

C3



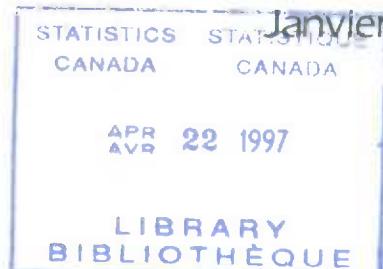
Catalogue no. 63-002-XPB

Department store sales and stocks

January 1997

N° 63-002-XPB au catalogue

Ventes et stocks des grands magasins



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: Distributive Trades Division, Retail Commodity 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

Ordering/Subscription information

All prices exclude sales tax

Catalogue no. 63-002-XPB, is published monthly in a paper version for \$17.00 per issue or \$165.00 for twelve issues in Canada. Outside Canada the cost is US\$17.00 per issue and US\$165.00 for twelve issues.

Please send orders to Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 or by dialing (613) 951-7277 or 1 800 700-1033, by fax (613) 951-1584 or 1 800 889-9734 or by Internet: order@statcan.ca. For change of address, please provide both old and new addresses. Statistics Canada publications may also be purchased from authorized agents, bookstores and local Statistics Canada offices.

Standards of service to the public

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

Des données sous plusieurs formes

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

Comment obtenir d'autres renseignements

Toute demande de renseignements au sujet de la présente publication ou au sujet de statistiques ou de services connexes doit être adressée à : Section des marchandises vendues au détail, Division de la statistique du commerce, 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

Renseignements sur les commandes/abonnements

Les prix n'incluent pas la taxe de vente

N° 63-002-XPB au catalogue, est publié mensuellement sur version papier au coût de 17 \$ le numéro ou 165 \$ pour 12 numéros au Canada. À l'extérieur du Canada, le coût est de 17 \$ US le numéro ou 165 \$ US pour 12 numéros.

Faites parvenir votre commande à Statistique Canada, Division des opérations et de l'intégration, Gestion de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6 ou téléphonez au (613) 951-7277 ou 1 800 700-1033, par télécopieur au (613) 951-1584 ou 1 800 889-9734 ou via l'Internet: order@statcan.ca. Pour changement d'adresse veuillez fournir votre ancienne et nouvelle adresse. On peut aussi se procurer les publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés, des librairies locales et des bureaux locaux de Statistique Canada.

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
Distributive Trades Division
Retail Commodity Section

Department store sales and stocks

January 1997

Statistique Canada
Division de la statistique du commerce
Section des marchandises vendues au détail

Ventes et stocks des grands magasins

January 1997

Published by authority of the Minister responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 1997

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

April 1997

Catalogue no. 63-002-XPB, Vol. 62, no. 1

Frequency: Monthly

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1997

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

Avril 1997

N° 63-002-XPB au catalogue, vol. 62, n° 1

Péodicité : 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:

- **F. Miranda**, Director, Distributive Trades Division
- **R. Lussier**, Assistant Director, Distributive Trades Division
- **M. B. Garneau**, Economist, Retail Commodity section, Distributive Trades Division
- **S. Dumouchel**, Analyst, Retail Commodity section, Distributive Trades 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:

- **F. Miranda**, directeur, division de la statistique du commerce
- **R. Lussier**, directeur adjoint, division de la statistique du commerce
- **M. B. Garneau**, économiste, section des marchandises vendue au détail, division de la statistique du commerce
- **S. Dumouchel**, analyste, section des marchandises vendues, au détail, division de la statistique du commerce

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, 1995-1997	7
2. Major and Discount Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1995-1997	8
3. Major and Discount Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1995-1997	10
4. Number of Major and Discount Department Store Locations, by Province, 1995-1997	12
5. Number of Major and Discount Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1995-1997	12
6. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1996-1997	14
7. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1994 to 1996	15
8. Department Store Monthly Inventories, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1994 to 1997	16
9. Department Store Monthly Sales, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1994 to 1997	17
10. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1994 to 1997	18

Table des matières

	Page
Faits saillants	5
Lectures suggérées	6
Tableau	
1. Ventes mensuelles des grands magasins, non-désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1995-1997	7
2. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et d'escomptes, par province, 1995-1997	8
3. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et d'escomptes, selon certaines régions métropolitaines, 1995-1997	10
4. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et d'escomptes, par province, 1995-1997	12
5. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et d'escomptes, selon certaines régions métropolitaines, 1995-1997	12
6. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1996-1997	14
7. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1994 à 1996	15
8. Stocks mensuels des grands magasins, non-désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1994 à 1997	16
9. Ventes mensuelles des grands magasins, non-désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1994 à 1997	17
10. Comptes à recevoir, non-désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1994 à 1997	18

Table of Contents - Concluded**Appendix**

I. Definitions	19
Scope of the Survey	19
Data Quality and Methodology	20
Data Confidentiality	20
Seasonal Adjustment	21
Explanatory Notes	21
II. List of Department Store Organizations	23

Text Table

I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada	24
---	----

Table des matières - fin**Appendice**

I. Définitions	19
Champ de l'enquête	19
Qualité des données et méthodologie	20
Confidentialité des données	20
Désaisonnalisation	21
Notes explicatives	21
II. Liste des organisations des grands magasins	23

Tableau explicatif

I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada	24
--	----

Highlights

January 1997

- Seasonally adjusted department stores sales increased a slight 0.5% from December. January sales reached \$1,246.6 million. Sales have followed an upward trend since the end of 1993.
- Consumers spent more in department stores in January 1997 than in January 1996; year-over-year sales increased 6.1%. Since April 1995, monthly comparisons of year-over-year sales show continual increases.
- All regions contributed to January's year-over-year growth. Gains between 7% and 10% (unadjusted) were registered in all regions, except the Atlantic region, where sales increased 4.3%. Department stores in Ottawa-Hull and Calgary recorded the largest increases among the census metropolitan areas, up 14.1% and 12.0% respectively.

Faits saillants

Janvier 1997

- En janvier, les ventes désaisonnalisées des grands magasins se sont légèrement accrues (+0.5%) par rapport à décembre, pour atteindre 1,246.6 millions de dollars. La tendance des ventes est à la hausse depuis la fin de 1993.
- Les consommateurs ont acheté davantage (+6.1%) dans les grands magasins en janvier 1997 qu'ils ne l'avaient fait en janvier 1996. Les comparaisons des ventes mensuelles d'une année à l'autre montrent des améliorations continues depuis avril 1995.
- Toutes les régions ont contribué à la hausse annuelle des ventes de janvier. Elles ont affiché des gains variant entre 7% et 10% (données non désaisonnalisées), à l'exception de la région de l'Atlantique, dont les ventes ont augmenté de 4.3%. À l'échelle des régions métropolitaines, les grands magasins d'Ottawa-Hull et de Calgary ont enregistré les plus fortes progressions de ventes par rapport à janvier 1996, soit de 14.1% et de 12.0% respectivement.

FOR FURTHER READING

Selected Publications
from Statistics Canada

LECTURES SUGGÉRÉES

Choisies parmi les publications
de Statistique Canada

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

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

Other Products and Services

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

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

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

Autres produits et services

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

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

Table 1.

Department Store Monthly Sales, Unadjusted, by Department, Canada, 1995-1997

Tableau 1.

Ventes mensuelles des grands magasins, non-désaisonnalisées par rayon, Canada, 1995-1997

No.	Department Rayon	Unadjusted - Non-désaisonnalisées				
		1995	1996	1996	1997	Change Variation
		December	January	December	January	January 1997/1996
		Décembre	Janvier	Décembre	Janvier	Janvier 1997/1996
\$'000					%	
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	8,487	3,695	10,784	3,513	-4.9
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	18,643	8,718	17,267	8,878	1.8
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	122,069	43,552	117,173	43,509	-0.1
4	Nursery Equipment - Articles de chambres d'enfants	9,099	9,528	10,261	10,762	12.9
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	60,656	23,760	58,859	24,039	1.2
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	28,480	7,359	29,066	7,829	6.4
7	Lingerie and Women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	49,880	11,814	47,014	11,232	-4.9
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	33,697	15,469	33,486	15,942	3.1
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	9,905	5,255	10,328	6,011	14.4
10	Women's hosiery - Bas pour dames	29,658	10,936	27,404	11,363	3.9
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	39,485	8,678	37,492	10,009	15.3
12	Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	33,396	12,440	31,117	13,805	11.0
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	44,330	11,861	44,261	12,589	6.1
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	199,818	39,991	213,495	44,076	10.2
15	Boy's clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	28,750	7,680	30,010	8,635	12.4
16	Men's and boy's footwear - Chaussures pour hommes et garçons	21,632	7,528	21,282	8,996	19.5
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	99,272	31,396	104,084	35,784	14.0
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	213,103	88,458	227,904	107,421	21.4
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	17,290	6,152	17,094	5,517	-10.3
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	16,572	12,896	15,941	13,074	1.4
21	Linen - Linges de maison	68,773	41,091	72,381	43,412	5.6
22	Luggage - Bagages	7,623	2,476	8,568	2,962	19.6
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	35,570	9,836	33,441	10,131	3.0
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	14,346	7,966	14,024	7,665	-3.8
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	13,283	7,188	12,049	6,207	-13.6
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	13,088	5,511	17,432	7,593	37.8
27	Furniture - Meubles	38,202	28,868	37,008	28,819	-0.2
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	41,385	33,896	44,540	34,490	1.8
29	Home entertainment equipment (T.V., stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)	156,157	39,992	171,637	42,349	5.9
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	109,807	50,851	123,543	51,464	1.2
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.	52,971	20,417	52,004	23,580	15.5
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	70,554	9,277	74,063	10,150	9.4
33	Jewellery - Bijouterie	170,940	16,699	183,969	16,867	1.0
34	Toys and games - Jouets et jeux	40,954	14,519	43,503	15,223	4.8
35	Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques	74,397	21,418	78,338	24,505	14.4
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	22,424	14,358	21,720	15,725	9.5
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	26,796	16,000	27,020	18,073	13.0
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	24,198	17,061	26,438	16,525	-3.1
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'œuvre)	114,367	38,270	121,929	44,086	15.2
40	All other departments (includes gifts and seasonal) - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers) ¹	2,180,058	762,857	2,267,930	822,810	7.9
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL- TOUS LES RAYONS					

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

Table 2.

Major and Discount Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1995-1997

No.	Type of department store	Canada	Newfoundland & Prince Edward Island	Nova Scotia Nouvelle- Écosse	New Brunswick Nouveau- Brunswick	Québec					
			Terre-Neuve & Île-du-Prince- Édouard								
\$'000											
Major department stores											
1	1995 December	996,003	x	x	x	x					
2	1996 January	337,319	x	x	x	x					
3	January-January	337,319	x	x	x	x					
4	1996 December	995,562	x	x	x	x					
5	1997 January	x	x	x	x	x					
6	January-January	x	x	x	x	x					
Percentage change											
7	January 1997/1996	x	x	x	x	x					
8	January-January 1997/1996	x	x	x	x	x					
Discount department stores											
9	1995 December	1,184,055	x	x	x	x					
10	1996 January	425,538	x	x	x	x					
11	January-January	425,538	x	x	x	x					
12	1996 December	1,272,368	x	x	x	x					
13	1997 January	x	x	x	x	x					
14	January-January	x	x	x	x	x					
Percentage change											
15	January 1997/1996	x	x	x	x	x					
16	January-January 1997/1996	x	x	x	x	x					
Total, all department stores											
17	1995 December	2,180,058	41,669	77,461	56,050	366,201					
18	1996 January	762,857	13,219	22,020	16,850	145,369					
19	January-January	762,857	13,219	22,020	16,850	145,369					
20	1996 December	2,267,930	43,763	79,917	58,201	378,476					
21	1997 January	822,810	13,958	23,077	17,286	155,468					
22	January-January	822,810	13,958	23,077	17,286	155,468					
Percentage change											
23	January 1997/1996	7.9	5.6	4.8	2.6	6.9					
24	January-January 1997/1996	7.9	5.6	4.8	2.6	6.9					

² See footnote at end of tables.

Tableau 2.

Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et d'escomptes, par province, 1995-1997

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 Décembre		1	
x	x	x	x	x	1996 Janvier		2	
x	x	x	x	x	Janvier-janvier		3	
x	x	x	x	x	1996 Décembre		4	
x	x	x	x	x	1997 Janvier		5	
x	x	x	x	x	Janvier-janvier		6	
					Variation en pourcentage			
x	x	x	x	x	Janvier 1997/1996		7	
x	x	x	x	x	Janvier-janvier 1997/1996		8	
					Grands magasins d'escomptes			
x	x	x	x	x	1995 Décembre		9	
x	x	x	x	x	1996 Janvier		10	
x	x	x	x	x	Janvier-janvier		11	
x	x	x	x	x	1996 Décembre		12	
x	x	x	x	x	1997 Janvier		13	
x	x	x	x	x	Janvier-janvier		14	
					Variation en pourcentage			
x	x	x	x	x	Janvier 1997/1996		15	
x	x	x	x	x	Janvier-janvier 1997/1996		16	
					Ensemble des grands magasins			
931,507	91,412	70,527	241,612	303,620	1995 Décembre		17	
318,566	31,894	24,114	82,047	108,778	1996 Janvier		18	
318,566	31,894	24,114	82,047	108,778	Janvier-janvier		19	
982,635	93,307	72,797	254,342	304,492	1996 Décembre		20	
343,846	34,464	26,404	90,307	117,999	1997 Janvier		21	
343,846	34,464	26,404	90,307	117,999	Janvier-janvier		22	
					Variation en pourcentage			
7.9	8.1	9.5	10.1	8.5	Janvier 1997/1996		23	
7.9	8.1	9.5	10.1	8.5	Janvier-janvier 1997/1996		24	

² Voir note à la fin des tableaux.

Table 3.

Major and Discount Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1995-1997

No.	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
\$'000						
1	Major department stores					
1	1995 December	x	x	x	x	x
2	1996 January	x	x	x	x	x
3	January-January	x	x	x	x	x
4	1996 December	x	x	x	x	x
5	1997 January	x	x	x	x	x
6	January-January	x	x	x	x	x
Percentage change						
7	January 1997/1996	x	x	x	x	x
8	January-January 1997/1996	x	x	x	x	x
9	Discount department stores					
9	1995 December	x	x	x	x	x
10	1996 January	x	x	x	x	x
11	January-January	x	x	x	x	x
12	1996 December	x	x	x	x	x
13	1997 January	x	x	x	x	x
14	January-January	x	x	x	x	x
Percentage change						
15	January 1997/1996	x	x	x	x	x
16	January-January 1997/1996	x	x	x	x	x
17	Total, all department stores					
17	1995 December	88,874	93,604	39,131	68,837	201,656
18	1996 January	31,555	31,168	11,477	22,455	78,976
19	January-January	31,555	31,168	11,477	22,455	78,976
20	1996 December	96,257	97,998	41,199	71,490	208,234
21	1997 January	35,349	34,067	12,239	23,455	83,900
22	January-January	35,349	34,067	12,239	23,455	83,900
Percentage change						
23	January 1997/1996	12.0	9.3	6.6	4.5	6.2
24	January-January 1997/1996	12.0	9.3	6.6	4.5	6.2

Tableau 3.

Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et d'escomptes, selon certaines régions métropolitaines, 1995-1997

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin		N°
\$'000							
					Grands magasins traditionnels		
x	x	x	x	x	1995 Décembre		1
x	x	x	x	x	1996 Janvier		2
x	x	x	x	x	Janvier-janvier		3
x	x	x	x	x	1996 Décembre		4
x	x	x	x	x	1997 Janvier		5
x	x	x	x	x	Janvier-janvier		6
					Variation en pourcentage		
x	x	x	x	x	Janvier 1997/1996		7
x	x	x	x	x	Janvier-janvier 1997/1996		8
					Grands magasins d'escomptes		
x	x	x	x	x	1995 Décembre		9
x	x	x	x	x	1996 Janvier		10
x	x	x	x	x	Janvier-janvier		11
x	x	x	x	x	1996 Décembre		12
x	x	x	x	x	1997 Janvier		13
x	x	x	x	x	Janvier-janvier		14
					Variation en pourcentage		
x	x	x	x	x	Janvier 1997/1996		15
x	x	x	x	x	Janvier-janvier 1997/1996		16
					Ensemble des grands magasins		
92,443	41,040	351,269	157,899	77,641	1995 Décembre		17
32,243	16,564	123,289	56,536	27,291	1996 Janvier		18
32,243	16,564	123,289	56,536	27,291	Janvier-janvier		19
99,853	39,590	371,422	157,676	78,588	1996 Décembre		20
36,780	16,560	133,326	60,758	29,195	1997 Janvier		21
36,780	16,560	133,326	60,758	29,195	Janvier-janvier		22
					Variation en pourcentage		
14.1	--	8.1	7.5	7.0	Janvier 1997/1996		23
14.1	--	8.1	7.5	7.0	Janvier-janvier 1997/1996		24

Table 4.**Number of Major and Discount Department Store Locations, by Province, 1995-1997**

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. - nbré										
Major department stores										
1	1995 December	305	2	1	11	5	58			
2	1996 January	304	2	1	11	5	58			
3	1996 December	300	2	1	10	5	57			
4	1997 January	299	2	1	10	5	57			
Discount department stores										
5	1995 December	559	15	4	31	24	93			
6	1996 January	558	15	4	31	24	93			
7	1996 December	560	15	4	32	24	94			
8	1997 January	558	15	4	32	24	94			
Total, all department stores										
9	1995 December	864	17	5	42	29	151			
10	1996 January	862	17	5	42	29	151			
11	1996 December	860	17	5	42	29	151			
12	1997 January	857	17	5	42	29	151			

Table 5.**Number of Major and Discount Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1995-1997**

No.	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax- Dartmouth	Hamilton	Montréal						
No. - nbré												
Major department stores												
1	1995 December	13	17	7	11	31						
2	1996 January	13	17	7	11	31						
3	1996 December	13	17	6	11	31						
4	1997 January	13	17	6	11	31						
Discount department stores												
5	1995 December	15	18	11	16	36						
6	1996 January	15	18	11	16	36						
7	1996 December	16	18	12	16	36						
8	1997 January	16	18	12	16	36						
Total, all department stores												
9	1995 December	28	35	18	27	67						
10	1996 January	28	35	18	27	67						
11	1996 December	29	35	18	27	67						
12	1997 January	29	35	18	27	67						

² See footnote at end of tables.

Tableau 4.**Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et d'escomptes, par province, 1995-1997**

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia ² Colombie-Britannique ²	Genre de grand magasin	N°
No. - nbre						
117	13	11	42	45	Grands magasins traditionnels	
117	13	10	42	45	1995 Décembre	1
					1996 Janvier	2
117	13	9	42	44	Grands magasins traditionnels	
116	13	9	42	44	1996 Décembre	3
					1997 Janvier	4
No. - nbre						
230	22	23	52	65	Grands magasins d'escomptes	
229	22	23	52	65	1995 Décembre	5
					1996 Janvier	6
231	19	23	53	65	Grands magasins d'escomptes	
230	19	23	53	64	1996 Décembre	7
					1997 Janvier	8
No. - nbre						
347	35	34	94	110	Ensemble des grands magasins	
346	35	33	94	110	1995 Décembre	9
					1996 Janvier	10
348	32	32	95	109	Ensemble des grands magasins	
346	32	32	95	108	1996 Décembre	11
					1997 Janvier	12

Tableau 5.**Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et d'escomptes, selon certaines régions métropolitaines, 1995-1997**

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin	N°
No. - nbre						
12	8	49	25	12	Grands magasins traditionnels	
12	8	49	25	12	1995 Décembre	1
					1996 Janvier	2
12	8	48	24	12	Grands magasins traditionnels	
12	8	47	24	12	1996 Décembre	3
					1997 Janvier	4
No. - nbre						
21	8	64	22	16	Grands magasins d'escomptes	
21	8	63	22	16	1995 Décembre	5
					1996 Janvier	6
24	6	64	22	13	Grands magasins d'escomptes	
24	6	63	21	13	1996 Décembre	7
					1997 Janvier	8
No. - nbre						
33	16	113	47	28	Ensemble des grands magasins	
33	16	112	47	28	1995 Décembre	9
					1996 Janvier	10
36	14	112	46	25	Ensemble des grands magasins	
36	14	110	45	25	1996 Décembre	11
					1997 Janvier	12

² Voir note à la fin des tableaux.

Table 6.

Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1996-1997

January-January

Tableau 6.

Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1996-1997

Janvier-janvier

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1997/1996 Variation 1997/1996
		1996	1997	
	\$'000		%	
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	3,695	3,513	-4.9
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	8,718	8,878	1.8
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	43,552	43,509	-0.1
4	Nursery Equipment - Articles de chambres d'enfants	9,528	10,762	13.0
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	23,760	24,039	1.2
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	7,359	7,829	6.4
7	Lingerie and Women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	11,814	11,232	-4.9
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	15,469	15,942	3.1
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	5,255	6,011	14.4
10	Women's hosiery - Bas pour dames	10,936	11,363	3.9
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	8,678	10,009	15.3
12	Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	12,440	13,805	11.0
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	11,861	12,589	6.1
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	39,991	44,076	10.2
15	Boy's clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	7,680	8,635	12.4
16	Men's and boy's footwear - Chaussures pour hommes et garçons	7,528	8,996	19.5
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	31,396	35,784	14.0
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	88,458	107,421	21.4
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	6,152	5,517	-10.3
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	12,896	13,074	1.4
21	Linen - Linges de maison	41,091	43,412	5.6
22	Luggage - Bagages	2,476	2,962	19.6
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	9,836	10,131	3.0
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	7,966	7,665	-3.8
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	7,188	6,207	-13.6
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	5,511	7,593	37.8
27	Furniture - Meubles	28,868	28,819	-0.2
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	33,896	34,490	1.8
29	Home entertainment equipment (T.V., stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)	39,992	42,349	5.9
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	50,851	51,464	1.2
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	20,417	23,580	15.5
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction
33	Jewellery - Bijouterie	9,277	10,150	9.4
34	Toys and games - Jouets et jeux	16,699	16,867	1.0
35	Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques	14,519	15,223	4.8
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	21,418	24,505	14.4
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	14,358	15,725	9.5
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	16,000	18,073	13.0
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'œuvre)	17,061	16,525	-3.1
40	All other departments (includes gifts and seasonal) ¹ - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers)	38,270	44,086	15.2
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL- TOUS LES RAYONS	762,857	822,810	7.9

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

Table 7.

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

Tableau 7.

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

Period Période	Department stores						
			Grands magasins				
	Total		Major		Discount		
	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	D'escomptes	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	379,826		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	2,180,058	100.0	996,003	45.7	1,184,055		54.3
Year - Année	13,839,630	100.0	6,429,589	46.5	7,410,041		53.5
1996							
January - Janvier	762,857	100.0	337,319	44.2	425,538		55.8
February - Février	804,443	100.0	365,931	45.5	438,511		54.5
March - Mars	973,739	100.0	444,537	45.7	529,202		54.3
April - Avril	1,056,567	100.0	473,415	44.8	583,152		55.2
May - Mai	1,157,534	100.0	508,447	43.9	649,086		56.1
June - Juin	1,147,332	100.0	505,451	44.1	641,880		55.9
July - Juillet	1,019,487	100.0	438,082	43.0	581,405		57.0
August - Août	1,199,652	100.0	525,616	43.8	674,036		56.2
September - Septembre	1,126,079	100.0	528,227	46.9	597,852		53.1
October - Octobre	1,265,400	100.0	555,598	43.9	709,803		56.1
November - Novembre	1,665,810	100.0	723,421	43.4	942,388		56.6
December - Décembre	2,267,930	100.0	995,562	43.9	1,272,368		56.1
Year - Année	14,446,830	100.0	6,401,608	44.3	8,045,222		55.7

Table 8.

**Department Store Monthly Inventories,
Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1994
to 1997**

Tableau 8.

**Stocks mensuels des grands magasins, non-désaisonnalisés
et désaisonnalisés, Canada, 1994 à 1997**

Period Période	Unadjusted		Seasonally adjusted	
	Non-désaisonnalisés		Désaisonnalisés	
	Inventories Stocks	Year/year change Variation année/année	Inventories Stocks	Month/month change Variation mois/mois
	\$'000	%	\$'000	%
1994				
January - Janvier	4,397,082	5.1	5,147,418	-0.8
February - Février	4,801,254	4.3	5,176,794	0.6
March - Mars	5,300,636	4.9	5,317,788	2.7
April - Avril	4,877,944	-5.8	4,796,608	-9.8
May - Mai	4,831,451	-4.8	4,856,556	1.2
June - Juin	4,496,015	-5.9	4,782,716	-1.5
July - Juillet	4,580,603	-4.3	4,864,292	1.7
August - Août	4,865,971	-2.4	4,919,266	1.1
September - Septembre	5,149,768	-4.0	4,919,030	--
October - Octobre	5,695,725	-5.0	4,905,183	-0.3
November - Novembre	6,157,898	-0.8	5,101,311	4.0
December - Décembre	4,789,334	-0.7	5,156,714	1.1
1995				
January - Janvier	4,502,072	2.4	5,248,457	1.8
February - Février	4,875,118	1.5	5,249,570	--
March - Mars	5,246,065	-1.0	5,263,574	0.3
April - Avril	5,347,295	9.6	5,280,797	0.3
May - Mai	5,325,050	10.2	5,383,716	1.9
June - Juin	5,118,415	13.8	5,464,150	1.5
July - Juillet	5,141,772	12.3	5,479,803	0.3
August - Août	5,587,846	14.8	5,663,851	3.4
September - Septembre	6,079,358	18.1	5,830,000	2.9
October - Octobre	6,574,355	15.4	5,684,407	-2.5
November - Novembre	6,795,231	10.3	5,629,843	-1.0
December - Décembre	5,219,623	9.0	5,634,025	0.1
1996				
January - Janvier	4,971,457	10.4	5,779,300	2.6
February - Février	5,311,083	8.9	5,707,599	-1.2
March - Mars	5,736,731	9.4	5,742,304	0.6
April - Avril	5,873,613	9.8	5,797,888	1.0
May - Mai	5,731,287	7.6	5,786,880	-0.2
June - Juin	5,461,376	6.7	5,813,681	0.5
July - Juillet	5,438,351	5.8	5,783,041	-0.5
August - Août	5,506,690	-1.5	5,561,055	-3.8
September - Septembre	5,909,923	-2.8	5,648,880	1.6
October - Octobre	6,573,776	--	5,672,941	0.4
November - Novembre	6,878,885	1.2	5,686,912	0.2
December - Décembre	5,225,080	0.1	5,637,764	-0.9
1997				
January - Janvier	4,058,814	-18.4	4,812,549	-14.6
February - Février				
March - Mars				
April - Avril				
May - Mai				
June - Juin				
July - Juillet				
August - Août				
September - Septembre				
October - Octobre				
November - Novembre				
December - Décembre				

Table 9.

Department Store Monthly Sales, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1994 to 1997

Tableau 9.

Ventes mensuelles des grands magasins, non-désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1994 à 1997

Period Période	Unadjusted		Seasonally adjusted	
	Non-désaisonnalisées		Désaisonnalisées	
	Sales Ventes	Year/year change Variation année/année	Sales Ventes	Month/month change Variation mois/mois
	\$'000	%	\$'000	%
1994				
January - Janvier	666,161	-6.3	1,016,092	-5.4
February - Février	752,560	8.9	1,161,923	14.4
March - Mars	967,582	11.8	1,166,777	0.4
April - Avril	999,691	-0.3	1,082,852	-7.2
May - Mai	1,022,975	-1.6	1,092,981	0.9
June - Juin	1,067,381	7.0	1,102,665	0.9
July - Juillet	945,816	0.4	1,100,256	-0.2
August - Août	1,087,707	11.7	1,146,776	4.2
September - Septembre	1,014,377	-2.7	1,065,179	-7.1
October - Octobre	1,149,620	3.4	1,113,443	4.5
November - Novembre	1,435,457	6.8	1,118,774	0.5
December - Décembre	2,189,631	5.6	1,131,235	1.1
1995				
January - Janvier	714,635	7.3	1,123,581	-0.7
February - Février	722,854	-3.9	1,114,906	-0.8
March - Mars	953,009	-1.5	1,140,284	2.3
April - Avril	1,043,974	4.4	1,138,271	-0.2
May - Mai	1,110,195	8.5	1,156,316	1.6
June - Juin	1,142,457	7.0	1,179,641	2.0
July - Juillet	1,002,857	6.0	1,165,539	-1.2
August - Août	1,137,864	4.6	1,174,578	0.8
September - Septembre	1,118,589	10.3	1,163,809	-0.9
October - Octobre	1,176,277	2.3	1,168,328	0.4
November - Novembre	1,536,861	7.1	1,160,600	-0.7
December - Décembre	2,180,058	-0.4	1,153,770	-0.6
1996				
January - Janvier	762,857	6.7	1,175,045	1.8
February - Février	804,443	11.3	1,184,548	0.8
March - Mars	973,739	2.2	1,175,660	-0.8
April - Avril	1,056,567	1.2	1,181,971	0.5
May - Mai	1,157,534	4.3	1,188,226	0.5
June - Juin	1,147,332	0.4	1,189,550	0.1
July - Juillet	1,019,487	1.7	1,199,289	0.8
August - Août	1,199,652	5.4	1,215,115	1.3
September - Septembre	1,126,079	0.7	1,218,623	0.3
October - Octobre	1,265,400	7.6	1,224,546	0.5
November - Novembre	1,665,810	8.4	1,253,498	2.4
December - Décembre	2,267,930	4.0	1,240,752	-1.0
1997				
January - Janvier	822,810	7.9	1,246,620	0.5
February - Février				
March - Mars				
April - Avril				
May - Mai				
June - Juin				
July - Juillet				
August - Août				
September - Septembre				
October - Octobre				
November - Novembre				
December - Décembre				

Tableau 10.

**Department Stores' Month-end Accounts
Receivable³, Unadjusted and Seasonally Adjusted,
Canada, 1995 to 1997**

Tableau 10.

**Comptes à recevoir³, non-désaisonnalisés et désaisonnalisés
des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1995 à 1997**

Month Mois	1995	1996	1997	Change from previous month	Change 1997/1996
				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1997/1996
\$'000					
Unadjusted - Non-désaisonnalisés					
January - Janvier	3,552,850	2,956,843	2,629,918	-14.5	-11.1
February - Février	3,212,234	2,807,300			
March - Mars	3,149,391	2,739,394			
April - Avril	3,181,695	2,587,531			
May - Mai	3,226,237	2,615,398			
June - Juin	3,224,406	2,591,503			
July - Juillet	3,214,301	2,453,598			
August - Août	3,311,488	2,526,688			
September - Septembre	3,356,168	2,587,304			
October - Octobre	3,337,668	2,625,523			
November - Novembre	3,415,937	2,625,596			
December - Décembre	3,187,204	3,077,137			
\$'000'000					
Seasonally adjusted - Désaisonnalisés					
January - Janvier	3,368	2,822	2,576	-6.2	-8.7
February - Février	3,263	2,850			
March - Mars	3,252	2,819			
April - Avril	3,312	2,707			
May - Mai	3,317	2,698			
June - Juin	3,307	2,664			
July - Juillet	3,348	2,573			
August - Août	3,374	2,581			
September - Septembre	3,367	2,588			
October - Octobre	3,315	2,600			
November - Novembre	3,319	2,546			
December - Décembre	2,827	2,745			

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 the survey, including data for the two most recent months of the current year, and those for the

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 l'enquête, incluant les données pour les deux plus récents mois de l'année courante, et celles pour les mois correspondants de

corresponding months of the previous year, on the sales and stocks by department. Year-to-date figures are also presented for the sales.

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

II. DATA QUALITY AND METHODOLOGY

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

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

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

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

DATA CONFIDENTIALITY

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

l'année précédente sur les ventes et les stocks, par rayon. Les ventes cumulatives pour l'année y sont également rapportées.

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

II. QUALITÉ DES DONNÉES ET MÉTHODOLOGIE

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

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

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

Pour obtenir plus d'information sur cette enquête ou sur le programme d'enquête statistique de la Division de l'industrie en général, communiquer avec la Section du commerce de détail, Division de l'industrie, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6, tél: (613) 951-0675.

CONFIDENTIALITÉ DES DONNÉES

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

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

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

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

DÉSAISONNALISATION

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

Afin de favoriser l'interprétation exacte de l'évolution fondamentale d'un phénomène économique et de produire une meilleure prédition, Statistique Canada rajuste les séries temporelles au moyen de la méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI³ 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 service, 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 fermées; autrement dit, elles ne se limitent pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

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.

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 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.

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

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

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

Appendix II**List of Department Store Organizations****Major Department Store Organizations**

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

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

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

Discount Department Store Organizations

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

Zeller's Dept. Stores, 401 Bay St., 10th Floor, Toronto,
Ontario

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

Appendice II**Liste des organisations de grands magasins****Organisations de grands magasins traditionnels**

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

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

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

Organisations de grands magasins d'escompte

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

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

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

Text Table I.

Measures of Reliability, Department Stores, Canada, January 1997

Tableau explicatif I.

Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, janvier 1997

	Response rate ¹		Response fraction ²	
	Taux de réponse ¹			
	Survey units Unités d'enquête	Organizational units 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.



BON DE COMMANDE

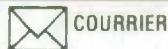
Statistique Can.

STATISTICS CANADA LIBRARY
BIBLIOTHÈQUE STATISTIQUE CANADA



1010235173

POUR COMMANDER :



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



TÉLÉPHONE
1-800-267-6677

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



TÉLÉCOPIEUR
1-800-889-9734

Visa, MasterCard et bon de commande seulement. Veuillez ne pas envoyer de confirmation. Le bon télécopié tient lieu de commande originale.



INTERNET order@statcan.ca

(Veuillez écrire en caractères d'imprimante)



1-800-363-7629

Appareils de télécommunications pour les malentendants

Compagnie

Service

A l'attention de

Fonction

Adresse

Ville _____

Province _____

Code postal _____

Téléphone _____

Télécopieur _____

Numéro au catalogue

Titre

Édition demandée ou inscrire "A" pour les abonnements

Abonnement annuel ou prix de la publication

Canada \$

États-Unis \$ US

Autres pays \$ US

Quantité

Total \$

► Veuillez noter que les prix au catalogue pour les É.-U. et les autres pays sont donnés en dollars américains.

► Les clients canadiens paient en dollars canadiens et ajoutent la TPS de 7 % et la TVP en vigueur. Les clients à l'étranger paient le montant total en dollars US tirés sur une banque américaine.

► Le chèque ou mandat-poste doit être établi à l'ordre du Receveur général du Canada.

► TPS N° R121491807

TOTAL

RÉDUCTION
(s'il y a lieu)

TPS (7 %)
(Clients canadiens seulement)

TVP en vigueur
(Clients canadiens seulement)

TOTAL GÉNÉRAL

PF 093238

MERCI DE VOTRE COMMANDE!



Statistique Canada Statistics Canada

Canadä

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.

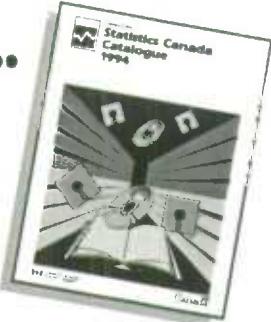
From the most popular topics of the day - like employment, income, trade, and education - to specific research studies - like mineral products shipped from Canadian ports and criminal victimization in urban areas - you'll find it all here.

... 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 conçu pour éviter les dos cassés, les bords abimés et les coins de page pliés.

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

Catalogue de Statistique Canada 1994

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

Écrivez à :

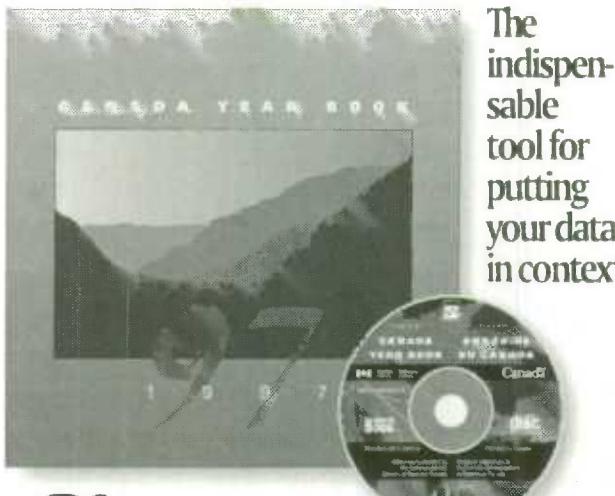
Statistique Canada
Opérations et intégration
Direction de la circulation
120, avenue Parkdale
Ottawa (Ontario) K1A 0T6

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

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



Canada Year Book 1997



The indispensable tool for putting your data in context

Et he publication you are reading at the moment provides vital information about a specific sector of activity in Canada, one of particular interest to you. But are you fully up to date with trends in other sectors, aware of their impact on your field? *Canada Year Book 1997* and *Canada Year Book 1997 on CD-ROM* place your specialized knowledge in a national context. Clarifying the wider issues affecting the country as a whole, they provide the authoritative background for the application of your unique expertise.

P r e s e n t i n g t h e b o o k !

- More than 300 tables, charts and graphs presenting the latest socio-economic data
- Detailed index
- Exciting visual presentation of the country through 100 stunning photographs
- 80 fascinating feature articles on distinctive aspects of life in Canada
- Durable hardcover binding

Canada Year Book 1997 (Catalogue No. 11-402-XPE97001) \$54.95 in Canada (plus \$4.95 shipping/handling and applicable taxes)

. . . t h e C D - R O M !

- Windows® and Macintosh® on the same disc
- Powerful search capacity, index menus, hypertext links
- GBook™ software to exploit CYB97's full potential
- Video clips and accompanying audio to enhance the visual experience
- English and French versions on the same disc

Canada Year Book 1997 on CD-ROM (Catalogue No. 11-402-XCB97001) \$74.95 in Canada (plus \$4.95 shipping/handling and applicable taxes)

In print or on screen, *Canada Year Book 1997* will quickly prove to be an invaluable, much-consulted addition to your library ...at a very reasonable price!

ORDER TODAY

by calling toll-free 1-800-267-6677 or faxing toll-free 1-800-889-9734 or by writing to Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6. You may also order via Internet at order@statcan.ca

For more information on this unique Canadian product, visit our Web site at www.statcan.ca

L'Annuaire du Canada 1997



L'outil indispensable pour mettre vos données en contexte

La publication que vous consultez à l'instant vous instruit sur un secteur particulier de l'activité canadienne. Mais êtes-vous bien au fait des tendances qui se dessinent dans d'autres domaines et de leur incidence sur vos activités? Pour mieux comprendre l'ensemble des enjeux canadiens, consultez *L'Annuaire du Canada 1997* et *L'Annuaire du Canada 1997 sur CD-ROM*. Cet outil indispensable vous fournira le contenu d'ordre général qui vous permettra de situer vos connaissances particulières dans un contexte global.

V o i c i e n f i n l e l i v r e !

- Plus de 300 tableaux, diagrammes et graphiques diffusant les plus récentes données socioéconomiques
 - Reliure rigide durable
 - Index détaillé
 - Plus de 100 photos proposant une captivante randonnée visuelle dans tout le pays
 - 80 articles de fonds et encadrés fascinants sur des aspects distinctifs du Canada
- L'Annuaire du Canada 1997* (n° 11-402-XPF97001 au catalogue) 54.95 \$ au Canada (frais d'envoi et de manutention de 4.95 \$ et taxes en sus)

. . . l e C D - R O M !

- Windows® et Macintosh® sur le même disque
 - Une puissante fonction de recherche, des menus faciles à utiliser, des liens en hypertexte
 - Le logiciel GBook™ pour exploiter à fond *L'Annuaire*
 - 75 vidéodisques mis en valeur par des bandes sonores
 - Les versions française et anglaise comprises sur le même disque
- L'Annuaire du Canada 1997 sur CD-ROM* (n° 11-402-XCB97001 au catalogue) 74.95 \$ au Canada (frais d'envoi et de manutention de 4.95 \$ et taxes en sus)

Que ce soit sur papier ou à l'écran, *L'Annuaire du Canada 1997* demeure un atout important pour mettre vos données en contexte... à un prix concurrentiel!

COMMANDÉZ DÈS AUJOURD'HUI

en composant les numéros sans frais 1-800-267-6677 (téléphone) ou 1-800-889-9734 (télécopieur) ou encore en écrivant à Statistique Canada, Division des opérations et de l'intégration, Gestion de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) Canada K1A 0T6. Vous pouvez aussi commander sur Internet order@statcan.ca

Pour plus de renseignements sur ce produit canadien unique, visitez notre site Web www.statcan.ca