

C3



Catalogue no. 63-002-XPB

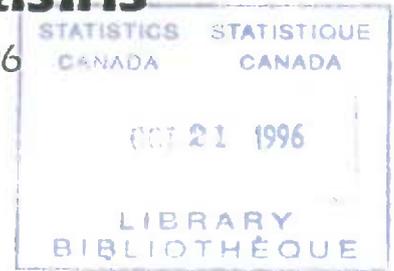
Department store sales and stocks

August 1996

N° 63-002-XPB au catalogue

Ventes et stocks des grands magasins

Août 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) 951-2210) or to the Statistics Canada Regional Reference Centre in:

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

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

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

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

How to order publications

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

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

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

Standards of service to the public

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

Des données sous plusieurs formes

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

Comment obtenir d'autres renseignements

Toute demande de renseignements au sujet de la présente publication ou au sujet de statistiques ou de services connexes doit être adressée à : Section du Commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (téléphone : (613) 951-2210) ou à l'un des centres de consultation régionaux de Statistique Canada :

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

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

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

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

Comment commander les publications

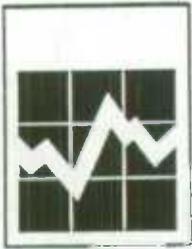
On peut se procurer les publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des centres de consultation régionaux de Statistique Canada, ou en écrivant à :

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

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

Normes de service au public

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



Statistics Canada
Industry Division
Retail Trade Section

Department store sales and stocks

August 1996

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

Ventes et stocks des grands magasins

Août 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.

October 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. 8
Frequency: Monthly

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par le ministre
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1996

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

Octobre 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° 8
Périodicité : mensuelle

ISSN 0380-7045

Ottawa

Note of appreciation

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

Note de reconnaissance

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

Symbols

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

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

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

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

This publication was prepared under the direction of:

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

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



Signes conventionnels

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

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

NOTA

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

NOTE AU SUJET DE CANSIM

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

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

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

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



Table of Contents

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

Table des matières

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

Table of Contents - Concluded

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

Appendix

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

Text Table

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

Table des matières - fin

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

Appendice

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

Tableau explicatif

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

Highlights

August 1996

- Department store sales rose 1.1% from July to \$1,210.3 million (seasonally adjusted). Sales were 2.5% above the August 1995 level.
- Sales by the discount department stores rose 8.8% from August 1995 to \$674.0 million (unadjusted). The major department stores reported a 1.5% gain with sales of \$526.6 million. Total sales for all department stores were \$1,200.7 million, up 5.5% from August 1995.
- Year-over-year gains in department store sales were reported in every province. Consumers in Saskatchewan spent 7.2% more in department stores than they spent in August 1995, while stores in Ontario reported a sales gain of 6.9%.
- Shoppers in Ottawa-Hull spent 9.9% more this August than in August 1995, while Calgary shoppers spent 9.8% more. Of the 10 cities included in the survey, department stores in Calgary have posted the highest year-to-date percentage sales gain. Spending at Calgary department stores during the first eight months of 1996 rose 7.1% from the same period of 1995.
- The largest year-over-year percentage gain in sales was reported in the toiletries, cosmetics and pharmaceutical products department, where sales rose 18.1% from August 1995 to reach \$113.3 million. This is the largest department and accounts for 9.4% of total department store sales. In the first eight months of 1996, the sale of toiletries, cosmetics and pharmaceutical products rose 20.8% from the same period of 1995, an increase of \$142.6 million.

Faits saillants

Août 1996

- Les ventes des grands magasins ont augmenté de 1.1% comparativement à juillet et ont atteint 1,210.3 millions de dollars (donnée désaisonnalisée). En comparaison avec août 1995, elles se sont élevées de 2.5%.
- Dans la catégorie des grands magasins d'escompte, les ventes ont grimpé de 8.8% comparativement au même mois l'an passé et ont plafonné à 674.0 millions de dollars (donnée désaisonnalisée). Un gain de 1.5% a été observé dans la catégorie des grands magasins traditionnels et le montant des ventes a atteint 526.6 millions de dollars. Les ventes totales brutes se sont chiffrées à 1,200.7 millions de dollars, en hausse de 5.5% par rapport à août 1995.
- Toutes les provinces ont rapporté une augmentation de leurs ventes par rapport à la même période l'an dernier. Les consommateurs de la Saskatchewan ont dépensé davantage (+7.2%) qu'en août 1995. Suivent de près ceux de l'Ontario avec un gain de 6.9%.
- C'est dans la région métropolitaine d'Ottawa-Hull que les consommateurs ont le plus dépensé dans les grands magasins avec des achats de 9.9% supérieurs à ceux faits à pareille date l'an passé. Ceux de Calgary suivent de très près avec 9.8% d'augmentation. Parmi les dix villes inscrites dans cette enquête, Calgary a fait figure de leader avec la plus forte hausse des ventes cumulatives. Durant les 8 premiers mois de 1996, ces ventes ont été de 7.1% supérieures à celles enregistrées à pareille date l'an passé.
- Au niveau des rayons, la plus forte augmentation d'une année à l'autre s'est observée dans le rayon des articles de toilettes, des produits de beauté et des produits pharmaceutiques. Les ventes de ce rayon ont grimpé de 18.1%, pour atteindre 113.3 millions de dollars. Il s'agit du plus important rayon, qui a représenté 9.4% du volume total des ventes des grands magasins. Le cumulatif des 8 premiers mois de 1996 de ce même rayon s'est haussé de 20.8% comparativement à la même période en 1995 (+142.6 millions de dollars).

FOR FURTHER READINGSelected Publications
from Statistics Canada**LECTURES SUGGÉRÉES**Choisies parmi les publications
de Statistique Canada

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

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

Other Products and Services

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

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

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

Autres produits et services

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

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

Table 1.

Tableau 1.

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

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

No.	Department Rayon	Unadjusted - Non-désaisonnalisées				Change Variation August 1996/1995 Août 1996/1995 %
		1995		1996		
		July	August	July	August	
		Juillet	Août	Juillet	Août	
		\$'000				
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	7,810	7,247	6,867	7,084	-2.3
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	3,546	6,159	3,027	5,387	-12.5
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	76,759	85,075	74,942	82,437	-3.1
4	Nursery Equipment - Articles de chambres d'enfants	9,728	9,731	9,941	10,910	12.1
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	28,955	48,513	29,132	47,177	-2.8
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	13,532	32,160	12,752	31,689	-1.5
7	Lingerie and Women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	17,231	20,035	16,177	18,715	-6.6
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	23,579	26,973	23,168	28,416	5.4
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	10,431	20,939	11,437	21,863	4.4
10	Women's hosiery - Bas pour dames	9,376	13,005	9,954	12,897	-0.8
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	11,210	14,679	11,226	15,507	5.6
12	Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	20,118	26,562	20,096	26,928	1.4
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	13,212	15,004	12,850	15,709	4.7
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	65,678	81,310	66,245	90,858	11.7
15	Boy's clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	12,171	31,635	11,407	32,206	1.8
16	Men's and boy's footwear - Chaussures pour hommes et garçons	10,522	13,433	11,289	14,817	10.3
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	35,779	34,338	36,301	36,663	6.8
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	88,743	95,874	104,449	113,275	18.1
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	9,047	9,145	8,775	9,616	5.1
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	11,432	13,755	12,363	13,911	1.1
21	Linen - Linges de maison	47,901	49,966	48,403	53,148	6.4
22	Luggage - Bagages	4,192	8,195	4,612	8,228	0.4
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	13,968	14,261	14,579	14,965	4.9
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	9,871	9,162	9,679	9,460	3.3
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	10,632	9,960	6,861	8,507	-14.6
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	7,425	7,801	8,018	9,205	18.0
27	Furniture - Meubles	37,456	35,635	38,322	36,252	1.7
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	41,303	37,330	40,821	41,273	10.6
29	Home entertainment equipment (T.V., stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)	45,623	49,711	44,751	55,217	11.1
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	56,172	55,441	55,281	62,588	12.9
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	36,966	29,734	37,838	31,968	7.5
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction
33	Jewellery - Bijouterie	17,472	19,670	17,082	20,386	3.6
34	Toys and games - Jouets et jeux	27,738	26,645	28,990	28,055	5.3
35	Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques	34,297	22,102	34,669	25,702	16.3
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	23,494	51,592	26,664	54,936	6.5
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	16,211	15,287	16,898	16,052	5.0
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	17,425	19,939	17,108	18,286	-8.3
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'oeuvre)	24,017	24,494	24,508	24,015	-2.0
40	All other departments (includes gifts and seasonal) ¹ - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers) ¹	51,834	45,368	52,996	46,364	2.2
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL- TOUS LES RAYONS	1,002,857	1,137,864	1,020,479	1,200,668	5.5

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

Table 2.

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

No.	Type of department store	Canada	Newfoundland & Prince Edward Island Terre-Neuve & Île-du-Prince-Édouard	Nova Scotia Nouvelle-Écosse	New Brunswick Nouveau-Brunswick	Québec
\$'000						
Major department stores						
1	1995 July	458,189	x	x	x	x
2	August	518,619	x	x	x	x
3	January-August	3,660,114	x	x	x	x
4	1996 July	439,074	x	x	x	x
5	August	526,631	x	x	x	x
6	January-August	3,606,621	x	x	x	x
Percentage change						
7	August 1996/1995	1.5	x	x	x	x
8	January-August 1996/1995	-1.5	x	x	x	x
Discount department stores						
9	1995 July	544,667	x	x	x	x
10	August	619,245	x	x	x	x
11	January-August	4,167,730	x	x	x	x
12	1996 July	581,405	x	x	x	x
13	August	674,036	x	x	x	x
14	January-August	4,522,811	x	x	x	x
Percentage change						
15	August 1996/1995	8.8	x	x	x	x
16	January-August 1996/1995	8.5	x	x	x	x
Total, all department stores						
17	1995 July	1,002,857	20,183	32,114	24,578	187,366
18	August	1,137,864	23,239	38,079	29,574	207,697
19	January-August	7,827,844	147,366	245,872	186,483	1,475,898
20	1996 July	1,020,479	19,813	31,607	24,482	189,484
21	August	1,200,668	23,733	39,346	30,632	217,402
22	January-August	8,129,432	149,310	249,002	189,799	1,537,124
Percentage change						
23	August 1996/1995	5.5	2.1	3.3	3.6	4.7
24	January-August 1996/1995	3.9	1.3	1.3	1.8	4.1

² See footnote at end of tables.

Tableau 2.

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

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia ² Colombie-Britannique ²	Genre de grand magasin	N°
\$'000						
Grands magasins traditionnels						
x	x	x	x	x	1995 Juillet	1
x	x	x	x	x	Août	2
x	x	x	x	x	Janvier-août	3
x	x	x	x	x	1996 Juillet	4
x	x	x	x	x	Août	5
x	x	x	x	x	Janvier-août	6
Variation en pourcentage						
x	x	x	x	x	Août 1996/1995	7
x	x	x	x	x	Janvier-août 1996/1995	8
Grands magasins d'escomptes						
x	x	x	x	x	1995 Juillet	9
x	x	x	x	x	Août	10
x	x	x	x	x	Janvier-août	11
x	x	x	x	x	1996 Juillet	12
x	x	x	x	x	Août	13
x	x	x	x	x	Janvier-août	14
Variation en pourcentage						
x	x	x	x	x	Août 1996/1995	15
x	x	x	x	x	Janvier-août 1996/1995	16
Ensemble des grands magasins						
408,715	43,035	31,823	111,630	143,414	1995 Juillet	17
459,714	48,634	36,759	131,034	163,135	Août	18
3,227,047	337,382	247,565	860,482	1,099,750	Janvier-août	19
416,032	44,359	33,983	113,154	147,565	1996 Juillet	20
491,532	50,746	39,404	138,610	169,261	Août	21
3,350,217	351,788	263,696	898,030	1,140,466	Janvier-août	22
Variation en pourcentage						
6.9	4.3	7.2	5.8	3.8	Août 1996/1995	23
3.8	4.3	6.5	4.4	3.7	Janvier-août 1996/1995	24

² Voir note à la fin des tableaux.

Table 3.

Major and Discount Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1995-1996

No.	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
\$'000						
Major department stores						
1	1995 July	x	x	x	x	x
2	August	x	x	x	x	x
3	January-August	x	x	x	x	x
4	1996 July	x	x	x	x	x
5	August	x	x	x	x	x
6	January-August	x	x	x	x	x
Percentage change						
7	August 1996/1995	x	x	x	x	x
8	January-August 1996/1995	x	x	x	x	x
Discount department stores						
9	1995 July	x	x	x	x	x
10	August	x	x	x	x	x
11	January-August	x	x	x	x	x
12	1996 July	x	x	x	x	x
13	August	x	x	x	x	x
14	January-August	x	x	x	x	x
Percentage change						
15	August 1996/1995	x	x	x	x	x
16	January-August 1996/1995	x	x	x	x	x
Total, all department stores						
17	1995 July	41,293	43,037	16,097	26,952	100,515
18	August	47,346	51,172	18,230	30,852	111,338
19	January-August	319,568	332,215	124,542	219,850	801,268
20	1996 July	43,061	42,682	15,789	26,786	102,114
21	August	51,972	53,156	19,490	31,251	116,865
22	January-August	342,252	342,614	126,850	220,482	832,084
Percentage change						
23	August 1996/1995	9.8	3.9	6.9	1.3	5.0
24	January-August 1996/1995	7.1	3.1	1.9	0.3	3.8

Tableau 3.

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

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin	N°
\$'000						
Grands magasins traditionnels						
x	x	x	x	x	1995 Juillet	1
x	x	x	x	x	Août	2
x	x	x	x	x	Janvier-août	3
x	x	x	x	x	1996 Juillet	4
x	x	x	x	x	Août	5
x	x	x	x	x	Janvier-août	6
Variation en pourcentage						
x	x	x	x	x	Août 1996/1995	7
x	x	x	x	x	Janvier-août 1996/1995	8
Grands magasins d'escomptes						
x	x	x	x	x	1995 Juillet	9
x	x	x	x	x	Août	10
x	x	x	x	x	Janvier-août	11
x	x	x	x	x	1996 Juillet	12
x	x	x	x	x	Août	13
x	x	x	x	x	Janvier-août	14
Variation en pourcentage						
x	x	x	x	x	Août 1996/1995	15
x	x	x	x	x	Janvier-août 1996/1995	16
Ensemble des grands magasins						
42,307	21,913	156,861	74,016	36,919	1995 Juillet	17
48,201	24,417	173,374	83,852	41,648	Août	18
337,170	176,864	1,239,539	576,589	291,225	Janvier-août	19
44,114	20,937	155,991	74,476	37,487	1996 Juillet	20
52,966	24,912	183,700	86,239	42,928	Août	21
358,859	175,918	1,272,793	589,683	300,031	Janvier-août	22
Variation en pourcentage						
9.9	2.0	6.0	2.8	3.1	Août 1996/1995	23
6.4	-0.5	2.7	2.3	3.0	Janvier-août 1996/1995	24

Table 4.

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

No.	Type of department store	Canada	Newfoundland	Prince Edward Island	Nova Scotia	New Brunswick	Québec
			Terre-Neuve	Île-du-Prince-Édouard	Nouvelle-Écosse	Nouveau-Brunswick	
No. - nbre							
Major department stores							
1	1995 July	303	2	1	11	5	58
2	August	306	2	1	11	5	58
3	1996 July	301	2	1	10	5	57
4	August	302	2	1	10	5	57
Discount department stores							
5	1995 July	544	15	4	30	24	92
6	August	549	15	4	31	25	92
7	1996 July	557	15	4	31	24	92
8	August	555	15	4	31	24	92
Total, all department stores							
9	1995 July	847	17	5	41	29	150
10	August	855	17	5	42	30	150
11	1996 July	858	17	5	41	29	149
12	August	857	17	5	41	29	149

Table 5.

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

No.	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
No. - nbre						
Major department stores						
1	1995 July	13	17	7	11	31
2	August	13	17	7	11	31
3	1996 July	13	17	6	11	31
4	August	13	17	6	11	31
Discount department stores						
5	1995 July	15	18	10	13	36
6	August	15	18	10	14	36
7	1996 July	16	18	11	15	36
8	August	16	18	11	15	36
Total, all department stores						
9	1995 July	28	35	17	24	67
10	August	28	35	17	25	67
11	1996 July	29	35	17	26	67
12	August	29	35	17	26	67

¹ See footnote at end of tables.

Tableau 4.

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

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia ² Colombie-Britannique ²	Genre de grand magasin	N°
No. - nbre						
115	13	11	42	45	Grands magasins traditionnels 1995 Juillet	1
118	13	11	42	45		Août
118	13	9	42	44	1996 Juillet	3
119	13	9	42	44		Août
Grands magasins d'escomptes						
217	22	23	53	64	1995 Juillet	5
219	22	23	53	65		Août
229	21	23	53	65	1996 Juillet	7
229	19	23	53	65		Août
Ensemble des grands magasins						
332	35	34	95	109	1995 Juillet	9
337	35	34	95	110		Août
347	34	32	95	109	1996 Juillet	11
348	32	32	95	109		Août

Tableau 5.

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

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin	N°
No. - nbre						
12	8	49	25	12	Grands magasins traditionnels 1995 Juillet	1
12	8	49	25	12		Août
12	8	48	24	12	1996 Juillet	3
12	8	48	24	12		Août
Grands magasins d'escomptes						
20	8	60	22	16	1995 Juillet	5
20	8	61	22	16		Août
24	6	63	22	15	1996 Juillet	7
24	6	63	22	13		Août
Ensemble des grands magasins						
32	16	109	47	28	1995 Juillet	9
32	16	110	47	28		Août
36	14	111	46	27	1996 Juillet	11
36	14	111	46	25		Août

² Voir note à la fin des tableaux.

Table 6.

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

No.	Department	Inventories-sales/Stocks-ventes			
		1995		1996	
		July Juillet	August Août	July Juillet	August Août
1	Women's and misses' dresses and uniforms	4.67	4.86	4.39	4.21
2	Women's and misses' coats and suits	10.72	9.19	9.97	8.24
3	Women's and misses' casual wear	5.23	4.90	4.65	4.48
4	Nursery Equipment	4.13	4.29	4.33	3.98
5	Infants' and children's wear	6.25	4.01	6.10	4.05
6	Girls' wear	6.59	2.92	7.25	2.92
7	Lingerie and Women's sleepwear	4.35	4.69	5.40	4.78
8	Intimate apparel	6.01	4.79	6.13	5.03
9	Athletic footwear	7.39	3.80	7.99	3.82
10	Women's hosiery	8.36	6.85	7.93	6.57
11	Women's accessories	6.51	5.52	6.50	4.83
12	Women's, misses', girls' and children's footwear	7.80	6.83	9.14	7.32
13	Men's coats, suits and dress pants	7.48	6.90	6.88	5.91
14	Men's casual wear and furnishings	6.21	5.02	6.13	4.58
15	Boy's clothing and furnishings	7.89	3.34	8.78	3.05
16	Men's and boy's footwear	8.47	7.36	8.98	7.45
17	Food and kindred products	1.49	2.28	1.86	2.21
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products	4.36	4.64	4.11	3.89
19	Photographic equipment and supplies	5.77	4.90	4.80	4.10
20	Sewing supplies, notions and piece goods	5.71	8.30	8.89	8.11
21	Linen	6.77	5.82	6.86	6.05
22	Luggage	8.21	3.35	6.35	3.26
23	China, crystal, glassware and silverware	10.25	8.94	9.08	8.38
24	Floor coverings	3.23	5.28	5.01	5.08
25	Draperies and furniture coverings	5.74	6.81	9.85	7.76
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	7.49	7.40	6.67	5.83
27	Furniture	3.58	3.54	2.81	2.85
28	Major appliances	1.87	1.88	1.84	1.78
29	Home entertainment equipment (T.V., stereo, V.C.R., etc.)	5.87	6.40	6.65	5.38
30	Housewares and small electrical appliances	4.32	4.61	5.11	4.41
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	4.76	7.28	6.00	6.83
32	Plumbing, heating and building materials
33	Jewellery	9.58	8.88	10.69	9.08
34	Toys and games	6.89	9.34	7.42	8.67
35	Sports equipment and athletic apparel	4.96	9.90	5.83	7.70
36	Stationery, books and office equipment	9.62	3.96	8.58	3.55
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies	2.93	6.03	5.04	5.26
38	Meals and lunches
39	Repairs, installation and services (labour and parts)
40	All other departments (includes gifts and seasonal) ¹	2.94	3.32	2.84	3.41
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	5.13	4.91	5.33	4.59

¹ See footnote at end of tables

Tableau 6.

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

Sales-inventories/Ventes-stocks				Rayon	N°
1995		1996			
July Juillet	August Août	July Juillet	August Août		
0.21	0.20	0.22	0.24	Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	1
0.10	0.13	0.11	0.14	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
0.20	0.21	0.21	0.23	Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	3
0.24	0.24	0.23	0.25	Articles de chambres d'enfants	4
0.17	0.26	0.18	0.26	Vêtements de bébés et d'enfants	5
0.18	0.35	0.15	0.34	Vêtements de fillettes	6
0.23	0.24	0.18	0.21	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.17	0.20	0.17	0.20	Sous-vêtements	8
0.14	0.27	0.13	0.25	Chaussures athlétiques	9
0.12	0.16	0.13	0.16	Bas pour dames	10
0.15	0.19	0.16	0.21	Articles de parure pour dames	11
0.13	0.16	0.11	0.14	Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	12
0.14	0.15	0.15	0.17	Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	13
0.16	0.20	0.16	0.22	Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	14
0.14	0.31	0.13	0.32	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
0.12	0.14	0.12	0.14	Chaussures pour hommes et garçons	16
0.66	0.52	0.53	0.49	Produits alimentaires et connexes	16
0.23	0.23	0.24	0.26	Articles de toilette, produits de beauté et pharmaceutiques	18
0.17	0.19	0.21	0.24	Appareils et fournitures photographiques	19
0.17	0.15	0.11	0.12	Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	20
0.14	0.16	0.14	0.16	Linges de maison	21
0.13	0.26	0.17	0.29	Bagages	21
0.10	0.11	0.11	0.12	Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	23
0.29	0.23	0.19	0.20	Revêtements de plancher	24
0.17	0.15	0.10	0.13	Tentures et housses	25
0.13	0.14	0.15	0.17	Lampes, tableaux, miroirs, et autres articles d'ameublement pour la maison	26
0.27	0.27	0.33	0.34	Meubles	27
0.52	0.51	0.51	0.56	Gros appareils ménagers	28
0.17	0.17	0.15	0.19	Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnéscope, etc.)	29
0.23	0.22	0.19	0.22	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
0.20	0.15	0.16	0.14	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
...	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
0.10	0.12	0.09	0.11	Bijouterie	33
0.15	0.12	0.13	0.12	Jouets et jeux	34
0.19	0.11	0.16	0.13	Équipements de sport et vêtements athlétiques	35
0.11	0.24	0.12	0.26	Papeterie, livres et matériel de bureau	36
0.32	0.22	0.19	0.19	Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	37
...	Repas et casse-croûtes	38
...	Service, installation et travaux de réparation	39
0.31	0.30	0.34	0.30	Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers) ¹	40
0.20	0.21	0.19	0.22	TOTAL, TOUS LES RAYONS	41

¹ Voir note à la fin des tableaux.

Table 7.

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

January-August

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1996/1995
		1995	1996	Variation 1996/1995
		\$'000		%
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	67,035	58,719	-12.4
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	58,679	55,677	-5.1
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	638,515	602,802	-5.6
4	Nursery Equipment - Articles de chambres d'enfants	78,243	79,143	1.2
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	264,754	263,806	-0.4
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	127,214	120,067	-5.6
7	Lingerie and Women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	129,323	125,855	-2.7
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	174,622	176,127	0.9
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	100,402	99,100	-1.3
10	Women's hosiery - Bas pour dames	99,821	101,702	1.9
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	96,342	92,825	-3.7
12	Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	182,879	178,730	-2.3
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	121,954	122,187	0.2
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	528,882	546,072	3.3
15	Boy's clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	116,245	114,851	-1.2
16	Men's and boy's footwear - Chaussures pour hommes et garçons	94,928	99,472	4.8
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	277,562	312,538	12.6
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	687,045	829,633	20.8
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	60,271	56,752	-5.8
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	95,168	102,258	7.5
21	Linen - Linges de maison	330,434	347,255	5.1
22	Luggage - Bagages	33,152	33,773	1.9
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	98,687	98,666	-
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	68,213	68,974	1.1
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	72,478	67,042	-7.5
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	56,194	56,805	1.1
27	Furniture - Meubles	275,660	282,153	2.4
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	281,750	292,659	3.9
29	Home entertainment equipment (T.V., stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)	358,503	376,303	5.0
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	372,730	413,438	10.9
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	276,710	286,149	3.4
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction
33	Jewellery - Bijouterie	128,642	130,072	1.1
34	Toys and games - Jouets et jeux	205,156	216,665	5.6
35	Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques	214,388	219,757	2.5
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	208,472	220,715	5.9
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	113,888	122,792	7.8
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	141,662	138,305	-2.4
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'oeuvre)	175,649	179,201	2.0
40	All other departments (includes gifts and seasonal) ¹ - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers) ¹	415,594	440,394	6.0
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL- TOUS LES RAYONS	7,827,844	8,129,432	3.9

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

Tableau 7.

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

Janvier-août

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1996/1995
		1995	1996	Variation 1996/1995
		\$'000		%
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	67,035	58,719	-12.4
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	58,679	55,677	-5.1
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	638,515	602,802	-5.6
4	Nursery Equipment - Articles de chambres d'enfants	78,243	79,143	1.2
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	264,754	263,806	-0.4
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	127,214	120,067	-5.6
7	Lingerie and Women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	129,323	125,855	-2.7
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	174,622	176,127	0.9
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	100,402	99,100	-1.3
10	Women's hosiery - Bas pour dames	99,821	101,702	1.9
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	96,342	92,825	-3.7
12	Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	182,879	178,730	-2.3
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	121,954	122,187	0.2
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	528,882	546,072	3.3
15	Boy's clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	116,245	114,851	-1.2
16	Men's and boy's footwear - Chaussures pour hommes et garçons	94,928	99,472	4.8
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	277,562	312,538	12.6
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	687,045	829,633	20.8
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	60,271	56,752	-5.8
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	95,168	102,258	7.5
21	Linen - Linges de maison	330,434	347,255	5.1
22	Luggage - Bagages	33,152	33,773	1.9
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	98,687	98,666	-
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	68,213	68,974	1.1
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	72,478	67,042	-7.5
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	56,194	56,805	1.1
27	Furniture - Meubles	275,660	282,153	2.4
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	281,750	292,659	3.9
29	Home entertainment equipment (T.V., stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)	358,503	376,303	5.0
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	372,730	413,438	10.9
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	276,710	286,149	3.4
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction
33	Jewellery - Bijouterie	128,642	130,072	1.1
34	Toys and games - Jouets et jeux	205,156	216,665	5.6
35	Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques	214,388	219,757	2.5
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	208,472	220,715	5.9
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	113,888	122,792	7.8
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	141,662	138,305	-2.4
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'oeuvre)	175,649	179,201	2.0
40	All other departments (includes gifts and seasonal) ¹ - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers) ¹	415,594	440,394	6.0
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL- TOUS LES RAYONS	7,827,844	8,129,432	3.9

Table 8.

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

Tableau 8.

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

No.	Department Rayon	Unadjusted - Non-désaisonnalisés					
		1995		1996		Change - Variation	
		July Juillet	August Août	July Juillet	August Août	August 1996/ July 1996 Août 1996/ juillet 1996	August 1996/1995 Août 1996/1995
		\$'000				%	
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	36,455	35,226	30,165	29,848	-1.1	-15.3
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	38,035	56,575	30,167	44,382	47.1	-21.6
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	401,688	417,209	348,372	369,178	6.0	-11.5
4	Nursery Equipment - Articles de chambres d'enfants	40,199	41,757	42,998	43,442	1.0	4.0
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	181,054	194,320	177,830	191,240	7.5	-1.6
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	89,229	93,985	92,454	92,535	0.1	-1.5
7	Lingerie and Women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	74,988	93,868	87,352	89,394	2.3	-4.8
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	141,593	129,219	142,059	143,003	0.7	10.7
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	77,130	79,464	91,341	83,546	-8.5	5.1
10	Women's hosiery - Bas pour dames	78,359	89,059	78,903	84,720	7.4	-4.9
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	72,930	80,982	73,006	74,953	2.7	-7.4
12	Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	156,958	181,551	183,747	197,055	7.2	8.5
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	98,873	103,536	88,376	92,894	5.1	-10.3
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	407,918	408,194	405,800	415,906	2.5	1.9
15	Boy's clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	95,995	105,604	100,101	98,146	-2.0	-7.1
16	Men's and boy's footwear - Chaussures pour hommes et garçons	89,083	98,881	101,347	110,450	9.0	11.7
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	53,186	78,321	67,376	80,994	20.2	3.4
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	387,320	444,925	429,129	440,433	2.6	-1.0
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	52,218	44,841	42,124	39,457	-6.3	-12.0
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	65,255	114,114	109,846	112,806	2.7	-1.1
21	Linen - Linges de maison	324,416	291,007	331,986	321,384	-3.2	10.4
22	Luggage - Bagages	34,413	27,483	29,299	26,831	-8.4	-2.4
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	143,210	127,448	132,315	125,412	-5.2	-1.6
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	31,913	48,366	48,486	48,028	-0.9	-0.7
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	61,060	67,809	67,559	66,037	-2.3	-2.6
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	55,592	57,710	53,448	53,691	0.5	-7.0
27	Furniture - Meubles	134,211	126,040	107,748	103,462	-4.0	-17.9
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	77,389	70,216	75,078	73,634	-1.9	4.9
29	Home entertainment equipment (T.V., stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)	268,032	318,186	297,621	297,009	-0.2	-6.7
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	242,421	255,763	282,687	276,001	-2.4	7.9
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	176,096	216,494	226,909	218,394	-3.8	0.9
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction
33	Jewellery - Bijouterie	167,390	174,570	182,589	185,096	1.4	6.0
34	Toys and games - Jouets et jeux	191,160	248,874	214,993	243,319	13.2	-2.2
35	Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques	170,105	218,843	202,159	197,986	-2.1	-9.5
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	226,057	204,488	228,895	195,080	-14.8	-4.6
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	47,581	92,233	85,143	84,421	-0.8	-8.5
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'oeuvre)
40	All other departments (includes gifts and seasonal) ¹ - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers) ¹	152,259	150,686	150,263	157,901	5.1	4.8
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL- TOUS LES RAYONS	5,141,772	5,587,846	5,439,673	5,508,068	1.3	-1.4

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

Table 9.

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

Tableau 9.

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

Period Période	Department stores Grands magasins					
	Total		Major Traditionnels		Discount D'escomptes	
	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution
	\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1994						
January - Janvier	666,161	100.0	365,789	54.9	300,371	45.1
February - Février	752,560	100.0	359,954	47.8	392,606	52.2
March - Mars	967,582	100.0	501,359	51.8	466,222	48.2
April - Avril	999,691	100.0	509,510	51.0	490,180	49.0
May - Mai	1,022,975	100.0	528,222	51.6	494,753	48.4
June - Juin	1,067,381	100.0	551,505	51.7	515,876	48.3
July - Juillet	945,816	100.0	473,305	50.0	472,511	50.0
August - Août	1,087,707	100.0	547,295	50.3	540,412	49.7
September - Septembre	1,014,377	100.0	541,113	53.3	473,264	46.7
October - Octobre	1,149,620	100.0	591,874	51.5	557,746	48.5
November - Novembre	1,435,457	100.0	709,684	49.4	725,773	50.6
December - Décembre	2,189,631	100.0	1,084,301	49.5	1,105,330	50.5
Year - Année	13,298,958	100.0	6,763,913	50.9	6,535,045	49.1
1995						
January - Janvier	714,635	100.0	351,313	49.2	363,322	50.8
February - Février	722,854	100.0	343,025	47.5	379,828	52.5
March - Mars	953,009	100.0	451,883	47.4	501,126	52.6
April - Avril	1,043,974	100.0	481,272	46.1	562,701	53.9
May - Mai	1,110,195	100.0	522,695	47.1	587,500	52.9
June - Juin	1,142,457	100.0	533,117	46.7	609,340	53.3
July - Juillet	1,002,857	100.0	458,189	45.7	544,667	54.3
August - Août	1,137,864	100.0	518,619	45.6	619,245	54.4
September - Septembre	1,118,589	100.0	543,468	48.6	575,122	51.4
October - Octobre	1,176,277	100.0	536,886	45.6	639,390	54.4
November - Novembre	1,536,861	100.0	693,118	45.1	843,744	54.9
December - Décembre	2,264,056	100.0	1,080,001	47.7	1,184,055	52.3
Year - Année	13,923,627	100.0	6,513,587	46.8	7,410,041	53.2
1996						
January - Janvier	763,324	100.0	337,786	44.3	425,538	55.7
February - Février	805,637	100.0	367,126	45.6	438,511	54.4
March - Mars	974,770	100.0	445,568	45.7	529,202	54.3
April - Avril	1,057,787	100.0	474,636	44.9	583,152	55.1
May - Mai	1,158,504	100.0	509,417	44.0	649,086	56.0
June - Juin	1,148,264	100.0	506,384	44.1	641,880	55.9
July - Juillet	1,020,479	100.0	439,074	43.0	581,405	57.0
August - Août	1,200,668	100.0	526,631	43.9	674,036	56.1
September - Septembre						
October - Octobre						
November - Novembre						
December - Décembre						
Year - Année						

Table 10.

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

Tableau 10.

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

Period Période	Unadjusted		Seasonally adjusted	
	Non-désaisonnalisés		Désaisonnalisés	
	Inventories	Year/year change	Inventories	Month/month change
	Stocks	Variation année/année	Stocks	Variation mois/mois
	\$'000	%	\$'000	%
1993				
January - Janvier	4,182,391	-5.9	4,946,912	-3.8
February - Février	4,605,518	-3.5	4,986,462	0.8
March - Mars	5,052,298	-1.6	5,083,233	1.9
April - Avril	5,176,756	-2.0	5,101,019	0.3
May - Mai	5,076,626	-2.5	5,108,229	0.1
June - Juin	4,780,244	-2.2	5,110,779	-
July - Juillet	4,784,816	-2.6	5,095,597	-0.3
August - Août	4,986,933	-0.8	5,046,901	-1.0
September - Septembre	5,361,775	0.9	5,099,219	1.0
October - Octobre	5,996,828	1.5	5,145,543	0.9
November - Novembre	6,210,662	2.7	5,146,338	-
December - Décembre	4,821,414	0.8	5,166,024	0.4
1994				
January - Janvier	4,397,082	5.1	5,186,805	0.4
February - Février	4,801,254	4.3	5,174,491	-0.2
March - Mars	5,300,636	4.9	5,309,756	2.6
April - Avril	4,877,944	-5.8	4,812,190	-9.4
May - Mai	4,831,451	-4.8	4,868,917	1.2
June - Juin	4,496,015	-5.9	4,807,272	-1.3
July - Juillet	4,580,603	-4.3	4,884,882	1.6
August - Août	4,865,971	-2.4	4,916,774	0.7
September - Septembre	5,149,768	-4.0	4,896,060	-0.4
October - Octobre	5,695,725	-5.0	4,886,209	-0.2
November - Novembre	6,157,898	-0.8	5,082,646	4.0
December - Décembre	4,789,334	-0.7	5,117,673	0.7
1995				
January - Janvier	4,502,072	2.4	5,299,880	3.6
February - Février	4,875,118	1.5	5,241,390	-1.1
March - Mars	5,246,065	-1.0	5,248,185	0.1
April - Avril	5,347,295	9.6	5,300,285	1.0
May - Mai	5,325,050	10.2	5,398,711	1.9
June - Juin	5,118,415	13.8	5,502,890	1.9
July - Juillet	5,141,772	12.3	5,512,925	0.2
August - Août	5,587,846	14.8	5,658,837	2.6
September - Septembre	6,079,358	18.1	5,794,196	2.4
October - Octobre	6,574,355	15.4	5,659,832	-2.3
November - Novembre	6,795,231	10.3	5,611,351	-0.9
December - Décembre	5,211,092	8.8	5,575,182	-0.6
1996				
January - Janvier	4,937,540	9.7	5,723,474	2.7
February - Février	5,310,198	8.9	5,696,071	-0.5
March - Mars	5,736,540	9.3	5,761,671	1.2
April - Avril	5,874,679	9.9	5,826,017	1.1
May - Mai	5,732,534	7.7	5,834,825	0.2
June - Juin	5,463,558	6.7	5,864,216	0.5
July - Juillet	5,439,673	5.8	5,799,179	-1.1
August - Août	5,508,068	-1.4	5,582,018	-3.7
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	Year/year change	Sales	Month/month change
	Ventes	Variation année/année	Ventes	Variation mois/mois
	\$'000	%	\$'000	%
1993				
January - Janvier	710,598	3.1	1,086,204	0.2
February - Février	690,785	-7.4	1,065,256	-1.9
March - Mars	865,137	1.6	1,060,306	-0.5
April - Avril	1,002,578	-1.7	1,077,046	1.6
May - Mai	1,039,352	-1.5	1,065,920	-1.0
June - Juin	997,228	-1.4	1,049,771	-1.5
July - Juillet	941,655	-3.0	1,059,249	0.9
August - Août	973,888	-6.4	1,050,813	-0.8
September - Septembre	1,042,437	-0.3	1,071,798	2.0
October - Octobre	1,111,524	-2.9	1,073,962	0.2
November - Novembre	1,344,676	-0.9	1,063,219	-1.0
December - Décembre	2,074,038	-0.4	1,070,346	0.7
1994				
January - Janvier	666,161	-6.3	1,018,632	-4.8
February - Février	752,560	8.9	1,162,505	14.1
March - Mars	967,582	11.8	1,167,145	0.4
April - Avril	999,691	-0.3	1,078,644	-7.6
May - Mai	1,022,975	-1.6	1,090,729	1.1
June - Juin	1,067,381	7.0	1,100,597	0.9
July - Juillet	945,816	0.4	1,098,735	-0.2
August - Août	1,087,707	11.7	1,147,872	4.5
September - Septembre	1,014,377	-2.7	1,067,048	-7.0
October - Octobre	1,149,620	3.4	1,115,793	4.6
November - Novembre	1,435,457	6.8	1,126,957	1.0
December - Décembre	2,189,631	5.6	1,124,295	-0.2
1995				
January - Janvier	714,635	7.3	1,129,289	0.4
February - Février	722,854	-3.9	1,120,020	-0.8
March - Mars	953,009	-1.5	1,144,857	2.2
April - Avril	1,043,974	4.4	1,138,322	-0.6
May - Mai	1,110,195	8.5	1,157,427	1.7
June - Juin	1,142,457	7.0	1,180,002	2.0
July - Juillet	1,002,857	6.0	1,166,529	-1.1
August - Août	1,137,864	4.6	1,180,889	1.2
September - Septembre	1,118,589	10.3	1,169,638	-1.0
October - Octobre	1,176,277	2.3	1,173,938	0.4
November - Novembre	1,536,861	7.1	1,178,855	0.4
December - Décembre	2,264,056	3.4	1,183,859	0.4
1996				
January - Janvier	763,324	6.8	1,182,353	-0.1
February - Février	805,637	11.5	1,191,223	0.8
March - Mars	974,770	2.3	1,179,373	-1.0
April - Avril	1,057,787	1.3	1,182,856	0.3
May - Mai	1,158,504	4.4	1,186,560	0.3
June - Juin	1,148,264	0.5	1,185,478	-0.1
July - Juillet	1,020,479	1.8	1,196,635	0.9
August - Août	1,200,668	5.5	1,210,320	1.1
September - Septembre				
October - Octobre				
November - Novembre				
December - Décembre				

Table 12.

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

Tableau 12.

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

Month Mois	1994	1995	1996	Change from previous month Variation par rapport au mois précédent	Change 1996/1995 Variation 1996/1995
		\$'000			%
Unadjusted - Non-désaisonnalisés					
January - Janvier	2,927,773	3,552,850	2,956,492	-7.2	-16.8
February - Février	2,828,717	3,212,234	2,807,300	-5.0	-12.6
March - Mars	2,848,809	3,149,391	2,739,394	-2.4	-13.0
April - Avril	2,867,452	3,181,695	2,587,531	-5.5	-18.7
May - Mai	2,939,099	3,226,237	2,615,398	1.1	-18.9
June - Juin	2,987,341	3,224,406	2,591,503	-0.9	-19.6
July - Juillet	2,987,801	3,214,301	2,470,979	-4.7	-23.1
August - Août	3,037,200	3,311,488	2,526,688	2.3	-23.7
September - Septembre	3,090,334	3,356,168			
October - Octobre	3,134,257	3,337,668			
November - Novembre	3,262,451	3,415,937			
December - Décembre	3,664,883	3,187,204			
		\$000'000			
Seasonally adjusted - Désaisonnalisés					
January - Janvier	2,774	3,370	2,840	-0.2	-15.7
February - Février	2,914	3,297	2,875	1.2	-12.8
March - Mars	2,978	3,279	2,824	-1.8	-13.9
April - Avril	2,982	3,300	2,712	-4.0	-17.8
May - Mai	3,016	3,311	2,705	-0.3	-18.3
June - Juin	3,047	3,296	2,656	-1.8	-19.4
July - Juillet	3,081	3,310	2,581	-2.8	-22.0
August - Août	3,092	3,362	2,575	-0.2	-23.4
September - Septembre	3,126	3,368			
October - Octobre	3,143	3,322			
November - Novembre	3,182	3,313			
December - Décembre	3,246	2,846			

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

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

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

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

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

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

Appendix I

I. DEFINITIONS

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

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

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

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

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

SCOPE OF SURVEY

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

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

This monthly publication contains the latest results of

Appendice I

I. DEFINITIONS

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

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

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

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

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

CHAMP DE L'ENQUÊTE

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

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

Cette publication mensuelle présente les derniers résultats de

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

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

II. DATA QUALITY AND METHODOLOGY

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

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

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

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

DATA CONFIDENTIALITY

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

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

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

II. QUALITÉ DES DONNÉES ET MÉTHODOLOGIE

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

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

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

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

CONFIDENTIALITÉ DES DONNÉES

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

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

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

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

SEASONAL ADJUSTMENT

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

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

EXPLANATORY NOTES

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

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

visés dans la publication.

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

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

DÉSAISONNALISATION

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

Afin de favoriser l'interprétation exacte de l'évolution fondamentale d'un phénomène économique et de produire une meilleure prédiction, Statistique Canada rajuste les séries temporelles au moyen de la méthode de désaisonnalisation X-11-ARMI³ afin de justement minimiser l'impact des variations saisonnières sur les séries. La partie ARMMI de cette technique consiste essentiellement à ajouter une année de données estimées à chacune des deux extrémités de la série initiale avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Ces données estimées proviennent d'extrapolations prospectives et rétrospectives produites par des modèles ARMMI (modèles autorégressifs à moyennes mobiles intégrées) du type Box-Jenkins.

NOTES EXPLICATIVES

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

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

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

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

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

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

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

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

Note to Users

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Note aux utilisateurs

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

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

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

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

Appendix II

List of Department Store Organizations

Major Department Store Organizations

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

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

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

Discount Department Store Organizations

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton,
Ontario

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

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

Appendice II

Liste des organisations de grands magasins

Organisations de grands magasins traditionnels

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

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

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

Organisations de grands magasins d'escompte

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

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

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

Text Table I.

Tableau explicatif I.

Measures of Reliability, Department Stores, Canada,
August 1996

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

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

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

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

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

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

Pick a topic... any topic

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

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

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

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

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

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



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

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

... time and time again

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

Order today - you'll be lost without it.

1994 Statistics Canada Catalogue

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

Write to:

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

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

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

Choisissez un sujet... n'importe lequel

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

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

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

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

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

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



les produits électroniques et les recherches en direct;

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

...maintes et maintes fois

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

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

Catalogue de Statistique Canada 1994

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

Écrivez à :

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

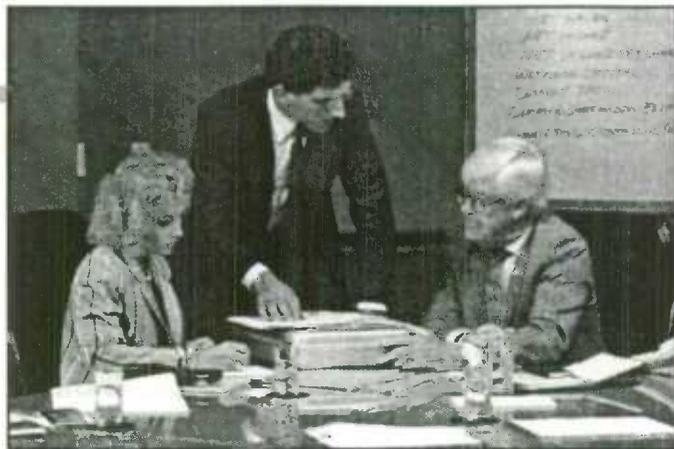
Télécopieur : (613) 951-1584
Appels sans frais : 1-800-267-6677
Via l'Internet : order@statcan.ca

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



Hire our team of researchers for \$56 a year

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



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

But *Perspectives* is more than just facts and figures. It offers authoritative insights into complex

labour and income issues, analyzing the statistics to bring you simple, clear summaries of labour market and income trends.

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

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

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

And all for only \$56!

Thousands of Canadian professionals turn to *Perspectives* to discover emerging trends in labour and income and to stay up to date on the latest research findings. As a subscriber, you will get the inside story.

We know you'll find *Perspectives* indispensable. GUARANTEED. If you aren't convinced after reading the first issue, we'll give you a FULL REFUND on all outstanding issues. Order your subscription to *Perspectives* today (Cat. No. 75-0010XPE).

ORDER NOW!

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

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

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

tendances actuelles du marché du travail et des revenus.

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

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

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

Tout cela pour 56 \$ seulement!

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

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

ABONNEZ-VOUS DÈS MAINTENANT!

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

Canada: A Portrait

A Memorable Journey Through Canada

A book to captivate everyone, **Canada: A Portrait** is a compelling record in words and pictures of the excitement and diversity of present-day Canada. This all-new edition of Statistics Canada's proven bestseller features a striking full-colour dustjacket reproduction of *Sweetgrass*, the rich impressionistic painting by Canadian artist Frank Mays. Once you open its appealing cover, you will discover that **Canada: A Portrait** not only delights the eye, it stimulates the imagination. Each page is brimming with lively and intriguing facts, bringing to life the personality and charisma of Canada in a clear, easy-to-read and entertaining narrative.

From the important to the whimsical...

Canada: A Portrait presents you with the perfect opportunity to explore Canada at your leisure with just the turn of a page. Investigate the diverse regions of Canada from Mount Logan in the Yukon to the St. John River in New Brunswick. Delve into the heartbeat of Canada's society: Who are we? Where do we live? What do we believe in? See how the economy is evolving and what makes it tick. Learn about the activities enjoyed by today's Canadians, such as opera and hockey and home computers. **Canada: A Portrait** offers a complete examination of this unique country and reflects many interesting perspectives.

The Land, The People, The Society, Arts and Leisure, The Economy and Canada in the World

Six chapters provide a guided tour of both the physical and the human landscape of Canada. Each chapter is enriched with personal insights on "being Canadian," shared with you by such eminent people as Myriam Bédard, Gerhard Herzberg and Joe Schlesinger and is adorned with a gallery of imaginative pictorial images.

Share the **Canada: A Portrait** experience with your family, friends and colleagues

Its charming format, rich design, intriguing content and attractive price make this a keepsake volume, ideal both to give and to receive.

Canada: A Portrait is available for only \$39.95 in Canada (plus GST, applicable PST and shipping and handling), US \$51.95 in the United States and US \$59.95 in other countries. To order, write 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. Call toll-free: 1-800-700-1033 and use your Visa and MasterCard or fax your order to (613) 951-1584.



Un portrait du Canada

Un voyage mémorable à travers le Canada

Un portrait du Canada captivera tout le monde. C'est un recueil irrésistible, en mots et en images, de tout ce qui fait le dynamisme et la diversité du Canada d'aujourd'hui. Cette nouvelle édition de l'indiscutable best-seller de Statistique Canada offre, sur la jaquette, un magnifique paysage impressionniste, intitulé *Sweetgrass*, de l'artiste canadien Frank Mays. Dès la première page, vous serez fasciné par la beauté des images et du texte et vous laisserez vagabonder votre imagination. Chaque page regorge de faits vivants et intrigants donnant vie au caractère et au magnétisme du Canada dans une langue claire, simple et prenante.

De l'important au fantaisiste...

Un portrait du Canada vous permet de visiter le pays durant vos moments libres simplement en tournant les pages. Du mont Logan (Yukon) à la rivière Saint-Jean (Nouveau-Brunswick), tâchez le pouls des différentes régions du Canada. Fouillez au cœur même de la société canadienne : Qui sommes-nous? Où vivons-nous? Quelles sont nos croyances? Voyez comment l'économie évolue et pourquoi elle tourne. Découvrez les activités préférées des Canadiens d'aujourd'hui : de l'opéra au hockey jusqu'à l'ordinateur familial. **Un portrait du Canada** offre un examen complet de ce pays unique reflétant des perspectives intéressantes.

Le territoire, La population, La société, Les arts et les loisirs, L'économie et Le Canada dans le monde

Un tour guidé du paysage physique et humain du Canada vous est offert en six chapitres, chacun est parsemé d'oeuvres pleines d'imagination et est enrichi d'un message personnel sur le fait «d'être Canadien». Ces messages sont partagés par d'éminents Canadiens tels que Myriam Bédard, Gerhard Herzberg et Joe Schlesinger.

Partagez cette expérience avec votre famille, vos amis et vos collègues

Son format attrayant, son design riche, son contenu intrigant et son prix alléchant font d'**Un portrait du Canada** un cadeau idéal à donner ou à recevoir.

Un portrait du Canada est en vente à seulement 39.95 \$ au Canada (TPS, TVQ et frais de port et de manutention applicables en sus), 51.95 \$ US aux États-Unis et 59.95 \$ US dans les autres pays. Pour commander, écrivez à Statistique Canada, Division des opérations et de l'intégration, Direction de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6 ou communiquez avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près (la liste figure dans la présente publication). Ou encore, téléphonez sans frais au 1-800-700-1033 et portez les frais à votre compte VISA ou MasterCard ou télécopiez votre commande au (613) 951-1584.