



Catalogue no. 63-002-XPB

Department store sales and stocks

March 1996

N° 63-002-XPB au catalogue

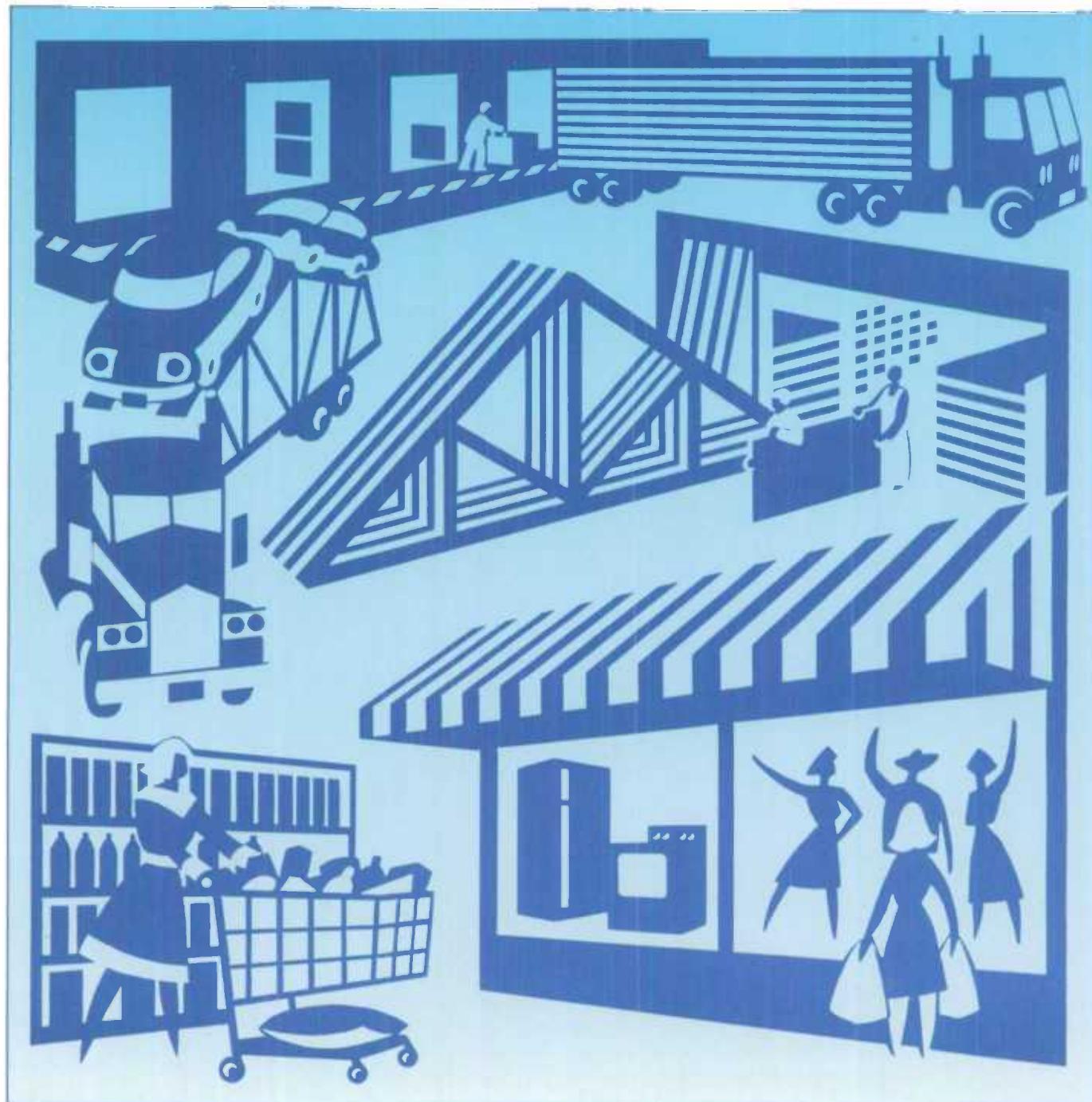
Ventes et stocks des grands magasins

Mars 1996

STATISTICS CANADA STATISTIQUE CANADA

1996 G-105

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) 951-9656) or to the Statistics Canada Regional Reference Centre in:

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

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

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

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

How to order publications

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

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

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

Standards of service to the public

To maintain quality service to the public, Statistics Canada follows established standards covering statistical products and services, delivery of statistical information, cost-recovered services and services to respondents. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

Des données sous plusieurs formes

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur Internet, disque compact, disquette, imprimé d'ordinateur, microfiche et microfilm, et bande magnétique. Des cartes et d'autres documents de référence géographiques sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données 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) 951-9656) ou à l'un des centres de consultation régionaux de Statistique Canada :

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

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

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

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

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

March 1996

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

Ventes et stocks des grands magasins

Mars 1996

Published by authority of the Minister responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 1996

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

June 1996

Price: Canada: \$16.00 per issue,
\$160.00 annually
United States: US\$20.00 per issue,
US\$192.00 annually
Other Countries: US\$23.00 per issue,
US\$224.00 annually

Catalogue no. 63-002-XPB, Vol. 61, No. 3
Frequency: Monthly

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1996

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

Juin 1996

Prix : Canada : 16 \$ l'exemplaire,
160 \$ par année
États-Unis : 20 \$ US l'exemplaire,
192 \$ US par année
Autres pays : 23 \$ US l'exemplaire,
224 \$ US par année

N° 63-002-XPB au catalogue, vol. 61, n° 3
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.
- ^ preliminary figures.
- ' revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

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

This publication was prepared under the direction of:

- **G. Andrusiak**, Director, Industry Division
- **R. Lussier**, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **B. Thériault**, Chief, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **L. Kiss**, Economist, Retail Trade section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **S. Dumouchel**, Analyst, Retail Trade section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.



Signes conventionnels

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans les publications de Statistique Canada:

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

NOTA

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

NOTE AU SUJET DE CANSIM

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

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

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

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'"American National Standard for Information Sciences" "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 1984.



Table of Contents

	Page
Highlights	5
For Further Reading	6
Table	
1. Department Store Monthly Sales, Unadjusted, by Department, Canada, 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

21

Tables des matières - fin

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

21

Appendix

I. Definitions

22

Scope of the Survey

22

I. Définitions

22

Data Quality and Methodology

23

Qualité des données et méthodologie

23

Data Confidentiality

23

Confidentialité des données

23

Seasonal Adjustment

24

Désaisonnalisation

24

Explanatory Notes

24

Notes explicatives

24

II. List of Department Store Organizations

26

II. Liste des organisations des grands magasins

26

Text Table

I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada

27

Tableau explicatif

I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada

27

Highlights

March 1996

- Department store sales in March fell 0.9% from February to \$1,180.6 million (seasonally adjusted). Since July 1995, the sales trend has been moving upward, but not as steeply as in the first half of 1995.
- Consumers spent 2.3% (unadjusted) more in department stores in March 1996 than they did in March 1995 (+5.6% in discount stores but -1.4% in the majors).
- The strongest year-over-year sales gains for department stores were reported in the three westernmost provinces. Stores in Saskatchewan reported the highest percentage change in sales (+6.1%) followed by those in British Columbia (+5.3%) and Alberta (+5.0%). The strongest increases in dollar terms were recorded by department stores in British Columbia (+\$7.0 million) and Alberta (+\$5.2 million). The seasonally adjusted sales figures for department stores have been revised back to January 1992. The unadjusted data are not affected.

Faits saillants

Mars 1996

- En mars, les ventes des grands magasins ont chuté de 0,9% par rapport à février 1996, pour atteindre 1 180,6 millions\$ (données désaisonnalisées). La tendance ascendante des ventes depuis juillet 1995 n'est pas aussi agressive que celle notée durant la première moitié de 1995.
- Les consommateurs ont dépensé davantage dans les grands magasins (+2,3%, données non désaisonnalisées) qu'ils ne l'ont fait en mars 1995. Les grands magasins d'escomptes ont remporté la palme grâce à une hausse de 5,6%, tandis que les magasins traditionnels ont affiché une baisse de 1,4%.
- Les gains les plus importants, d'une année à l'autre, ont été enregistrés dans trois provinces de l'Ouest. La Saskatchewan a pris la tête (+6,1%), suivie de la Colombie-Britannique (+5,3%) et de l'Alberta (+5,0%). Les augmentations les plus importantes en dollars ont été signalées dans les grands magasins de la Colombie-Britannique (+7,0 millions\$) et de l'Alberta (+5,2 millions\$). Les données désaisonnalisées des ventes des grands magasins ont été révisées à partir de janvier 1992. Les données non désaisonnalisées n'ont pas été touchées par cette révision.

FOR FURTHER READING

Selected Publications
from Statistics Canada

LECTURES SUGGÉRÉES

Choisies parmi les publications
de Statistique Canada

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

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

Other Products and Services

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

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

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

Autres produits et services

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

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

Table 1.

Department Store Monthly Sales, Unadjusted, by Department, Canada, 1995-1996

Tableau 1.

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

No.	Department Rayon	Unadjusted - Non-désaisonnalisées				
		1995		1996		Change
		February Février	March Mars	February Février	March Mars	March 1996/1995 Mars 1996/1995
		\$'000				%
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	4,750	8,552	4,736	7,270	-15.0
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	6,693	12,277	7,193	10,541	-14.1
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	51,007	78,838	51,768	71,700	-9.1
4	Nursery Equipment - Articles de chambres d'enfants	8,749	10,940	9,405	10,029	-8.3
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	24,604	36,379	27,413	36,516	0.4
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	9,640	15,670	9,168	14,767	-5.8
7	Lingerie and Women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	12,371	15,181	12,783	14,440	-4.9
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	15,994	22,039	18,418	22,205	0.8
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	5,910	14,172	6,834	10,943	-22.8
10	Women's hosiery - Bas pour dames	10,478	13,797	10,432	13,061	-5.3
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	8,175	11,139	8,303	10,634	-4.5
12	Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	12,318	23,409	13,348	20,001	-14.6
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	11,335	15,910	12,546	15,570	-2.1
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	45,663	59,460	49,377	61,582	3.6
15	Boy's clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	7,936	12,705	8,600	12,873	1.3
16	Men's and boy's footwear - Chaussures pour hommes et garçons	7,596	12,115	7,937	11,715	-3.3
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	32,579	33,598	39,128	46,195	37.5
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	78,579	87,197	98,607	106,338	22.0
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	5,983	7,012	5,388	5,964	-15.0
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	11,401	12,406	12,956	14,009	12.9
21	Linen - Linges de maison	31,116	38,760	34,650	38,002	-2.0
22	Luggage - Bagages	2,609	3,786	3,079	3,907	3.2
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	9,570	11,113	8,898	10,304	-7.3
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	6,899	8,301	7,164	8,533	2.8
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	7,126	9,061	7,321	8,879	-2.0
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	6,475	7,194	6,101	6,850	-4.8
27	Furniture - Meubles	24,081	32,670	29,418	31,563	-3.4
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	28,465	33,127	31,930	33,523	1.2
29	Home entertainment equipment (T.V., stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)	37,703	56,175	44,520	54,750	-2.5
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	39,065	42,675	45,767	46,969	10.1
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	15,197	25,888	19,023	25,472	-1.6
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction
33	Jewellery - Bijouterie	12,096	14,618	13,124	15,018	2.7
34	Toys and games - Jouets et jeux	18,259	26,146	19,591	30,119	15.2
35	Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques	13,128	21,695	14,142	19,853	-8.5
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	22,238	21,083	23,935	22,563	7.0
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	10,891	13,119	11,887	14,342	9.3
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	15,235	18,942	15,461	18,923	-0.1
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'œuvre)	16,855	20,390	16,761	21,066	3.3
40	All other departments (includes gifts and seasonal) ¹ - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers) ¹	34,085	45,471	38,526	47,778	5.1
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL- TOUS LES RAYONS	722,854	953,009	805,637	974,770	2.3

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

Table 2.

Major and Discount Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1995-1996

No.	Type of department store	Canada	Newfoundland & Prince Edward Island	Nova Scotia Nouvelle-Écosse	New Brunswick Nouveau-Brunswick	Québec
			Terre-Neuve & Île-du-Prince-Édouard			
\$'000						
	Major department stores					
1	1995 February	343,025	x	x	x	x
2	March	451,883	x	x	x	x
3	January-March	1,146,222	x	x	x	x
4	1996 February	367,126	x	x	x	x
5	March	445,568	x	x	x	x
6	January-March	1,150,479	x	x	x	x
Percentage change						
7	March 1996/1995	-1.4	x	x	x	x
8	January-March 1996/1995	0.4	x	x	x	x
	Discount department stores					
9	1995 February	379,828	x	x	x	x
10	March	501,126	x	x	x	x
11	January-March	1,244,276	x	x	x	x
12	1996 February	438,511	x	x	x	x
13	March	529,202	x	x	x	x
14	January-March	1,393,252	x	x	x	x
Percentage change						
15	March 1996/1995	5.6	x	x	x	x
16	January-March 1996/1995	12.0	x	x	x	x
	Total, all department stores					
17	1995 February	722,854	12,861	21,976	16,296	131,751
18	March	953,009	16,854	29,393	22,015	180,856
19	January-March	2,390,498	42,436	72,586	53,281	442,584
20	1996 February	805,637	14,076	23,519	17,619	149,158
21	March	974,770	17,648	30,450	22,177	182,036
22	January-March	2,543,731	44,994	76,034	56,685	475,328
Percentage change						
23	March 1996/1995	2.3	4.7	3.6	0.7	0.7
24	January-March 1996/1995	6.4	6.0	4.8	6.4	7.4

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 Février	1	
x	x	x	x	x	Mars	2	
x	x	x	x	x	Janvier-mars	3	
x	x	x	x	x	1996 Février	4	
x	x	x	x	x	Mars	5	
x	x	x	x	x	Janvier-mars	6	
					Variation en pourcentage		
x	x	x	x	x	Mars 1996/1995	7	
x	x	x	x	x	Janvier-mars 1996/1995	8	
					Grands magasins d'escomptes		
x	x	x	x	x	1995 Février	9	
x	x	x	x	x	Mars	10	
x	x	x	x	x	Janvier-mars	11	
x	x	x	x	x	1996 Février	12	
x	x	x	x	x	Mars	13	
x	x	x	x	x	Janvier-mars	14	
					Variation en pourcentage		
x	x	x	x	x	Mars 1996/1995	15	
x	x	x	x	x	Janvier-mars 1996/1995	16	
					Ensemble des grands magasins		
303,759	30,917	22,829	76,730	105,733	1995 Février	17	
396,653	41,360	29,041	103,595	133,243	Mars	18	
1,000,016	102,203	74,157	262,124	341,112	Janvier-mars	19	
335,611	34,160	25,791	89,416	116,288	1996 Février	20	
400,981	41,554	30,820	108,820	140,284	Mars	21	
1,056,210	107,715	80,808	280,456	365,501	Janvier-mars	22	
					Variation en pourcentage		
1.1	0.5	6.1	5.0	5.3	Mars 1996/1995	23	
5.6	5.4	9.0	7.0	7.2	Janvier-mars 1996/1995	24	

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						
1	Major department stores					
1	1995 February	x	x	x	x	x
2	March	x	x	x	x	x
3	January-March	x	x	x	x	x
4	1996 February	x	x	x	x	x
5	March	x	x	x	x	x
6	January-March	x	x	x	x	x
Percentage change						
7	March 1996/1995	x	x	x	x	x
8	January-March 1996/1995	x	x	x	x	x
9	Discount department stores					
9	1995 February	x	x	x	x	x
10	March	x	x	x	x	x
11	January-March	x	x	x	x	x
12	1996 February	x	x	x	x	x
13	March	x	x	x	x	x
14	January-March	x	x	x	x	x
Percentage change						
15	March 1996/1995	x	x	x	x	x
16	January-March 1996/1995	x	x	x	x	x
Total, all department stores						
17	1995 February	30,054	30,459	11,250	20,588	72,322
18	March	38,656	40,088	15,372	27,811	98,823
19	January-March	98,881	100,946	37,685	68,910	242,542
20	1996 February	33,833	34,593	12,233	22,457	81,976
21	March	41,513	41,793	15,628	26,689	97,924
22	January-March	106,973	107,613	39,357	70,813	258,276
Percentage change						
23	March 1996/1995	7.4	4.3	1.7	-4.0	-0.9
24	January-March 1996/1995	8.2	6.6	4.4	2.8	6.5

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	Février	1
x	x	x	x	x		Mars	2
x	x	x	x	x		Janvier-mars	3
x	x	x	x	x	1996	Février	4
x	x	x	x	x		Mars	5
x	x	x	x	x		Janvier-mars	6
Variation en pourcentage							
x	x	x	x	x		Mars 1996/1995	7
x	x	x	x	x		Janvier-mars 1996/1995	8
Grands magasins d'escomptes							
x	x	x	x	x	1995	Février	9
x	x	x	x	x		Mars	10
x	x	x	x	x		Janvier-mars	11
x	x	x	x	x	1996	Février	12
x	x	x	x	x		Mars	13
x	x	x	x	x		Janvier-mars	14
Variation en pourcentage							
x	x	x	x	x		Mars 1996/1995	15
x	x	x	x	x		Janvier-mars 1996/1995	16
Ensemble des grands magasins							
29,976	15,861	119,634	56,186	26,748	1995	Février	17
40,920	21,981	152,174	70,269	35,922		Mars	18
100,037	53,800	389,615	180,421	88,463		Janvier-mars	19
34,398	17,175	131,527	61,418	29,164	1996	Février	20
42,074	21,458	154,068	74,086	35,419		Mars	21
108,680	55,122	409,058	192,084	91,949		Janvier-mars	22
Variation en pourcentage							
2.8	-2.4	1.2	5.4	-1.4		Mars 1996/1995	23
8.6	2.5	5.0	6.5	3.9		Janvier-mars 1996/1995	24

Table 4.

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

No.	Type of department store	Canada	Newfoundland	Prince Edward Island	Nova Scotia	New Brunswick	Québec
			Terre-Neuve	Île-du-Prince-Édouard	Nouvelle-Écosse	Nouveau-Brunswick	
No. - nbre							
	Major department stores						
1	1995 February	310	2	1	11	5	58
2	March	311	2	1	11	5	59
3	1996 February	304	2	1	10	5	58
4	March	304	2	1	10	5	58
	Discount department stores						
5	1995 February	542	15	4	30	24	94
6	March	544	15	4	30	24	95
7	1996 February	558	15	4	31	24	94
8	March	558	15	4	31	24	94
	Total, all department stores						
9	1995 February	852	17	5	41	29	152
10	March	855	17	5	41	29	154
11	1996 February	862	17	5	41	29	152
12	March	862	17	5	41	29	152

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
No. - nbre							
	Major department stores						
1	1995 February	13	18	7	12	32	
2	March	13	18	7	12	32	
3	1996 February	13	17	6	11	31	
4	March	13	17	6	11	31	
	Discount department stores						
5	1995 February	15	18	10	13	36	
6	March	15	18	10	13	36	
7	1996 February	15	18	11	15	36	
8	March	16	18	11	15	36	
	Total, all department stores						
9	1995 February	28	36	17	25	68	
10	March	28	36	17	25	68	
11	1996 February	28	35	17	26	67	
12	March	29	35	17	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 ² Colombie-Britannique ²	Genre de grand magasin	N°
No. - nbre						
120	13	11	43	46	Grands magasins traditionnels	
120	13	11	43	46	1995 Février	1
					1995 Mars	2
118	13	10	42	45	1996 Février	3
118	13	10	42	45	1996 Mars	4
Grands magasins d'escomptes						
213	22	23	53	64	1995 Février	5
214	22	23	53	64	1995 Mars	6
228	22	23	52	65	1996 Février	7
228	21	23	53	65	1996 Mars	8
Ensemble des grands magasins						
333	35	34	96	110	1995 Février	9
334	35	34	96	110	1995 Mars	10
346	35	33	94	110	1996 Février	11
346	34	33	95	110	1996 Mars	12

Tableau 5.

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

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin	N°
No. - nbre						
12	8	49	25	12	Grands magasins traditionnels	
13	8	49	25	12	1995 Février	1
					1995 Mars	2
12	8	48	25	12	1996 Février	3
12	8	48	25	12	1996 Mars	4
Grands magasins d'escomptes						
19	10	60	22	16	1995 Février	5
20	10	60	22	16	1995 Mars	6
21	8	63	22	16	1996 Février	7
21	8	63	22	15	1996 Mars	8
Ensemble des grands magasins						
31	18	109	47	28	1995 Février	9
33	18	109	47	28	1995 Mars	10
33	16	111	47	28	1996 Février	11
33	16	111	47	27	1996 Mars	12

² Voir note à la fin des tableaux.

Table 6.**Department Store Monthly Inventories-Sales and Sales-Inventories Ratios, by Department, Canada, 1995-1996**

No.	Department	Inventories-sales/Stocks-ventes			
		1995		1996	
		February Février	March Mars	February Février	March Mars
1	Women's and misses' dresses and uniforms	8.01	5.16	6.20	4.95
2	Women's and misses' coats and suits	7.25	3.74	6.34	4.39
3	Women's and misses' casual wear	7.64	5.69	6.66	5.85
4	Nursery Equipment	4.24	3.73	4.13	4.21
5	Infants' and children's wear	6.37	4.87	5.65	4.77
6	Girls' wear	6.94	4.87	7.37	5.43
7	Lingerie and Women's sleepwear	5.56	5.06	6.58	6.21
8	Intimate apparel	9.04	6.41	7.34	6.21
9	Athletic footwear	12.83	5.95	12.59	8.07
10	Women's hosiery	7.07	5.69	7.44	6.33
11	Women's accessories	8.66	7.23	8.43	7.25
12	Women's, misses', girls' and children's footwear	12.49	7.61	13.97	10.08
13	Men's coats, suits and dress pants	8.52	6.57	7.18	6.62
14	Men's casual wear and furnishings	8.02	6.78	7.41	6.73
15	Boy's clothing and furnishings	8.14	5.67	8.29	6.42
16	Men's and boy's footwear	11.22	7.70	12.40	9.17
17	Food and kindred products	2.18	2.51	2.47	2.21
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products	4.69	4.32	4.55	3.96
19	Photographic equipment and supplies	8.81	7.60	7.50	6.94
20	Sewing supplies, notions and piece goods	5.05	4.94	8.01	8.16
21	Linen	10.24	8.41	9.13	8.70
22	Luggage	10.80	7.55	7.70	6.15
23	China, crystal, glassware and silverware	14.24	12.89	13.82	12.99
24	Floor coverings	5.07	3.99	6.71	5.98
25	Draperies and furniture coverings	9.04	6.72	9.45	8.07
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	8.36	7.69	8.61	8.10
27	Furniture	5.52	4.18	3.73	3.90
28	Major appliances	2.86	2.36	2.36	2.22
29	Home entertainment equipment (T.V., stereo, V.C.R., etc.)	6.88	4.63	7.03	5.80
30	Housewares and small electrical appliances	6.20	5.78	6.41	6.53
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	11.52	7.23	11.85	9.68
32	Plumbing, heating and building materials
33	Jewellery	12.74	10.82	12.92	12.08
34	Toys and games	9.95	7.16	10.70	7.78
35	Sports equipment and athletic apparel	13.12	9.43	15.35	12.72
36	Stationery, books and office equipment	7.71	8.42	7.68	8.44
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies	4.81	4.02	7.41	6.44
38	Meals and lunches
39	Repairs, installation and services (labour and parts)
40	All other departments (includes gifts and seasonal) ¹	3.76	4.17	4.08	3.95
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	6.74	5.50	6.59	5.89

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					
February Février	March Mars	February Février	March Mars				
0.14	0.21	0.18	0.22	Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	1		
0.15	0.26	0.18	0.23	Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	2		
0.14	0.19	0.17	0.19	Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	3		
0.25	0.28	0.25	0.25	Articles de chambres d'enfants	4		
0.18	0.22	0.20	0.22	Vêtements de bébés et d'enfants	5		
0.16	0.22	0.15	0.20	Vêtements de fillettes	6		
0.19	0.21	0.16	0.17	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7		
0.11	0.15	0.14	0.16	Sous-vêtements	8		
0.09	0.18	0.09	0.13	Chaussures athlétiques	9		
0.15	0.18	0.14	0.16	Bas pour dames	10		
0.12	0.15	0.12	0.14	Articles de parure pour dames	11		
0.09	0.14	0.08	0.10	Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	12		
0.13	0.16	0.14	0.16	Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	13		
0.13	0.15	0.14	0.16	Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	14		
0.14	0.19	0.13	0.17	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15		
0.10	0.14	0.09	0.11	Chaussures pour hommes et garçons	16		
0.48	0.43	0.43	0.47	Produits alimentaires et connexes	16		
0.21	0.23	0.22	0.24	Articles de toilette, produits de beauté et pharmaceutiques	18		
0.11	0.13	0.13	0.15	Appareils et fournitures photographiques	19		
0.20	0.21	0.12	0.13	Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	20		
0.10	0.12	0.11	0.12	Linges de maison	21		
0.09	0.13	0.13	0.16	Bagages	21		
0.07	0.08	0.07	0.08	Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	23		
0.19	0.24	0.15	0.17	Revêtements de plancher	24		
0.11	0.14	0.10	0.13	Tentures et housses	25		
0.12	0.13	0.12	0.13	Lampes, tableaux, miroirs, et autres articles d'ameublement pour la maison	26		
0.19	0.24	0.27	0.27	Meubles	27		
0.38	0.42	0.43	0.45	Gros appareils ménagers	28		
0.14	0.22	0.14	0.17	Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)	29		
0.16	0.17	0.16	0.16	Articles de ménage et petits appareils électriques	30		
0.09	0.14	0.09	0.11	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31		
...	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32		
0.08	0.09	0.08	0.09	Bijouterie	33		
0.10	0.14	0.10	0.14	Jouets et jeux	34		
0.08	0.12	0.07	0.08	Équipements de sport et vêtements athlétiques	35		
0.13	0.12	0.13	0.12	Papeterie, livres et matériel de bureau	36		
0.21	0.25	0.13	0.16	Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	37		
...	Repas et casse-croûtes	38		
...	Service, installation et travaux de réparation	39		
0.27	0.29	0.28	0.28	Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers) ¹	40		
0.15	0.19	0.16	0.18	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-March

No.	Department	Janvier-mars		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	16,764	15,701	-6.3
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	28,079	26,452	-5.8
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	174,275	167,020	-4.2
4	Nursery Equipment - Articles de chambres d'enfants	29,214	28,962	-0.9
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	83,865	87,689	4.6
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	33,504	31,295	-6.6
7	Lingerie and Women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	39,092	39,353	0.7
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	52,461	55,776	6.3
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	25,744	23,031	-10.5
10	Women's hosiery - Bas pour dames	34,974	34,429	-1.6
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	28,750	27,615	-3.9
12	Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	48,534	45,789	-5.7
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	39,010	39,978	2.5
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	142,855	150,951	5.7
15	Boy's clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	28,447	29,154	2.5
16	Men's and boy's footwear - Chaussures pour hommes et garçons	27,619	27,180	-1.6
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	89,943	117,026	30.1
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	231,686	293,403	26.6
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	18,807	17,504	-6.9
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	35,114	39,861	13.5
21	Linen - Linges de maison	109,702	113,743	3.7
22	Luggage - Bagages	8,988	9,461	5.3
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	30,028	29,037	-3.3
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	22,853	23,672	3.6
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	23,401	23,388	-0.1
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	20,217	18,463	-8.7
27	Furniture - Meubles	87,850	90,305	2.8
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	95,900	99,349	3.6
29	Home entertainment equipment (T.V., stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)	133,671	139,262	4.2
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	123,143	143,588	16.6
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.	63,367	64,605	2.0
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction
33	Jewellery - Bijouterie	35,788	37,419	4.6
34	Toys and games - Jouets et jeux	59,457	66,409	11.7
35	Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques	48,164	48,514	0.7
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	62,778	67,916	8.2
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	36,403	40,587	11.5
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	50,127	50,383	0.5
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'œuvre)	53,743	54,889	2.1
40	All other departments (includes gifts and seasonal) ¹ - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers) ¹	116,182	124,573	7.2
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL- TOUS LES RAYONS	2,390,498	2,543,731	6.4

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-mars

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	16,764	15,701	-6.3
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	28,079	26,452	-5.8
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	174,275	167,020	-4.2
4	Nursery Equipment - Articles de chambres d'enfants	29,214	28,962	-0.9
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	83,865	87,689	4.6
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	33,504	31,295	-6.6
7	Lingerie and Women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	39,092	39,353	0.7
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	52,461	55,776	6.3
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	25,744	23,031	-10.5
10	Women's hosiery - Bas pour dames	34,974	34,429	-1.6
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	28,750	27,615	-3.9
12	Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	48,534	45,789	-5.7
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	39,010	39,978	2.5
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	142,855	150,951	5.7
15	Boy's clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	28,447	29,154	2.5
16	Men's and boy's footwear - Chaussures pour hommes et garçons	27,619	27,180	-1.6
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	89,943	117,026	30.1
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	231,686	293,403	26.6
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	18,807	17,504	-6.9
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	35,114	39,861	13.5
21	Linen - Linges de maison	109,702	113,743	3.7
22	Luggage - Bagages	8,988	9,461	5.3
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	30,028	29,037	-3.3
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	22,853	23,672	3.6
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	23,401	23,388	-0.1
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	20,217	18,463	-8.7
27	Furniture - Meubles	87,850	90,305	2.8
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	95,900	99,349	3.6
29	Home entertainment equipment (T.V., stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)	133,671	139,262	4.2
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	123,143	143,588	16.6
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.	63,367	64,605	2.0
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction
33	Jewellery - Bijouterie	35,788	37,419	4.6
34	Toys and games - Jouets et jeux	59,457	66,409	11.7
35	Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques	48,164	48,514	0.7
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	62,778	67,916	8.2
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	36,403	40,587	11.5
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	50,127	50,383	0.5
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'œuvre)	53,743	54,889	2.1
40	All other departments (includes gifts and seasonal) ¹ - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers) ¹	116,182	124,573	7.2
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL- TOUS LES RAYONS	2,390,498	2,543,731	6.4

Table 8.

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

No.	Department Rayon	Unadjusted - Non-désaisonnalisés						
		1995		1996		Change - Variation		
		February Février	March Mars	February Février	March Mars	March 1996/ février 1996	March 1996/ 1996/1995	
\$'000								
%								
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	38,072	44,157	29,368	35,982	22.5	+18.5	
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	48,509	45,871	45,605	46,305	1.5	0.9	
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	389,725	448,630	344,791	419,214	21.6	-6.6	
4	Nursery Equipment - Articles de chambres d'enfants	37,102	40,772	38,888	42,272	8.7	3.7	
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	156,764	177,114	155,000	174,150	12.4	-1.7	
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	66,941	76,309	67,565	80,213	18.7	5.1	
7	Lingerie and Women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	68,736	76,795	84,098	89,611	6.6	16.7	
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	144,601	141,370	135,102	137,956	2.1	-2.4	
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	75,819	84,298	86,007	88,335	2.7	4.8	
10	Women's hosiery - Bas pour dames	74,034	78,504	77,664	82,663	6.4	5.3	
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	70,824	80,491	70,022	77,076	10.1	-4.2	
12	Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	153,833	178,061	186,471	201,690	8.2	13.3	
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	96,597	104,560	90,089	103,086	14.4	-1.4	
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	366,266	403,393	365,842	414,337	13.3	2.7	
15	Boy's clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	64,626	72,002	71,321	82,676	15.9	14.8	
16	Men's and boy's footwear - Chaussures pour hommes et garçons	85,219	93,257	98,392	107,463	9.2	15.2	
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	70,968	84,263	96,519	102,050	5.7	21.1	
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	368,535	376,304	448,209	420,927	-6.1	11.9	
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	52,736	53,322	40,390	41,368	2.4	-22.4	
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	57,542	61,288	103,766	114,314	10.2	86.5	
21	Linen - Linges de maison	318,680	326,159	316,504	330,568	4.4	1.4	
22	Luggage - Bagages	28,185	28,596	23,701	24,036	1.4	-15.9	
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	136,311	143,286	122,984	133,817	8.8	-6.6	
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	34,998	33,144	48,082	51,030	6.1	54.0	
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	64,394	60,860	69,172	71,671	3.6	17.8	
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	54,108	55,284	52,541	55,457	5.6	0.3	
27	Furniture - Meubles	132,941	136,620	109,860	123,249	12.2	-9.8	
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	81,445	78,146	75,235	74,430	-1.1	-4.8	
29	Home entertainment equipment (T.V., stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)	259,432	260,184	313,157	317,667	1.4	22.1	
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	242,064	246,460	293,159	306,671	4.6	24.4	
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.	175,031	187,094	225,469	246,613	9.4	31.8	
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	
33	Jewellery - Bijouterie	154,134	158,168	169,555	181,391	7.0	14.7	
34	Toys and games - Jouets et jeux	181,697	187,075	209,593	234,456	11.9	25.3	
35	Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques	172,204	204,557	217,096	252,538	16.3	23.5	
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	171,480	177,477	183,921	190,353	3.5	7.3	
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	52,341	52,734	88,047	92,406	5.0	75.2	
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'œuvre)	
40	All other departments (includes gifts and seasonal) ¹ - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers) ¹	128,224	189,461	157,015	188,501	20.1	-0.5	
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS LES RAYONS	4,875,118	5,246,065	5,310,198	5,736,540	8.0	9.3	

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

Tableau 8.

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

Table 9.

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

Period Période	Department stores						
	Grands magasins						
	Total		Major		Discount		
	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	D'escoptes	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							
May - Mai							
June - Juin							
July - Juillet							
August - Août							
September - Septembre							
October - Octobre							
November - Novembre							
December - Décembre							
Year - Année							

Tableau 9.

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

Table 10.

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

Tableau 10.

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

Period Période	Unadjusted		Seasonally adjusted	
	Non-désaisonnalisés		Désaisonnalisés	
	Inventories 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	5,736,977	0.7
April - Avril				
May - Mai				
June - Juin				
July - Juillet				
August - Août				
September - Septembre				
October - Octobre				
November - Novembre				
December - Décembre				

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	1,180,630	-0.9
April - Avril				
May - Mai				
June - Juin				
July - Juillet				
August - Août				
September - Septembre				
October - Octobre				
November - Novembre				
December - Décembre				

Table 12.

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

Tableau 12.

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

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			
May - Mai	2,939,099	3,226,237			
June - Juin	2,987,341	3,224,406			
July - Juillet	2,987,801	3,214,301			
August - Août	3,037,200	3,311,488			
September - Septembre	3,090,334	3,356,168			
October - Octobre	3,134,257	3,337,668			
November - Novembre	3,262,451	3,415,937			
December - Décembre	3,664,883	3,187,204			
\$'000'000					
Seasonally adjusted - Désaisonnalisés					
January - Janvier	2,774	3,369	2,839	-0.2	-15.7
February - Février	2,914	3,297	2,874	1.2	-12.8
March - Mars	2,977	3,279	2,852	-0.8	-13.0
April - Avril	2,982	3,300			
May - Mai	3,015	3,311			
June - Juin	3,047	3,295			
July - Juillet	3,081	3,310			
August - Août	3,092	3,362			
September - Septembre	3,125	3,368			
October - Octobre	3,143	3,321			
November - Novembre	3,181	3,313			
December - Décembre	3,246	2,845			

¹ For reasons of confidentiality, sales from Department 32 are now included in Department 40.¹ Pour des raisons de confidentialité, les ventes du rayon 32 sont désormais incluses avec le rayon 40.² For reasons of confidentiality, the Yukon and N.W.T. are included with British Columbia.² Pour des raisons de confidentialité, le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest sont inclus dans la Colombie-Britannique.³ Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.³ Les comptes à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

Appendix I

I. DEFINITIONS

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

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

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

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

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

SCOPE OF SURVEY

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

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

This monthly publication contains the latest results of

Appendice I

I. DEFINITIONS

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

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

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

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

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

CHAMP DE L'ENQUÊTE

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

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

Cette publication mensuelle présente les derniers résultats de

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

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

II. DATA QUALITY AND METHODOLOGY

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

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

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

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

DATA CONFIDENTIALITY

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

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

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

II. QUALITÉ DES DONNÉES ET MÉTHODOLOGIE

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

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

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

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

CONFIDENTIALITÉ DES DONNÉES

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

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

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

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

SEASONAL ADJUSTMENT

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

In the interest of accurately interpreting the fundamental evolution of an economic phenomenon and producing forecasts of superior quality, Statistics Canada uses the X-11-ARIMA seasonal adjustment method³ to seasonally adjust its time series. The ARIMA part of this method minimizes the impact of seasonal variations on the series and essentially consists of adding one year of estimated data onto each end of the original series before it is seasonally adjusted. The estimated data are derived from forecasts and backcasts using ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average) models of the Box-Jenkins type.

EXPLANATORY NOTES

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

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

visés dans la publication.

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

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

DÉSAISONNALISATION

Les séries temporelles ou chronologiques comportent les éléments essentiels à la description, l'explication et la prévision du comportement d'un phénomène économique. "Ce sont des dossiers statistiques de l'évolution des processus économiques dans le temps".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, 5100 De Maisonneuve Ouest,
Montréal, Québec

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

Appendice II

Liste des organisations de grands magasins

Organisations de grands magasins traditionnels

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

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

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

Organisations de grands magasins d'escompte

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

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

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

Text Table I.

**Measures of Reliability, Department Stores, Canada,
March 1996**

Tableau explicatif I.

Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, mars 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.

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

² The response fraction is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores.

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

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

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

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

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

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

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

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



- ✓ Dégagez les nouvelles tendances
- ✓ Définissez les nouveaux marchés
- ✓ Déterminez les possibilités de profit

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

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

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

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

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

Via l'Internet: order@statcan.ca



ORDER FORM

Statistics Canada

MAIL TO:	PHONE:	FAX TO:	METHOD OF PAYMENT:					
 Statistics Canada Operations and Integration Circulation Management 120 Parkdale Avenue Ottawa, Ontario Canada K1A 0T6			 1-800-267-6677		 (613) 951-1584		(Check only one)	
Charge to VISA or MasterCard. Outside Canada and the U.S. call (613) 951-7277. Please do not send confirmation.			VISA, MasterCard and Purchase Orders only. Please do not send confirmation. A fax will be treated as an original order.		<input type="checkbox"/> Please charge my: <input type="checkbox"/> VISA <input type="checkbox"/> MasterCard			
 INTERNET: order@statcan.ca					Card Number			
(Please print)					Signature		Expiry Date	
Company _____ Department _____ Attention _____ Title _____ Address _____ City _____ Province _____ Postal Code _____ Phone _____ Fax _____								
Please ensure that all information is completed.								
Authorized Signature								
Catalogue Number	Title	Date of Issue or Indicate an "S" for subscriptions	Annual Subscription or Book Price			Quantity	Total \$	
			Canada \$	United States US\$	Other Countries US\$			
► Note: Catalogue prices for U.S. and other countries are shown in US dollars.						SUBTOTAL		
► GST Registration # R121491807						DISCOUNT (if applicable)		
► Cheque or money order should be made payable to the Receiver General for Canada - Publications.						GST (7%) and applicable PST (Canadian clients only)		
						GRAND TOTAL		
► Canadian clients pay in Canadian funds and add 7% GST and applicable PST. Foreign clients pay total amount in US funds drawn on a US bank. Prices for US and foreign clients are shown in US dollars.						PF 093238		

THANK YOU FOR YOUR ORDER!

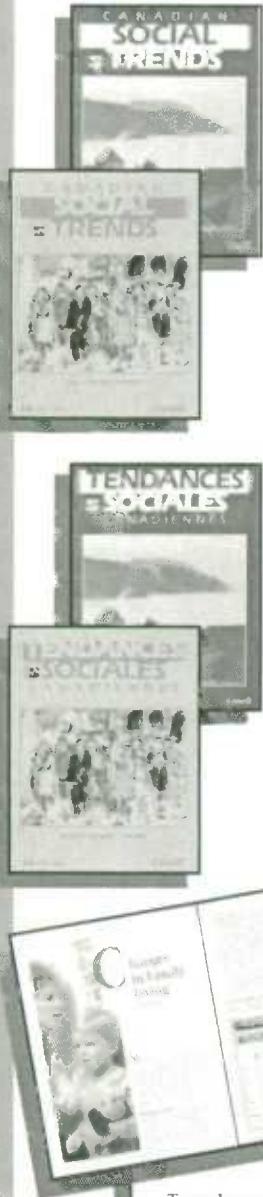


Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canadä

Don't let the changing world take you by surprise!



An aging population. Lone-parent families. A diverse labour force. Do you know how today's social changes will affect your future ... your organization ... and your family?

Keep pace with the dramatic shifts in Canada's evolving social fabric with Statistic Canada's best-selling quarterly, *Canadian Social Trends*. With vast and varied reports on major changes in key social issues and trends, this periodical incorporates findings from over 50 national surveys.

Written by some of Canada's leading-edge social analysts, *Canadian Social Trends* combines painstaking research with dynamic prose on topics like ethnic diversity, low-income families, time-crunch stress, violent crime and much more — all in a colourful, easy-to-read, magazine format.

A lasting record of changing times!

Join the thousands of business and policy analysts, social-science professionals, and academics who trust *Canadian Social Trends* to demystify the causes and consequences of change in Canadian society. Don't miss a single issue — subscribe today.

Canadian Social Trends (catalogue number 11-0080XPE) is \$34 (plus GST and applicable PST) annually in Canada, US\$41 in the United States and US\$48 in other countries.

To order, write to Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management, 120 Parkdale Ave., Ottawa, Ontario, K1A 0T6 or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

If more convenient, fax your order to 1-613-951-1584 or call toll-free 1-800-267-6677 and use your VISA or MasterCard. Via Internet: order@statcan.ca

Ne soyez pas dépassé par les événements!

Le vieillissement de la population. Les familles monoparentales. La diversification de la population active. Savez-vous comment les changements sociaux d'aujourd'hui vont se répercuter sur votre avenir, votre organisation, votre famille?

Suivez l'évolution spectaculaire de la société canadienne grâce à *Tendances sociales canadiennes*, une publication trimestrielle de Statistique Canada. Avec des articles vastes et variés sur les principaux changements caractérisant les questions et les tendances sociales principales, cette publication intègre les résultats de plus de 50 enquêtes nationales.

Certains des analystes sociaux les plus reconnus du Canada rédigent des articles dans *Tendances sociales canadiennes*. Ils présentent les résultats de recherches minutieuses dans un style attrayant pour des sujets tels que la diversité ethnique, les familles à faible revenu, le stress dû au manque de temps, le crime et bien d'autres encore dans une revue haute en couleur et de lecture aisée.

Un dossier permanent d'une époque en évolution!

Des milliers d'analystes des entreprises et des politiques, de professionnels des sciences sociales et d'universitaires lisent *Tendances sociales canadiennes* pour identifier les causes et les conséquences de l'évolution de la société canadienne. Ne manquez pas un numéro, abonnez-vous dès aujourd'hui.

L'abonnement annuel à *Tendances sociales canadiennes* (n° 11-0080XPF au catalogue) coûte 34 \$ (plus la TPS et la TVP en vigueur) au Canada, 41 \$ US aux États-Unis et 48 \$ US dans les autres pays.

Pour passer votre commande, écrivez à Statistique Canada, Division des Opérations et de l'intégration, Direction de la circulation, 120, av. Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6, ou adressez-vous au centre de services-conseils de Statistique Canada le plus proche de chez vous et dont la liste figure dans cette publication.

Vous pouvez aussi envoyer votre commande par télecopieur, au 1-613-951-1584, ou téléphoner sans frais au 1-800-267-6677 et donner votre numéro de carte VISA ou MasterCard. Via l'Internet: order@statcan.ca

FIND STRENGTH IN NUMBERS!

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

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

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

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

We can even conduct surveys tailored to your specialized requirements.

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

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

LES CHIFFRES FONT LA FORCE !

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

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

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

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

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

Dans un contexte social et économique de plus en plus complexe, des renseignements exacts et à jour sont un outil essentiel pour mener à bien des tâches aussi précises que la recherche, la planification,

enseignement ou analyse. Fiez-vous à l'expertise de Statistique Canada pour obtenir les renseignements et les services dont vous avez besoin de manière rapide, professionnelle et rentable.

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

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

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

National TDD line / Service national AT&T: 1-800-363-7629

Region / Région	Local calls / Appel local	Fax / Télécopieur
Atlantic Region / Région de l'Atlantique	(902) 426-5331	(902) 426-9538
Québec Region / Région du Québec	(514) 283-5725	(514) 283-9350
National Capital Region / Région de la capitale nationale	(613) 951-8116	(613) 951-0581
Ontario Region / Région de l'Ontario	(416) 973-6586	(416) 973-7475
Pacific Region / Région du Pacifique	(604) 666-3691	(604) 666-6966
Prairies and N.W.T. / Prairies et T.N.-O.		
Manitoba	(204) 983-4020	(204) 983-7543
Saskatchewan	(306) 780-5405	(306) 780-5403
Southern Alberta / Sud de l'Alberta	(403) 292-6717	(403) 292-4958
Northern Alberta and N.W.T. / Nord de l'Alberta et T.N.-O.	(403) 495-3027	(403) 495-5318