

Catalogue no. 63-002-XPB

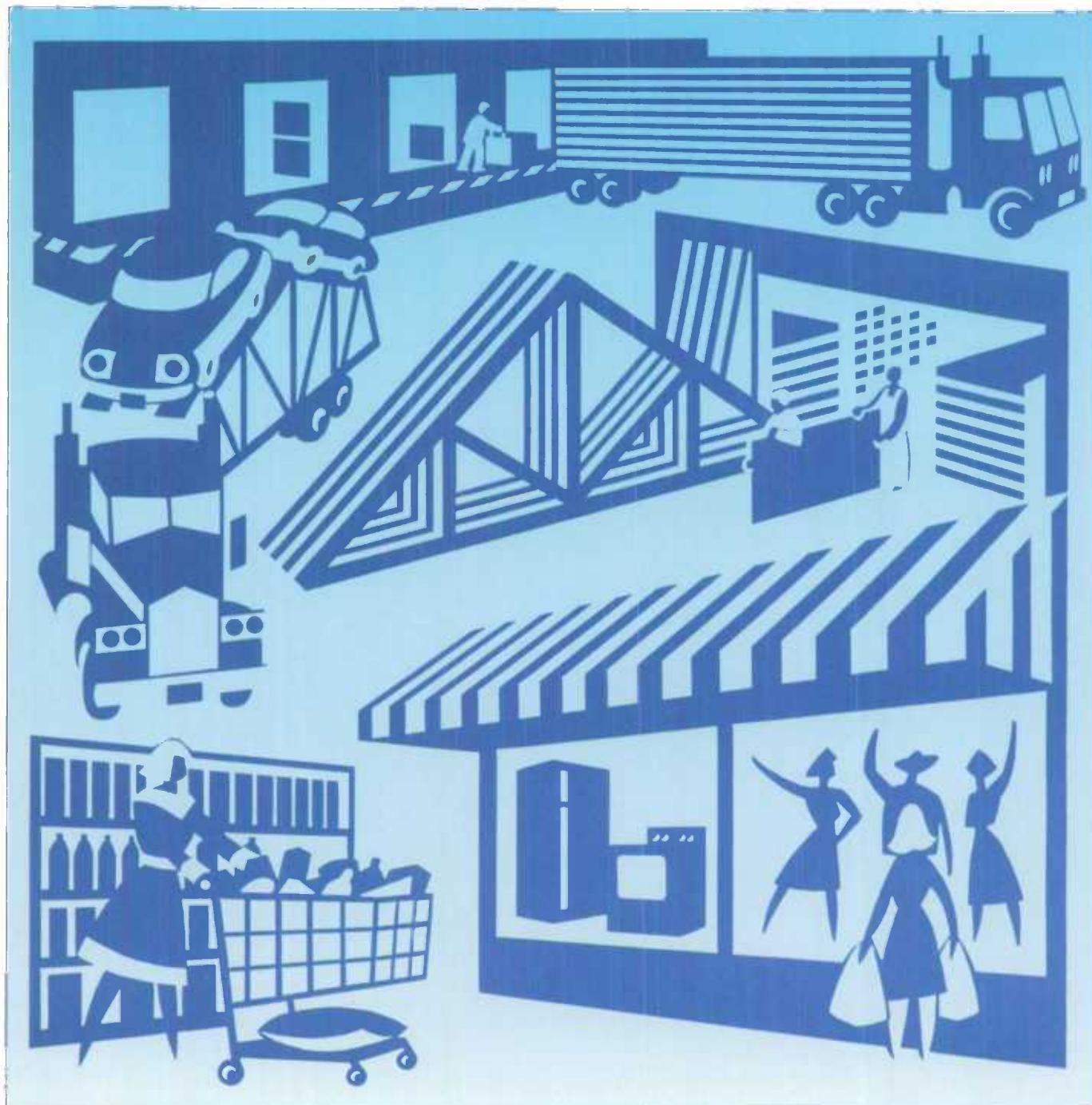
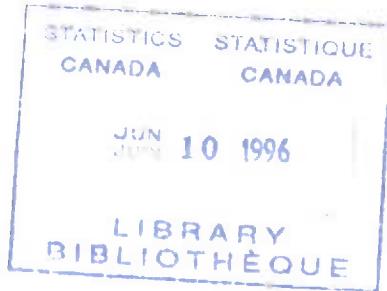
# Department store sales and stocks

April 1996

N° 63-002-XPB au catalogue

# Ventes et stocks des grands magasins

Avril 1996



Statistics  
Canada

Statistique  
Canada

Canada

## Data in many forms

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

## How to obtain more information

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

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

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

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

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

## How to order publications

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

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

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

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

## Comment commander les publications

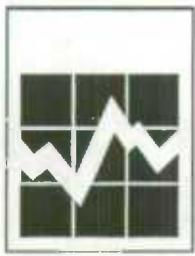
On peut se procurer les publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des centres de consultation régionaux de Statistique Canada, ou en écrivant à :

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

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

April 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. 4  
Frequency: Monthly

ISSN 0380-7045

Ottawa

## Note of appreciation

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

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

# Ventes et stocks des grands magasins

Avril 1996

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1996

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

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° 4  
Périodicité : mensuelle

ISSN 0380-7045

Ottawa

## Note de reconnaissance

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

## Symbols

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- ... figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- <sup>P</sup> preliminary figures.
- <sup>R</sup> revised figures.
- <sup>X</sup> 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.
- <sup>P</sup> nombres provisoires.
- <sup>R</sup> nombres rectifiés.
- <sup>X</sup> 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
<b>Highlights</b>	5
<b>For Further Reading</b>	6
<b>Table</b>	
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
<b>Faits saillants</b>	5
<b>Lectures suggérées</b>	6
<b>Tableau</b>	
1. Ventes mensuelles des grands magasins, non-désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1995-1996	7
2. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et d'escomptes, par province, 1995-1996	8
3. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et d'escomptes, selon certaines régions métropolitaines, 1995-1996	10
4. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et d'escomptes, par province, 1995-1996	12
5. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et d'escomptes, selon certaines régions métropolitaines, 1995-1996	12
6. Rapports mensuels stocks-ventes et ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1995-1996	14
7. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1995-1996	16
8. Stocks mensuels des grands magasins non-désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1995-1996	17
9. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1994 à 1996	18
10. Stocks mensuels des grands magasins, non-désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1993 à 1996	19
11. Ventes mensuelles des grands magasins, non-désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1993 à 1996	20

**Table of Contents - Concluded**

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

**Appendix**

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

**Text Table**

- I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada

**Tables des matières - fin**

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

**Appendice**

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

**Tableau explicatif**

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

## Highlights

### April 1996

- Seasonally adjusted department store sales were up a marginal 0.3% in April, following a 1.0% decline in March. Sales for the first four months of 1996 were up 4.5% from the same period last year.
- Consumer spending in department stores rose 1.3% compared with April 1995 (unadjusted). Year-over-year sales have risen in each month of the last 12 due to gains by discount stores.
- Out of every dollar spent in department stores in April, the highest proportion was spent in discount stores (55 cents). Consumer spending in discount stores totalled \$583.2 million, a 3.6% increase from the same month last year. Sales in the major stores declined 1.4% from April 1995 to \$474.6 million.
- Department store retailers in Saskatchewan posted a 4.5% increase from April 1995, the largest increase at the provincial level. The largest sales decline was in Nova Scotia, down 3.1% from last year.

## Faits saillants

### Avril 1996

- Les ventes des grands magasins ont légèrement augmenté de 0,3 % en avril, à la suite d'une baisse de 1,0 % en mars. Les ventes pour les quatre premiers mois de 1996 sont en hausse de 4,5 % par rapport à la même période l'année dernière.
- Les consommateurs ont dépensé davantage dans les grands magasins, une hausse de 1,3 % par rapport à avril 1995 (non désaisonnalisées). Dans les douze derniers mois, les ventes ont augmenté chaque mois, principalement à cause des gains réalisés par les grands magasins d'escomptes.
- De tous les achats enregistrés dans les grands magasins en avril, une proportion plus importante a été effectuée dans les grands magasins d'escompte (55 cents). Les achats des consommateurs dans les grands magasins d'escompte ont totalisé 583,2 millions de dollars, en hausse de 3,6 % par rapport au même mois l'an passé. Dans les grands magasins traditionnels, les ventes ont diminué de 1,4 % par rapport à avril 1995, pour s'établir à 474,6 millions.
- Parmi toutes les provinces, l'augmentation la plus importante des ventes provient des grands magasins de la Saskatchewan, qui ont progressé de 4,5 % en un an. La diminution la plus importante a été notée en Nouvelle-Écosse, en baisse de 3,1 % par rapport à l'année dernière.

**FOR FURTHER READING**

Selected Publications  
from Statistics Canada

**LECTURES SUGGÉRÉES**

Choisies parmi les publications  
de Statistique Canada

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

To order a publication, telephone (613) 951-7277 or fax (613) 951-1584 or internet: [order@statcan.ca](mailto: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](mailto: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.

Nº 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 Variation	
		March Mars	April Avril	March Mars	April Avril		
				\$'000		%	
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	8,552	9,875	7,270	7,987	-19.1	
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	12,277	10,605	10,541	10,589	-0.1	
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	78,838	84,420	71,700	78,878	-6.6	
4	Nursery Equipment - Articles de chambres d'enfants	10,940	10,203	10,029	10,120	-0.8	
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	36,379	38,143	36,516	34,923	-8.4	
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	15,670	17,534	14,767	15,442	-11.9	
7	Lingerie and Women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	15,181	16,008	14,440	15,821	-1.2	
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	22,039	23,651	22,205	21,632	-8.5	
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	14,172	14,872	10,943	15,100	1.5	
10	Women's hosiery - Bas pour dames	13,797	15,279	13,061	14,972	-2.0	
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	11,139	12,314	10,634	11,564	-6.1	
12	Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	23,409	25,916	20,001	27,322	5.4	
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	15,910	17,173	15,570	17,248	0.4	
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	59,460	65,223	61,582	65,113	-0.2	
15	Boy's clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	12,705	15,143	12,873	14,270	-5.8	
16	Men's and boy's footwear - Chaussures pour hommes et garçons	12,115	12,749	11,715	14,362	12.7	
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	33,598	54,040	46,195	52,484	-2.9	
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	87,197	85,665	106,338	100,562	17.4	
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	7,012	6,907	5,964	6,006	-13.0	
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	12,406	12,361	14,009	12,489	1.0	
21	Linen - Linges de maison	38,760	41,020	38,002	41,613	1.4	
22	Luggage - Bagages	3,786	3,550	3,907	3,259	-8.2	
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	11,113	13,251	10,304	12,416	-6.3	
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	8,301	9,060	8,533	8,495	-6.2	
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	9,061	9,284	8,879	9,452	1.8	
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	7,194	7,007	6,850	6,997	-0.1	
27	Furniture - Meubles	32,670	34,619	31,563	36,249	4.7	
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	33,127	31,776	33,523	34,894	9.8	
29	Home entertainment equipment (T.V., stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)	56,175	49,209	54,750	51,764	5.2	
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	42,675	44,067	46,969	48,142	9.2	
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.	25,888	35,068	25,472	38,054	8.5	
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	14,618	15,800	15,018	15,828	0.2	
33	Jewellery - Bijouterie	26,146	35,774	30,119	34,608	-3.3	
34	Toys and games - Jouets et jeux	21,695	32,525	19,853	29,745	-8.5	
35	Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques	21,083	23,873	22,563	22,946	-3.9	
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	13,119	15,474	14,342	15,847	2.4	
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	18,942	17,874	18,923	17,086	-4.4	
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	20,390	21,771	21,066	22,819	4.8	
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'œuvre)	45,471	54,890	47,778	60,690	10.6	
40	All other departments (includes gifts and seasonal) <sup>1</sup> - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers) <sup>1</sup>	953,009	1,043,974	974,770	1,057,787	1.3	
41	<b>ALL DEPARTMENTS - TOTAL- TOUS LES RAYONS</b>						

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

Table 2.

## Major and Discount Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 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						
	<b>Major department stores</b>					
1	1995 March	451,883	x	x	x	x
2	April	481,272	x	x	x	x
3	January-April	1,627,494	x	x	x	x
4	1996 March	445,568	x	x	x	x
5	April	474,636	x	x	x	x
6	January-April	1,625,115	x	x	x	x
Percentage change						
7	April 1996/1995	-1.4	x	x	x	x
8	January-April 1996/1995	-0.1	x	x	x	x
	<b>Discount department stores</b>					
9	1995 March	501,126	x	x	x	x
10	April	562,701	x	x	x	x
11	January-April	1,806,978	x	x	x	x
12	1996 March	529,202	x	x	x	x
13	April	583,152	x	x	x	x
14	January-April	1,976,403	x	x	x	x
Percentage change						
15	April 1996/1995	3.6	x	x	x	x
16	January-April 1996/1995	9.4	x	x	x	x
	<b>Total, all department stores</b>					
17	1995 March	953,009	16,854	29,393	22,015	180,856
18	April	1,043,974	20,095	34,115	25,360	201,070
19	January-April	3,434,472	62,531	106,701	78,642	643,654
20	1996 March	974,770	17,648	30,450	22,177	182,036
21	April	1,057,787	19,938	33,073	24,677	203,463
22	January-April	3,601,518	64,932	109,107	81,362	678,790
Percentage change						
23	April 1996/1995	1.3	-0.8	-3.1	-2.7	1.2
24	January-April 1996/1995	4.9	3.8	2.3	3.5	5.5

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

Tableau 2.

## Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et d'escomptes, par province, 1995-1996

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia <sup>2</sup> Colombie-Britannique <sup>2</sup>	Genre de grand magasin	N°	
\$'000							
					<b>Grands magasins traditionnels</b>		
x	x	x	x	x	1995 Mars	1	
x	x	x	x	x	Avril	2	
x	x	x	x	x	Janvier-avril	3	
x	x	x	x	x	1996 Mars	4	
x	x	x	x	x	Avril	5	
x	x	x	x	x	Janvier-avril	6	
					<b>Variation en pourcentage</b>		
x	x	x	x	x	Avril 1996/1995	7	
x	x	x	x	x	Janvier-avril 1996/1995	8	
					<b>Grands magasins d'escomptes</b>		
x	x	x	x	x	1995 Mars	9	
x	x	x	x	x	Avril	10	
x	x	x	x	x	Janvier-avril	11	
x	x	x	x	x	1996 Mars	12	
x	x	x	x	x	Avril	13	
x	x	x	x	x	Janvier-avril	14	
					<b>Variation en pourcentage</b>		
x	x	x	x	x	Avril 1996/1995	15	
x	x	x	x	x	Janvier-avril 1996/1995	16	
					<b>Ensemble des grands magasins</b>		
396,653	41,360	29,041	103,595	133,243	1995 Mars	17	
425,664	44,573	32,446	114,678	145,972	Avril	18	
1,425,679	146,777	106,603	376,801	487,084	Janvier-avril	19	
400,981	41,554	30,820	108,820	140,284	1996 Mars	20	
431,704	46,291	33,922	118,934	145,787	Avril	21	
1,487,914	154,006	114,730	399,390	511,288	Janvier-avril	22	
					<b>Variation en pourcentage</b>		
1.4	3.9	4.5	3.7	-0.1	Avril 1996/1995	23	
4.4	4.9	7.6	6.0	5.0	Janvier-avril 1996/1995	24	

<sup>2</sup> 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						
<b>Major department stores</b>						
1 1995 March	x	x		x	x	x
2 April	x	x	x	x	x	x
3 January-April	x	x	x	x	x	x
4 1996 March	x	x	x	x	x	x
5 April	x	x	x	x	x	x
6 January-April	x	x	x	x	x	x
<b>Percentage change</b>						
7 April 1996/1995	x	x	x	x	x	x
8 January-April 1996/1995	x	x	x	x	x	x
<b>Discount department stores</b>						
9 1995 March	x	x	x	x	x	x
10 April	x	x	x	x	x	x
11 January-April	x	x	x	x	x	x
12 1996 March	x	x	x	x	x	x
13 April	x	x	x	x	x	x
14 January-April	x	x	x	x	x	x
<b>Percentage change</b>						
15 April 1996/1995	x	x	x	x	x	x
16 January-April 1996/1995	x	x	x	x	x	x
<b>Total, all department stores</b>						
17 1995 March	38,656	40,088	15,372	27,811	98,823	
18 April	42,177	44,182	17,215	29,727	107,820	
19 January-April	141,058	145,128	54,900	98,637	350,362	
20 1996 March	41,513	41,793	15,628	26,689	97,924	
21 April	44,898	45,932	16,952	29,053	109,092	
22 January-April	151,872	153,545	56,308	99,866	367,368	
<b>Percentage change</b>						
23 April 1996/1995	6.5	4.0	-1.5	-2.3	1.2	
24 January-April 1996/1995	7.7	5.8	2.6	1.2	4.9	

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							
<b>Grands magasins traditionnels</b>							
x	x	x	x	x	1995	Mars	1
x	x	x	x	x	x	Avril	2
x	x	x	x	x	x	Janvier-avril	3
x	x	x	x	x	1996	Mars	4
x	x	x	x	x	x	Avril	5
x	x	x	x	x	x	Janvier-avril	6
<b>Variation en pourcentage</b>							
x	x	x	x	x	x	Avril 1996/1995	7
x	x	x	x	x	x	Janvier-avril 1996/1995	8
<b>Grands magasins d'escomptes</b>							
x	x	x	x	x	1995	Mars	9
x	x	x	x	x	x	Avril	10
x	x	x	x	x	x	Janvier-avril	11
x	x	x	x	x	1996	Mars	12
x	x	x	x	x	x	Avril	13
x	x	x	x	x	x	Janvier-avril	14
<b>Variation en pourcentage</b>							
x	x	x	x	x	x	Avril 1996/1995	15
x	x	x	x	x	x	Janvier-avril 1996/1995	16
<b>Ensemble des grands magasins</b>							
40,920	21,981	152,174	70,269	35,922	1995	Mars	17
45,851	25,293	160,447	76,336	38,698		Avril	18
145,888	79,092	550,061	256,757	127,161		Janvier-avril	19
42,074	21,458	154,068	74,086	35,419	1996	Mars	20
46,064	23,962	162,817	75,002	39,622		Avril	21
154,744	79,084	571,874	267,086	131,571		Janvier-avril	22
<b>Variation en pourcentage</b>							
0.5	-5.3	1.5	-1.7	2.4	Avril 1996/1995		23
6.1	--	4.0	4.0	3.5	Janvier-avril 1996/1995		24

**Table 4.****Number of Major and Discount Department Store Locations, by Province, 1995-1996**

No.	Type of department store	Canada	Newfoundland Terre-Neuve	Prince Edward Island Île-du-Prince- Édouard	Nova Scotia Nouvelle- Écosse	New Brunswick Nouveau- Brunswick	Québec
No. - nbre							
<b>Major department stores</b>							
1	1995 March	311	2	1	11	5	59
2	April	305	2	1	11	5	58
3	1996 March	304	2	1	10	5	58
4	April	303	2	1	10	5	58
<b>Discount department stores</b>							
5	1995 March	544	15	4	30	24	95
6	April	544	15	4	30	24	95
7	1996 March	558	15	4	31	24	94
8	April	559	15	4	31	24	94
<b>Total, all department stores</b>							
9	1995 March	855	17	5	41	29	154
10	April	849	17	5	41	29	153
11	1996 March	862	17	5	41	29	152
12	April	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						
<b>Major department stores</b>						
1	1995 March	13	18	7	12	32
2	April	13	17	7	12	31
3	1996 March	13	17	6	11	31
4	April	13	17	6	11	31
<b>Discount department stores</b>						
5	1995 March	15	18	10	13	36
6	April	15	18	10	13	36
7	1996 March	16	18	11	15	36
8	April	16	18	11	15	36
<b>Total, all department stores</b>						
9	1995 March	28	36	17	25	68
10	April	28	35	17	25	67
11	1996 March	29	35	17	26	67
12	April	29	35	17	26	67

? 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 <sup>2</sup> Colombie-Britannique <sup>2</sup>	Genre de grand magasin			N°
No. - nbre								
120	13	11	43	46	<b>Grands magasins traditionnels</b>			1
116	13	11	42	46	1995	Mars		2
118	13	10	42	45	1996	Mars		3
118	13	10	42	44		Avril		4
No. - nbre								
214	22	23	53	64	<b>Grands magasins d'escomptes</b>			5
214	22	23	53	64	1995	Mars		6
228	21	23	53	65	1996	Mars		7
229	21	23	53	65		Avril		8
No. - nbre								
334	35	34	96	110	<b>Ensemble des grands magasins</b>			9
330	35	34	95	110	1995	Mars		10
346	34	33	95	110	1996	Mars		11
347	34	33	95	109		Avril		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								
13	8	49	25	12	<b>Grands magasins traditionnels</b>			1
12	8	49	25	12	1995	Mars		2
12	8	48	25	12		Avril		
12	8	48	24	12	1996	Mars		3
						Avril		4
No. - nbre								
20	10	60	22	16	<b>Grands magasins d'escomptes</b>			5
20	10	60	22	16	1995	Mars		6
21	8	63	22	15	1996	Mars		7
23	8	63	22	15		Avril		8
No. - nbre								
22	18	109	47	28	<b>Ensemble des grands magasins</b>			9
22	18	109	47	28	1995	Mars		10
22	16	111	47	27	1996	Mars		11
35	16	111	46	27		Avril		12

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

Table 6.

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

No.	Department	Inventories-sales/Stocks-ventes			
		1995		1996	
		March Mars	April Avril	March Mars	April Avril
1	Women's and misses' dresses and uniforms	5.16	4.90	4.95	5.18
2	Women's and misses' coats and suits	3.74	3.68	4.39	3.38
3	Women's and misses' casual wear	5.69	5.68	5.85	5.70
4	Nursery Equipment	3.73	4.11	4.21	4.40
5	Infants' and children's wear	4.87	4.52	4.77	5.03
6	Girls' wear	4.87	4.18	5.43	5.24
7	Lingerie and Women's sleepwear	5.06	5.26	6.21	6.09
8	Intimate apparel	6.41	5.74	6.21	6.49
9	Athletic footwear	5.95	5.67	8.07	6.25
10	Women's hosiery	5.69	5.20	6.33	5.57
11	Women's accessories	7.23	6.94	7.25	7.03
12	Women's, misses', girls' and children's footwear	7.61	7.08	10.08	8.31
13	Men's coats, suits and dress pants	6.57	6.23	6.62	5.88
14	Men's casual wear and furnishings	6.78	6.62	6.73	6.69
15	Boy's clothing and furnishings	5.67	4.66	6.42	5.91
16	Men's and boy's footwear	7.70	7.47	9.17	8.41
17	Food and kindred products	2.51	1.06	2.21	1.37
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products	4.32	4.70	3.96	4.34
19	Photographic equipment and supplies	7.60	7.72	6.94	7.02
20	Sewing supplies, notions and piece goods	4.94	5.04	8.16	8.75
21	Linen	8.41	8.15	8.70	8.01
22	Luggage	7.55	7.96	6.15	7.28
23	China, crystal, glassware and silverware	12.89	11.18	12.99	11.09
24	Floor coverings	3.99	3.71	5.98	5.94
25	Draperies and furniture coverings	6.72	6.41	8.07	7.53
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	7.69	8.11	8.10	7.88
27	Furniture	4.18	4.17	3.90	3.52
28	Major appliances	2.36	2.53	2.22	2.11
29	Home entertainment equipment (T.V., stereo, V.C.R., etc.)	4.63	5.36	5.80	6.02
30	Housewares and small electrical appliances	5.78	5.75	6.53	6.42
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	7.23	5.57	9.68	7.07
32	Plumbing, heating and building materials	...	...	...	...
33	Jewellery	10.82	10.55	12.08	11.70
34	Toys and games	7.16	5.02	7.78	6.55
35	Sports equipment and athletic apparel	9.43	6.73	12.72	8.94
36	Stationery, books and office equipment	8.42	7.51	8.44	8.15
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies	4.02	3.40	6.44	5.73
38	Meals and lunches	...	...	...	...
39	Repairs, installation and services (labour and parts)	...	...	...	...
40	All other departments (includes gifts and seasonal) <sup>1</sup>	4.17	3.01	3.95	3.35
41	<b>TOTAL ALL DEPARTMENTS</b>	<b>5.50</b>	<b>5.12</b>	<b>5.89</b>	<b>5.55</b>

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

Tableau 6.

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

Sales-inventories/Ventes-stocks				Rayon	N°		
1995		1996					
March Mars	April Avril	March Mars	April Avril				
0.21	0.21	0.22	0.21	Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	1		
0.26	0.25	0.23	0.26	Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	2		
0.19	0.18	0.19	0.18	Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	3		
0.28	0.25	0.25	0.23	Articles de chambres d'enfants	4		
0.22	0.22	0.22	0.20	Vêtements de bébés et d'enfants	5		
0.22	0.23	0.20	0.19	Vêtements de fillettes	6		
0.21	0.20	0.17	0.17	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7		
0.15	0.17	0.16	0.16	Sous-vêtements	8		
0.18	0.18	0.13	0.17	Chaussures athlétiques	9		
0.18	0.19	0.16	0.18	Bas pour dames	10		
0.15	0.15	0.14	0.15	Articles de parure pour dames	11		
0.14	0.14	0.10	0.13	Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	12		
0.16	0.16	0.16	0.17	Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	13		
0.15	0.16	0.16	0.15	Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	14		
0.19	0.21	0.17	0.17	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15		
0.14	0.14	0.11	0.13	Chaussures pour hommes et garçons	16		
0.43	0.76	0.47	0.60	Produits alimentaires et connexes	16		
0.23	0.22	0.24	0.23	Articles de toilette, produits de beauté et pharmaceutiques	18		
0.13	0.13	0.15	0.14	Appareils et fournitures photographiques	19		
0.21	0.20	0.13	0.11	Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	20		
0.12	0.12	0.12	0.13	Linges de maison	21		
0.13	0.12	0.16	0.14	Bagages	21		
0.08	0.09	0.08	0.09	Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	23		
0.24	0.27	0.17	0.17	Revêtements de plancher	24		
0.14	0.15	0.13	0.13	Tentures et housses	25		
0.13	0.13	0.13	0.13	Lampes, tableaux, miroirs, et autres articles d'ameublement pour la maison	26		
0.24	0.25	0.27	0.29	Meubles	27		
0.42	0.40	0.45	0.47	Gros appareils ménagers	28		
0.22	0.19	0.17	0.16	Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)	29		
0.17	0.18	0.16	0.16	Articles de ménage et petits appareils électriques	30		
0.14	0.18	0.11	0.15	Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.	31		
...	...	...	...	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32		
0.09	0.10	0.09	0.09	Bijouterie	33		
0.14	0.20	0.14	0.15	Jouets et jeux	34		
0.12	0.15	0.08	0.11	Équipements de sport et vêtements athlétiques	35		
0.12	0.13	0.12	0.12	Papeterie, livres et matériel de bureau	36		
0.25	0.29	0.16	0.17	Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	37		
...	...	...	...	Repas et casse-croûtes	38		
0.29	0.31	0.28	0.31	Service, installation et travaux de réparation	39		
0.19	0.20	0.18	0.18	Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers) <sup>1</sup>	40		
				<b>TOTAL, TOUS LES RAYONS</b>	41		

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

Table 7.

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

January-April

No.	Department	Sales - Ventes		Change 1996/1995
		1995	1996	
	Rayon	\$'000		Variation 1996/1995
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	26,639	23,688	-11.1
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	38,684	37,041	-4.2
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	258,695	245,898	-4.9
4	Nursery Equipment - Articles de chambres d'enfants	39,417	39,081	-0.9
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	122,008	122,612	0.5
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	51,038	46,736	-8.4
7	Lingerie and Women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	55,101	55,173	0.1
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	76,112	77,408	1.7
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	40,617	38,131	-6.1
10	Women's hosiery - Bas pour dames	50,253	49,401	-1.7
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	41,064	39,179	-4.6
12	Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	74,450	73,111	-1.8
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	56,183	57,226	1.9
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	208,077	216,063	3.8
15	Boy's clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	43,590	43,424	-0.4
16	Men's and boy's footwear - Chaussures pour hommes et garçons	40,368	41,542	2.9
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	143,983	169,510	17.7
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	317,351	393,965	24.1
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	25,713	23,510	-8.6
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	47,476	52,350	10.3
21	Linen - Linges de maison	150,722	155,356	3.1
22	Luggage - Bagages	12,538	12,720	1.5
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	43,279	41,454	-4.2
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	31,912	32,167	0.8
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	32,684	32,840	0.5
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	27,224	25,459	-6.5
27	Furniture - Meubles	122,470	126,554	3.3
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	127,677	134,242	5.1
29	Home entertainment equipment (T.V., stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)	182,880	191,026	4.5
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	167,210	191,729	14.7
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.	98,435	102,660	4.3
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	...	...	...
33	Jewellery - Bijouterie	51,587	53,247	3.2
34	Toys and games - Jouets et jeux	95,230	101,017	6.1
35	Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques	80,689	78,259	-3.0
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	86,651	90,862	4.9
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	51,877	56,434	8.8
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	68,001	67,469	-0.8
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'œuvre)	75,514	77,708	2.9
40	All other departments (includes gifts and seasonal) <sup>1</sup> - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers) <sup>1</sup>	171,072	185,263	8.3
41	<b>ALL DEPARTMENTS - TOTAL- TOUS LES RAYONS</b>	<b>3,434,472</b>	<b>3,601,518</b>	<b>4.9</b>

<sup>1</sup> 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-avril

No.	Department	Sales - Ventes		Change 1996/1995
		1995	1996	
	Rayon	\$'000		Variation 1996/1995
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	26,639	23,688	-11.1
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	38,684	37,041	-4.2
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	258,695	245,898	-4.9
4	Nursery Equipment - Articles de chambres d'enfants	39,417	39,081	-0.9
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	122,008	122,612	0.5
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	51,038	46,736	-8.4
7	Lingerie and Women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	55,101	55,173	0.1
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	76,112	77,408	1.7
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	40,617	38,131	-6.1
10	Women's hosiery - Bas pour dames	50,253	49,401	-1.7
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	41,064	39,179	-4.6
12	Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	74,450	73,111	-1.8
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	56,183	57,226	1.9
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	208,077	216,063	3.8
15	Boy's clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	43,590	43,424	-0.4
16	Men's and boy's footwear - Chaussures pour hommes et garçons	40,368	41,542	2.9
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	143,983	169,510	17.7
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	317,351	393,965	24.1
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	25,713	23,510	-8.6
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	47,476	52,350	10.3
21	Linen - Linges de maison	150,722	155,356	3.1
22	Luggage - Bagages	12,538	12,720	1.5
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	43,279	41,454	-4.2
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	31,912	32,167	0.8
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	32,684	32,840	0.5
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	27,224	25,459	-6.5
27	Furniture - Meubles	122,470	126,554	3.3
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	127,677	134,242	5.1
29	Home entertainment equipment (T.V., stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)	182,880	191,026	4.5
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	167,210	191,729	14.7
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.	98,435	102,660	4.3
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	...	...	...
33	Jewellery - Bijouterie	51,587	53,247	3.2
34	Toys and games - Jouets et jeux	95,230	101,017	6.1
35	Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques	80,689	78,259	-3.0
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	86,651	90,862	4.9
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	51,877	56,434	8.8
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	68,001	67,469	-0.8
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'œuvre)	75,514	77,708	2.9
40	All other departments (includes gifts and seasonal) <sup>1</sup> - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers) <sup>1</sup>	171,072	185,263	8.3
41	<b>ALL DEPARTMENTS - TOTAL- TOUS LES RAYONS</b>	<b>3,434,472</b>	<b>3,601,518</b>	<b>4.9</b>

Table 8.

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

No.	Department	Unadjusted - Non-désaisonnalisés					
		1995		1996		Change - Variation	
		March Mars	April Avril	March Mars	April Avril	April 1996/ March 1996 Avril 1996/ mars 1996	April 1996/ 1996/1995 Avril 1996/ 1995
\$'000							
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	44,157	48,429	35,982	41,338	14.9	-14.6
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	45,871	39,024	46,305	35,780	-22.7	-8.3
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	448,630	479,394	419,214	449,960	7.3	-6.1
4	Nursery Equipment - Articles de chambres d'enfants	40,772	41,909	42,272	44,504	5.3	6.2
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	177,114	172,287	174,150	175,745	0.9	2.0
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	76,309	73,279	80,213	80,891	0.8	10.4
7	Lingerie and Women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	76,795	84,215	89,611	96,407	7.6	14.5
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	141,370	135,754	137,956	140,484	1.8	3.5
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	84,298	84,308	88,335	94,318	6.8	11.9
10	Women's hosiery - Bas pour dames	78,504	79,483	82,663	83,395	0.9	4.9
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	80,491	85,450	77,076	81,243	5.4	-4.9
12	Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	178,061	183,564	201,690	226,939	12.5	23.6
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	104,560	106,908	103,086	101,472	-1.6	-5.1
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	403,393	431,652	414,337	435,821	5.2	1.0
15	Boy's clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	72,002	70,624	82,676	84,311	2.0	19.4
16	Men's and boy's footwear - Chaussures pour hommes et garçons	93,257	95,207	107,463	120,795	12.4	26.9
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	84,263	57,315	102,050	71,882	-29.6	25.4
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	376,304	402,427	420,927	435,936	3.6	8.3
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	53,322	53,344	41,368	42,180	2.0	-20.9
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	61,288	62,290	114,314	109,271	-4.4	75.4
21	Linen - Linges de maison	326,159	334,228	330,568	333,404	0.9	-0.2
22	Luggage - Bagages	28,596	28,253	24,036	23,718	-1.3	-16.1
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	143,286	148,162	133,817	137,739	2.9	-7.0
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	33,144	33,652	51,030	50,451	-1.1	49.9
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	60,860	59,496	71,671	71,198	-0.7	19.7
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'aménagement pour la maison	55,284	56,794	55,457	55,144	-0.6	-2.9
27	Furniture - Meubles	136,620	144,501	123,249	127,623	3.5	-11.7
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	78,146	80,457	74,430	73,725	-0.9	-8.4
29	Home entertainment equipment (T.V., stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)	260,184	263,573	317,667	311,670	-1.9	18.2
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	246,460	253,353	306,671	309,127	0.8	22.0
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.	187,094	195,279	246,613	269,192	9.2	37.8
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	...	...	...	...	...	...
33	Jewellery - Bijouterie	158,168	166,713	181,391	185,111	2.1	11.0
34	Toys and games - Jouets et jeux	187,075	179,762	234,456	226,799	-3.3	26.2
35	Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques	204,557	218,809	252,538	265,912	5.3	21.5
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	177,477	179,356	190,353	186,951	-1.8	4.2
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	52,734	52,621	92,406	90,792	-1.7	72.5
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)' - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers)'	189,461	165,421	188,501	203,451	7.9	23.0
41	<b>ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS LES RAYONS</b>	<b>5,246,065</b>	<b>5,347,295</b>	<b>5,736,540</b>	<b>5,874,679</b>	<b>2.4</b>	<b>9.9</b>

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

Tableau 8.

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

No.	Department	Unadjusted - Non-désaisonnalisés					
		1995		1996		Change - Variation	
		March Mars	April Avril	March Mars	April Avril	April 1996/ March 1996 Avril 1996/ mars 1996	April 1996/ 1996/1995 Avril 1996/ 1995
\$'000							
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	44,157	48,429	35,982	41,338	14.9	-14.6
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	45,871	39,024	46,305	35,780	-22.7	-8.3
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	448,630	479,394	419,214	449,960	7.3	-6.1
4	Nursery Equipment - Articles de chambres d'enfants	40,772	41,909	42,272	44,504	5.3	6.2
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	177,114	172,287	174,150	175,745	0.9	2.0
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	76,309	73,279	80,213	80,891	0.8	10.4
7	Lingerie and Women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	76,795	84,215	89,611	96,407	7.6	14.5
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	141,370	135,754	137,956	140,484	1.8	3.5
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	84,298	84,308	88,335	94,318	6.8	11.9
10	Women's hosiery - Bas pour dames	78,504	79,483	82,663	83,395	0.9	4.9
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	80,491	85,450	77,076	81,243	5.4	-4.9
12	Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	178,061	183,564	201,690	226,939	12.5	23.6
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	104,560	106,908	103,086	101,472	-1.6	-5.1
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	403,393	431,652	414,337	435,821	5.2	1.0
15	Boy's clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	72,002	70,624	82,676	84,311	2.0	19.4
16	Men's and boy's footwear - Chaussures pour hommes et garçons	93,257	95,207	107,463	120,795	12.4	26.9
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	84,263	57,315	102,050	71,882	-29.6	25.4
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	376,304	402,427	420,927	435,936	3.6	8.3
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	53,322	53,344	41,368	42,180	2.0	-20.9
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	61,288	62,290	114,314	109,271	-4.4	75.4
21	Linen - Linges de maison	326,159	334,228	330,568	333,404	0.9	-0.2
22	Luggage - Bagages	28,596	28,253	24,036	23,718	-1.3	-16.1
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	143,286	148,162	133,817	137,739	2.9	-7.0
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	33,144	33,652	51,030	50,451	-1.1	49.9
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	60,860	59,496	71,671	71,198	-0.7	19.7
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'aménagement pour la maison	55,284	56,794	55,457	55,144	-0.6	-2.9
27	Furniture - Meubles	136,620	144,501	123,249	127,623	3.5	-11.7
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	78,146	80,457	74,430	73,725	-0.9	-8.4
29	Home entertainment equipment (T.V., stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)	260,184	263,573	317,667	311,670	-1.9	18.2
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	246,460	253,353	306,671	309,127	0.8	22.0
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.	187,094	195,279	246,613	269,192	9.2	37.8
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	...	...	...	...	...	...
33	Jewellery - Bijouterie	158,168	166,713	181,391	185,111	2.1	11.0
34	Toys and games - Jouets et jeux	187,075	179,762	234,456	226,799	-3.3	26.2
35	Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques	204,557	218,809	252,538	265,912	5.3	21.5
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	177,477	179,356	190,353	186,951	-1.8	4.2
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	52,734	52,621	92,406	90,792	-1.7	72.5
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)' - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers)'	189,461	165,421	188,501	203,451	7.9	23.0
41	<b>ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS LES RAYONS</b>	<b>5,246,065</b>	<b>5,347,295</b>	<b>5,736,540</b>	<b>5,874,679</b>	<b>2.4</b>	<b>9.9</b>

Table 9.

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

Tableau 9.

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

Period Période	Department stores					
			Grands magasins			
	Total		Major		Discount	
	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution
	\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
<b>1994</b>						
January - Janvier	666,161	100.0	365,789	54.9	300,371	45.1
February - Février	752,560	100.0	359,954	47.8	392,606	52.2
March - Mars	967,582	100.0	501,359	51.8	466,222	48.2
April - Avril	999,691	100.0	509,510	51.0	490,180	49.0
May - Mai	1,022,975	100.0	528,222	51.6	494,753	48.4
June - Juin	1,067,381	100.0	551,505	51.7	515,876	48.3
July - Juillet	945,816	100.0	473,305	50.0	472,511	50.0
August - Août	1,087,707	100.0	547,295	50.3	540,412	49.7
September - Septembre	1,014,377	100.0	541,113	53.3	473,264	46.7
October - Octobre	1,149,620	100.0	591,874	51.5	557,746	48.5
November - Novembre	1,435,457	100.0	709,684	49.4	725,773	50.6
December - Décembre	2,189,631	100.0	1,084,301	49.5	1,105,330	50.5
<b>Year - Année</b>	<b>13,298,958</b>	<b>100.0</b>	<b>6,763,913</b>	<b>50.9</b>	<b>6,535,045</b>	<b>49.1</b>
<b>1995</b>						
January - Janvier	714,635	100.0	351,313	49.2	363,322	50.8
February - Février	722,854	100.0	343,025	47.5	379,828	52.5
March - Mars	953,009	100.0	451,883	47.4	501,126	52.6
April - Avril	1,043,974	100.0	481,272	46.1	562,701	53.9
May - Mai	1,110,195	100.0	522,695	47.1	587,500	52.9
June - Juin	1,142,457	100.0	533,117	46.7	609,340	53.3
July - Juillet	1,002,857	100.0	458,189	45.7	544,667	54.3
August - Août	1,137,864	100.0	518,619	45.6	619,245	54.4
September - Septembre	1,118,589	100.0	543,468	48.6	575,122	51.4
October - Octobre	1,176,277	100.0	536,886	45.6	639,390	54.4
November - Novembre	1,536,861	100.0	693,118	45.1	843,744	54.9
December - Décembre	2,264,056	100.0	1,080,001	47.7	1,184,055	52.3
<b>Year - Année</b>	<b>13,923,627</b>	<b>100.0</b>	<b>6,513,587</b>	<b>46.8</b>	<b>7,410,041</b>	<b>53.2</b>
<b>1996</b>						
January - Janvier	763,324	100.0	337,786	44.3	425,538	55.7
February - Février	805,637	100.0	367,126	45.6	438,511	54.4
March - Mars	974,770	100.0	445,568	45.7	529,202	54.3
April - Avril	1,057,787	100.0	474,636	44.9	583,152	55.1
May - Mai						
June - Juin						
July - Juillet						
August - Août						
September - Septembre						
October - Octobre						
November - Novembre						
December - Décembre						
<b>Year - Année</b>						

Tableau 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	%
<b>1993</b>				
January - Janvier	4,182,391	-5.9	4,946,912	-3.8
February - Février	4,605,518	-3.5	4,986,462	0.8
March - Mars	5,052,298	-1.6	5,083,233	1.9
April - Avril	5,176,756	-2.0	5,101,019	0.3
May - Mai	5,076,626	-2.5	5,108,229	0.1
June - Juin	4,780,244	-2.2	5,110,779	--
July - Juillet	4,784,816	-2.6	5,095,597	-0.3
August - Août	4,986,933	-0.8	5,046,901	-1.0
September - Septembre	5,361,775	0.9	5,099,219	1.0
October - Octobre	5,996,828	1.5	5,145,543	0.9
November - Novembre	6,210,662	2.7	5,146,338	--
December - Décembre	4,821,414	0.8	5,166,024	0.4
<b>1994</b>				
January - Janvier	4,397,082	5.1	5,186,805	0.4
February - Février	4,801,254	4.3	5,174,491	-0.2
March - Mars	5,300,636	4.9	5,309,756	2.6
April - Avril	4,877,944	-5.8	4,812,190	-9.4
May - Mai	4,831,451	-4.8	4,868,917	1.2
June - Juin	4,496,015	-5.9	4,807,272	-1.3
July - Juillet	4,580,603	-4.3	4,884,882	1.6
August - Août	4,865,971	-2.4	4,916,774	0.7
September - Septembre	5,149,768	-4.0	4,896,060	-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
<b>1995</b>				
January - Janvier	4,502,072	2.4	5,299,880	3.6
February - Février	4,875,118	1.5	5,241,390	-1.1
March - Mars	5,246,065	-1.0	5,248,185	0.1
April - Avril	5,347,295	9.6	5,300,285	1.0
May - Mai	5,325,050	10.2	5,398,711	1.9
June - Juin	5,118,415	13.8	5,502,890	1.9
July - Juillet	5,141,772	12.3	5,512,925	0.2
August - Août	5,587,846	14.8	5,658,837	2.6
September - Septembre	6,079,358	18.1	5,794,196	2.4
October - Octobre	6,574,355	15.4	5,659,832	-2.3
November - Novembre	6,795,231	10.3	5,611,351	-0.9
December - Décembre	5,211,092	8.8	5,575,182	-0.6
<b>1996</b>				
January - Janvier	4,937,540	9.7	5,723,474	2.7
February - Février	5,310,198	8.9	5,696,071	-0.5
March - Mars	5,736,540	9.3	5,761,671	1.2
April - Avril	5,874,679	9.9	5,836,125	1.3
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	%
<b>1993</b>				
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
<b>1994</b>				
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
<b>1995</b>				
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
<b>1996</b>				
January - Janvier	763,324	6.8	1,182,353	-0.1
February - Février	805,637	11.5	1,191,223	0.8
March - Mars	974,770	2.3	1,179,373	-1.0
April - Avril	1,057,787	1.3	1,183,380	0.3
May - Mai				
June - Juin				
July - Juillet				
August - Août				
September - Septembre				
October - Octobre				
November - Novembre				
December - Décembre				

Table 12.

**Department Stores' Month-end Accounts Receivable<sup>3</sup>, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1994 to 1996**

Tableau 12.

**Comptes à recevoir<sup>3</sup>, 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					
<b>Unadjusted - Non-désaisonnalisés</b>					%
January - Janvier	2,927,773	3,552,850	2,956,492	-7.2	-16.8
February - Février	2,828,717	3,212,234	2,807,300	-5.0	-12.6
March - Mars	2,848,809	3,149,391	2,739,394	-2.4	-13.0
April - Avril	2,867,452	3,181,695	2,587,531	-5.5	-18.7
May - Mai	2,939,099	3,226,237			
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					
<b>Seasonally adjusted - Désaisonnalisés</b>					
January - Janvier	2,774	3,369	2,839	0.1	-15.7
February - Février	2,914	3,297	2,874	1.2	-12.8
March - Mars	2,977	3,279	2,824	-1.7	-13.9
April - Avril	2,982	3,300	2,717	-3.8	-17.7
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	2,836			

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

## Appendix I

### I. DEFINITIONS

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

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

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

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

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

### SCOPE OF SURVEY

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

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

This monthly publication contains the latest results of

## Appendice I

### I. DEFINITIONS

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

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

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

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

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

### CHAMP DE L'ENQUÊTE

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

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

Cette publication mensuelle présente les derniers résultats de

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

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

## II. DATA QUALITY AND METHODOLOGY

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

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

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

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

## DATA CONFIDENTIALITY

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

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

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

## II. QUALITÉ DES DONNÉES ET MÉTHODOLOGIE

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

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

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

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

## CONFIDENTIALITÉ DES DONNÉES

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

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

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

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

## SEASONAL ADJUSTMENT

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

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

## EXPLANATORY NOTES

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

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

visés dans la publication.

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

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

## DÉSAISONNALISATION

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

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

## NOTES EXPLICATIVES

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

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

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

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

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

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

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

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

## Note to Users

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## Note aux utilisateurs

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

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

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

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

## Appendix II

### List of Department Store Organizations

#### Major Department Store Organizations

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

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

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

#### 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,  
April 1996**

Tableau explicatif I.

**Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, avril 1996**

	Response rate <sup>1</sup>		Response fraction <sup>2</sup>	
	Taux de réponse <sup>1</sup>			
	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	

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

<sup>2</sup> Le taux de réponse représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication.

<sup>3</sup> 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.

<sup>4</sup> 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.

# Pick a topic... any topic

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

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

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

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

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

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



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

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

## ... time and time again

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

Order today - you'll be lost without it.

## 1994 Statistics Canada Catalogue

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

### Write to:

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

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

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

# Choisissez un sujet... n'importe lequel

## Le Catalogue de Statistique

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

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

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

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

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

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



les produits électroniques et les recherches en direct;

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

## ... maintes et maintes fois

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

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

## Catalogue de Statistique Canada 1994

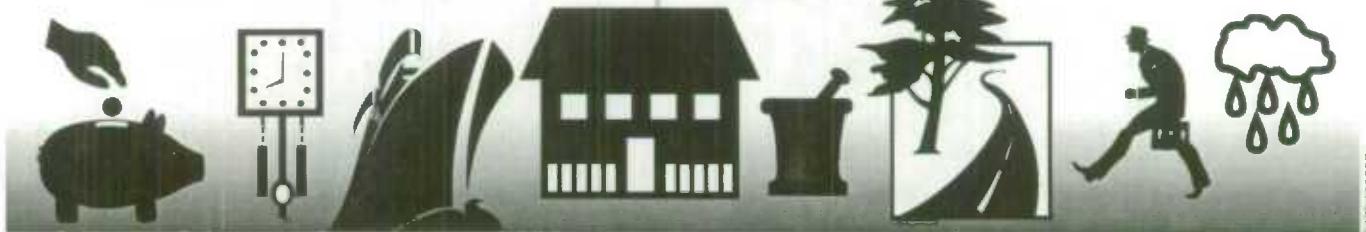
Seulement 15 \$ (plus la TPS et la TVP en vigueur) au Canada (18 \$ US aux États-Unis et 21 \$ US dans les autres pays). Indiquez le n° au catalogue : 11-2040XPF.

### Écrivez à :

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

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

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







# FIND STRENGTH IN NUMBERS!

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

**S**tatistique Canada est la première source d'information sur le Canada, son économie, ses institutions et sa population. Nous collectons et conservons 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.

Our Advisory Services team of expert consultants is here to help you discover Statistique 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.**

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

# Don't let this happen to you!

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

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

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

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

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

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

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

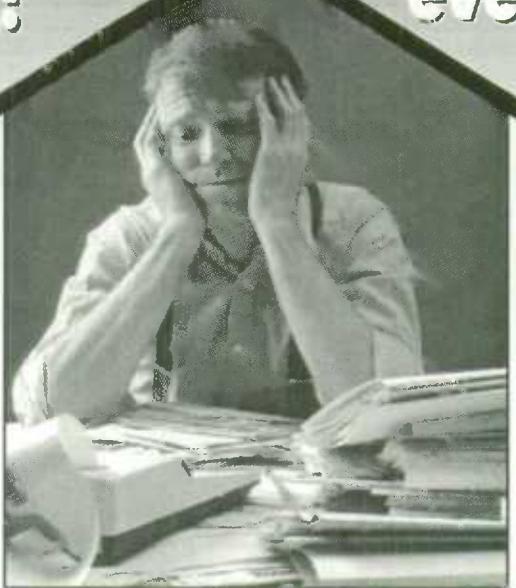


Join the confident, successful decision-makers in the country and subscribe to **Infomat** today!

**Infomat** (catalogue no. 11-0020XPF) is only \$14\* per year in Canada, US\$168 in the U.S. and US\$196 in other countries. Also available by Fax Service: 50 issues for \$600\* in Canada, US\$600 in the U.S. and US\$600 in other countries.  
CALL TOLL-FREE 1-800-267-6677 OR FAX (613) 951-1584 and use your VISA or MasterCard.

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

# Ne vous laissez pas dépasser par les événements!



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

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

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

**Infomat** est pour vous.

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

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

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

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

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

**Infomat** (catalogue no. 11-0020XPF) au catalogue ne coûte que 140 \$\* par année au Canada, 168 \$ US aux États-Unis et 196 \$ US dans les autres pays. Nous vous offrons également le service de télécopie : 50 numéros pour 600 \$\* au Canada, 600 \$ US aux États-Unis et 600 \$ US dans les autres pays. Vous pouvez nous joindre PAR TÉLÉPHONE AU 1-800-267-6677 ou PAR TÉLÉCOPIEUR au (613) 951-1584 et utiliser votre carte VISA ou MasterCard. Ou envoyez votre commande PAR LA POSTE à : Statistique Canada, Division des opérations et de l'intégration, Direction de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario), K1A 0T6. Vous pouvez aussi communiquer avec le Centre de consultation de Statistique Canada le plus près. La liste de ces centres se retrouve dans la présente publication. Via Internet: [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca) \*plus la TPS et la TVP en vigueur