Order Cat. no. 11-2040XPE.

Write to:

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

Fax: (613) 951-1584

Call toll-free: 1-800-267-8677

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 : 1-800-267-8677

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).



Hire our team of researchers for \$56 a year

Subscribing to *Perspectives on Labour and Income* is like having a complete research department at your disposal. Solid facts. Unbiased analysis. Reliable statistics.

But *Perspectives* is more than just facts and figures. It offers authoritative insights into complex labour and income issues, analyzing the statistics to bring you simple, clear summaries of labour market and income trends.

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

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

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

And all for only \$56!

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

ORDER NOW!

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



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

STATISTICS CANADA LIBRARY
BIBLIOTHÈQUE STATISTIQUE CANADA



1010230211

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

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

tendances actuelles du marché du travail et des revenus.

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

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

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

Tout cela pour 56 \$ seulement!

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

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

ABONNEZ-VOUS DÈS MAINTENANT!

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