



Catalogue no. 63-002-XPB

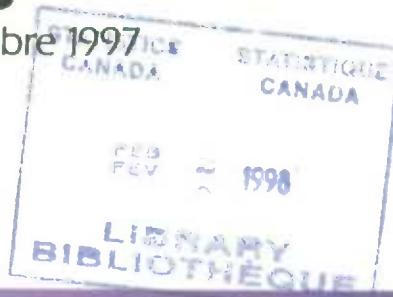
Department store sales and stocks

November 1997

N° 63-002-XPB au catalogue

Ventes et stocks des grands magasins

Novembre 1997



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canadä

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

A paper version, catalogue no. 63-002-XPB, is published monthly 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 dialling (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

Statistics Canada is committed to serving its clients in a prompt, reliable and courteous manner and in the official language of their choice. To this end, the agency has developed standards of service which its employees observe in serving its clients. 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 et les abonnements

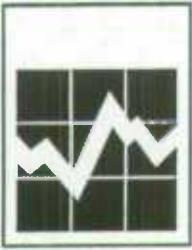
Les prix n'incluent pas la taxe de vente

Une version papier, produit no. 63-002-XPB au catalogue, est publiée mensuellement 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 commandez par téléphone au (613) 951-7277 ou au 1 800 700-1033, par télécopieur au (613) 951-1584 ou au 1 800 889-9734 ou par Internet : order@statcan.ca. Pour tout changement d'adresse, veuillez fournir votre ancienne et votre nouvelle adresse. Vous pouvez aussi vous procurer les publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés, des librairies locales et des bureaux locaux de Statistique Canada.

Normes de service à la clientèle

Statistique Canada s'engage à fournir à ses clients des services rapides, fiables et courtois et dans la langue officielle de leur choix. À cet égard, notre organisme s'est doté de normes de service à la clientèle qui doivent être observées par les employés lorsqu'ils offrent des services à la clientèle. 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

November 1997

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

Ventes et stocks des grands magasins

Novembre 1997

Published by authority of the Minister responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 1998

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

January 1998

Catalogue no. 63-002-XPB, Vol. 62, no. 11

Frequency: Monthly

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1998

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

Janvier 1998

N° 63-002-XPB au catalogue, vol. 62, n° 11

Périodicité : mensuelle

ISSN 0380-7045

Ottawa

Note of appreciation

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

Note de reconnaissance

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

Symbols

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

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

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

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

This publication was prepared under the direction of:

- **F. Maranda**, Director, Distributive Trades Division
- **R. Lussier**, Assistant Director, Distributive Trades Division
- **J. Sear**, Chief, Retail Commodity Section, Distributive Trades Division
- **I. Bess**, 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. Maranda**, directeur, division de la statistique du commerce
- **R. Lussier**, directeur adjoint, division de la statistique du commerce
- **J. Sear**, chef, section des marchandises vendues au détail, division de la statistique du commerce
- **I. Bess**, économiste, section des marchandises vendues 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, 1996-1997	7
2. Major and Discount Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1996-1997	8
3. Major and Discount Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1996-1997	10
4. Number of Major and Discount Department Store Locations, by Province, 1996-1997	12
5. Number of Major and Discount Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1996-1997	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, 1995 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, 1996-1997	7
2. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et d'escomptes, par province, 1996-1997	8
3. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et d'escomptes, selon certaines régions métropolitaines, 1996-1997	10
4. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et d'escomptes, par province, 1996-1997	12
5. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et d'escomptes, selon certaines régions métropolitaines, 1996-1997	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, 1995 à 1997	18

Table of Contents - Concluded**Table des matières - fin****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

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

Text Table**Tableau explicatif**

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

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

Highlights

November 1997

- Department store sales remained virtually unchanged in November. Sales edged up only 0.3% (seasonally adjusted) from October to \$1,370.7 million. November marked the third consecutive month of marginal increases. Sales have generally been on the rise since 1993, except for a leveling off in the latter half of 1995. Since the last half of 1996, consumer spending in department stores had been relatively strong until September of this year.
- The largest year-over-year increases (unadjusted for seasonality) were reported in Alberta (+14.6%), Saskatchewan (+8.6%) and Ontario (+8.3%). Department stores in British Columbia, Yukon and Northwest Territories (+2.2%) and Nova Scotia (+0.9%) posted the smallest year-over-year change in November.

Faits saillants

Novembre 1997

- En novembre, les ventes désaisonnalisées des grands magasins sont demeurées pratiquement inchangées, augmentant de 0.3% (à 1,370.7 millions de dollars) par rapport à octobre. Il s'agit du troisième mois consécutif où des augmentations marginales sont observées. Exception faite d'une pause durant le deuxième semestre de 1995, les ventes des grands magasins ont généralement augmenté depuis la fin de 1993. Depuis le deuxième semestre de 1996, les dépenses des consommateurs dans ces magasins ont été relativement fortes, et ce jusqu'en septembre de cette année.
- Les hausses annuelles les plus importantes (données non désaisonnalisées) ont été celles de l'Alberta (+14.6%), de la Saskatchewan (+8.6%) et de l'Ontario (+8.3%). La Colombie-Britannique (y compris le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest) et la Nouvelle-Écosse ont enregistré les hausses annuelles les plus faibles (+2.2% et +0.9%, respectivement).

FOR FURTHER READING

Selected Publications
from Statistics Canada

LECTURES SUGGÉRÉES

Choisies parmi les publications
de Statistique Canada

Title	Catalogue no. N° de 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, 1996-1997

Tableau 1.

Ventes mensuelles des grands magasins, non-désaisonnalisées par rayon, Canada, 1996-1997

No.	Department Rayon	Unadjusted - Non-désaisonnalisées				
		1996		1997		Change
		October Octobre	November Novembre	October Octobre	November Novembre	November 1997/1996 Novembre 1997/1996
		\$'000				
1 Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles						
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	6,864	9,154	8,046	10,223	11.7
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	20,623	23,697	22,568	22,663	-4.4
4	Nursery Equipment - Articles de chambres d'enfants	83,792	93,332	96,330	105,389	12.9
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	10,451	10,543	11,688	11,342	7.6
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	45,192	55,143	52,008	54,681	-0.8
7	7 Lingerie and Women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	17,833	25,161	19,052	25,810	2.6
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	18,857	30,844	24,907	35,920	16.5
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	21,607	25,982	20,863	23,796	-8.4
10	10 Women's hosiery - Bas pour dames	10,824	11,451	13,126	12,527	9.4
11	11 Women's accessories - Articles de parure pour dames	18,890	20,431	20,597	21,528	5.4
12	12 Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	18,195	29,599	20,434	27,995	-5.4
13	13 Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	31,460	40,369	39,868	44,327	9.8
14	14 Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	25,080	35,954	30,316	40,112	11.6
15	15 Boy's clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	85,540	133,854	98,693	140,065	4.6
16	16 Men's and boy's footwear - Chaussures pour hommes et garçons	18,162	24,534	20,208	25,484	3.9
17	17 Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	17,314	26,591	18,235	24,560	-7.6
18	18 Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	60,731	58,185	64,137	70,029	20.4
19	19 Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	120,314	142,561	136,416	161,346	13.2
20	20 Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	7,765	9,607	8,776	10,547	9.8
21	21 Linen - Linges de maison	17,884	18,305	16,780	19,100	4.3
22	22 Luggage - Bagages	53,299	62,124	64,627	72,495	16.7
23	23 China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	3,768	5,135	4,498	5,236	2.0
24	24 Floor coverings - Revêtements de plancher	14,034	19,817	17,147	23,732	19.8
25	25 Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	10,388	12,214	11,342	14,271	16.8
26	26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	11,023	11,312	10,605	11,659	3.1
27	27 Furniture - Meubles	9,461	12,491	10,278	10,946	-12.4
28	28 Major appliances - Gros appareils ménagers	37,042	42,050	40,707	46,923	11.6
29	29 Home entertainment equipment (T.V., stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)	42,163	46,462	45,312	51,092	10.0
30	30 Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	67,816	107,235	80,290	130,136	21.4
31	31 Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.	61,228	77,605	73,125	92,147	18.7
32	32 Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	31,791	43,820	36,301	44,888	2.4
33	33 Jewellery - Bijouterie	19,619	34,070	22,569	35,876	5.3
34	34 Toys and games - Jouets et jeux	72,057	122,892	78,355	123,231	0.3
35	35 Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques	19,652	27,043	20,507	24,151	-10.7
36	36 Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	25,618	39,946	26,779	38,809	-2.8
37	37 Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	24,064	27,794	27,934	27,992	0.7
38	38 Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	19,009	24,005	20,136	23,994	--
39	39 Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'œuvre)	26,860	28,499	28,941	29,214	2.5
40	40 All other departments (includes gifts and seasonal) ¹ - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers) ¹	59,132	96,000	64,717	95,905	-0.1
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL- TOUS LES RAYONS	1,265,400	1,665,810	1,427,217	1,790,141	7.5

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, 1996-1997

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	1996 October	555,598	x	x	x	x
2	November	723,421	x	x	x	x
3	January-November	5,406,046	x	x	x	x
4	1997 October	x	x	x	x	x
5	November	x	x	x	x	x
6	January-November	x	x	x	x	x
Percentage change						
7	November 1997/1996	x	x	x	x	x
8	January-November 1997/1996	x	x	x	x	x
	Discount department stores					
9	1996 October	709,803	x	x	x	x
10	November	942,388	x	x	x	x
11	January-November	6,772,855	x	x	x	x
12	1997 October	x	x	x	x	x
13	November	x	x	x	x	x
14	January-November	x	x	x	x	x
Percentage change						
15	November 1997/1996	x	x	x	x	x
16	January-November 1997/1996	x	x	x	x	x
	Total, all department stores					
17	1996 October	1,265,400	24,938	43,410	32,705	232,490
18	November	1,665,810	35,363	62,753	46,453	285,903
19	January-November	12,178,900	229,050	389,751	294,567	2,271,202
20	1997 October	1,427,217	28,204	46,696	36,656	262,652
21	November	1,790,141	37,530	63,287	48,103	306,801
22	January-November	13,421,204	250,068	419,716	316,270	2,471,434
Percentage change						
23	November 1997/1996	7.5	6.1	0.9	3.6	7.3
24	January-November 1997/1996	10.2	9.2	7.7	7.4	8.8

² See footnote at end of tables.

Tableau 2.

Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et d'escomptes, par province, 1996-1997

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia ² Colombie-Britannique ²	Genre de grand magasin	Nº
\$'000						
					Grands magasins traditionnels	
x	x	x	x	x	1996 Octobre	1
x	x	x	x	x	Novembre	2
x	x	x	x	x	Janvier-novembre	3
x	x	x	x	x	1997 Octobre	4
x	x	x	x	x	Novembre	5
x	x	x	x	x	Janvier-novembre	6
					Variation en pourcentage	
x	x	x	x	x	Novembre 1997/1996	7
x	x	x	x	x	Janvier-novembre 1997/1996	8
					Grands magasins d'escomptes	
x	x	x	x	x	1996 Octobre	9
x	x	x	x	x	Novembre	10
x	x	x	x	x	Janvier-novembre	11
x	x	x	x	x	1997 Octobre	12
x	x	x	x	x	Novembre	13
x	x	x	x	x	Janvier-novembre	14
					Variation en pourcentage	
x	x	x	x	x	Novembre 1997/1996	15
x	x	x	x	x	Janvier-novembre 1997/1996	16
					Ensemble des grands magasins	
525,657	53,892	40,112	137,430	174,767	1996 Octobre	17
715,332	70,214	52,704	175,864	221,224	Novembre	18
5,049,956	520,538	390,934	1,335,092	1,697,809	Janvier-novembre	19
591,301	59,791	45,908	164,998	191,012	1997 Octobre	20
774,831	74,807	57,256	201,476	226,050	Novembre	21
5,625,177	558,084	436,136	1,519,113	1,825,207	Janvier-novembre	22
					Variation en pourcentage	
8.3	6.5	8.6	14.6	2.2	Novembre 1997/1996	23
11.4	7.2	11.6	13.8	7.5	Janvier-novembre 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, 1996-1997

No.	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal	\$'000
Major department stores							
1	1996 October	x		x	x	x	x
2	November	x	x	x	x	x	x
3	January-November	x	x	x	x	x	x
4	1997 October	x	x	x	x	x	x
5	November	x	x	x	x	x	x
6	January-November	x	x	x	x	x	x
Percentage change							
7	November 1997/1996	x	x	x	x	x	x
8	January-November 1997/1996	x	x	x	x	x	x
Discount department stores							
9	1996 October	x	x	x	x	x	x
10	November	x	x	x	x	x	x
11	January-November	x	x	x	x	x	x
12	1997 October	x	x	x	x	x	x
13	November	x	x	x	x	x	x
14	January-November	x	x	x	x	x	x
Percentage change							
15	November 1997/1996	x	x	x	x	x	x
16	January-November 1997/1996	x	x	x	x	x	x
Total, all department stores							
17	1996 October	52,917	52,814	22,682	36,308	127,547	
18	November	66,386	67,720	33,045	50,859	156,595	
19	January-November	509,437	510,797	201,025	348,532	1,235,232	
20	1997 October	62,894	61,246	24,750	40,075		x
21	November	76,656	75,282	34,351	53,591		x
22	January-November	584,360	574,659	222,388	376,767		x
Percentage change							
23	November 1997/1996	15.5	11.2	4.0	5.4		x
24	January-November 1997/1996	14.7	12.5	10.6	8.1		x

Tableau 3.

Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et d'escomptes, selon certaines régions métropolitaines, 1996-1997

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin		N°	
\$'000								
x	x	x	x	x	1996	Octobre	1	
x	x	x	x	x	1996	Novembre	2	
x	x	x	x	x	1996	Janvier-novembre	3	
x	x	x	x	x	1997	Octobre	4	
x	x	x	x	x	1997	Novembre	5	
x	x	x	x	x	1997	Janvier-novembre	6	
Variation en pourcentage								
x	x	x	x	x	x	Novembre 1997/1996	7	
x	x	x	x	x	x	Janvier-novembre 1997/1996	8	
Grands magasins d'escomptes								
x	x	x	x	x	x	1996	Octobre	9
x	x	x	x	x	x	1996	Novembre	10
x	x	x	x	x	x	1996	Janvier-novembre	11
x	x	x	x	x	x	1997	Octobre	12
x	x	x	x	x	x	1997	Novembre	13
x	x	x	x	x	x	1997	Janvier-novembre	14
Variation en pourcentage								
x	x	x	x	x	x	Novembre 1997/1996	15	
x	x	x	x	x	x	Janvier-novembre 1997/1996	16	
Ensemble des grands magasins								
55,913	26,303	198,400	90,819	45,974	1996	Octobre	17	
73,162	30,791	264,305	113,928	59,748	1996	Novembre	18	
539,336	256,875	1,916,193	880,006	444,254	1996	Janvier-novembre	19	
63,831	30,101	228,938	x	x	1997	Octobre	20	
79,512	36,027	296,674	x	x	1997	Novembre	21	
599,859	274,861	2,173,474	x	x	1997	Janvier-novembre	22	
Variation en pourcentage								
8.7	17.0	12.2	x	x	x	Novembre 1997/1996	23	
11.2	7.0	13.4	x	x	x	Janvier-novembre 1997/1996	24	

Table 4.**Number of Major and Discount Department Store Locations, by Province, 1996-1997**

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. - nbre										
Major department stores										
1	1996 October	300	2	1	10	5	57			
2	November	300	2	1	10	5	57			
3	1997 October	294	2	1	10	5	56			
4	November	292	2	1	10	5	56			
Discount department stores										
5	1996 October	558	15	4	32	24	93			
6	November	560	15	4	32	24	94			
7	1997 October	565	15	4	31	24	98			
8	November	566	15	4	31	24	98			
Total, all department stores										
9	1996 October	858	17	5	42	29	150			
10	November	860	17	5	42	29	151			
11	1997 October	859	17	5	41	29	154			
12	November	858	17	5	41	29	154			

Table 5.**Number of Major and Discount Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1996-1997**

No.	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal	No. - nbre
Major department stores							
1	1996 October	10	17	6	11	31	
2	November	13	17	6	11	31	
3	1997 October	13	16	6	11	30	
4	November	13	16	6	11	30	
Discount department stores							
5	1996 October	16	18	12	16	36	
6	November	16	18	12	16	36	
7	1997 October	17	18	12	15	37	
8	November	17	18	12	15	37	
Total, all department stores							
9	1996 October	26	35	18	27	67	
10	November	29	35	18	27	67	
11	1997 October	30	34	18	26	67	
12	November	30	34	18	26	67	

² See footnote at end of tables.

Tableau 4.**Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et d'escomptes, par province, 1996-1997**

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia ² Colombie-Britannique ²	Genre de grand magasin			N°
					No. - nbre	Grands magasins traditionnels	Grands magasins d'escomptes	
117	13	9	42	44	1996	Octobre		1
117	13	9	42	44	1997	Novembre		2
113	13	9	41	44	1997	Octobre		3
111	13	9	41	44	1997	Novembre		4
							Ensemble des grands magasins	
230	19	23	53	65	1996	Octobre		5
231	19	23	53	65	1997	Novembre		6
231	19	22	56	65	1997	Octobre		7
231	19	22	56	66	1997	Novembre		8
							Ensemble des grands magasins	
347	32	32	95	109	1996	Octobre		9
348	32	32	95	109	1996	Novembre		10
344	32	31	97	109	1997	Octobre		11
342	32	31	97	110	1997	Novembre		12

Tableau 5.**Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et d'escomptes, selon certaines régions métropolitaines, 1996-1997**

Ottawa-Hull	Québec	Toronto	Vancouver	Winnipeg	Genre de grand magasin			N°
					No. - nbre	Grands magasins traditionnels	Grands magasins d'escomptes	
12	8	48	24	12	1996	Octobre		1
12	8	48	24	12	1997	Novembre		2
12	8	47	25	12	1997	Octobre		3
12	8	46	25	12	1997	Novembre		4
							Ensemble des grands magasins	
24	6	63	22	13	1996	Octobre		5
24	6	64	22	13	1996	Novembre		6
25	8	65	21	13	1997	Octobre		7
25	8	65	21	13	1997	Novembre		8
							Ensemble des grands magasins	
36	14	111	46	25	1996	Octobre		9
36	14	112	46	25	1996	Novembre		10
37	16	112	46	25	1997	Octobre		11
37	16	111	46	25	1997	Novembre		12

² Voir note à la fin des tableaux.

Table 6.

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

January-November

No.	Department	Janvier-novembre		Change 1997/1996
		1996	1997	
	Rayon	\$'000	%	Variation 1997/1996
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	81,742	96,117	17.6
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	112,355	119,064	6.0
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	865,694	928,673	7.3
4	Nursery Equipment - Articles de chambres d'enfants	111,099	123,835	11.5
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	409,417	403,183	-1.5
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	180,504	195,578	8.4
7	Lingerie and Women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	191,308	234,543	22.6
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	247,812	241,010	-2.7
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	134,392	148,444	10.5
10	Women's hosiery - Bas pour dames	157,077	162,937	3.7
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	155,047	171,711	10.7
12	Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	276,763	317,389	14.7
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	201,799	222,710	10.4
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	842,034	938,599	11.5
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	174,977	198,231	13.3
16	Men's and boy's footwear - Chaussures pour hommes et garçons	157,266	164,918	4.9
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	469,759	538,056	14.5
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	1,208,027	1,370,229	13.4
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	81,430	90,242	10.8
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	154,188	150,345	-2.5
21	Linen - Linges de maison	515,849	581,752	12.8
22	Luggage - Bagages	47,347	51,551	8.9
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	146,527	153,615	4.8
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	101,052	110,345	9.2
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	98,235	112,016	14.0
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	87,579	96,158	9.8
27	Furniture - Meubles	390,714	427,084	9.3
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	426,384	467,418	9.6
29	Home entertainment equipment (T.V., stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)	608,592	717,333	17.9
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	611,486	705,793	15.4
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.	393,634	437,174	11.1
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction
33	Jewellery - Bijouterie	202,410	232,728	15.0
34	Toys and games - Jouets et jeux	442,361	493,123	11.5
35	Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques	285,643	290,280	1.6
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	315,224	330,296	4.8
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	191,960	209,815	9.3
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	198,080	209,047	5.5
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'œuvre)	258,119	264,223	2.4
40	All other departments (includes gifts and seasonal) ¹ - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers) ¹	645,013	715,637	10.9
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL- TOUS LES RAYONS	12,178,900	13,421,204	10.2

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

Tableau 6.

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

Janvier-novembre

No.	Department	Janvier-novembre		Change 1997/1996
		1996	1997	
	Rayon	\$'000	%	Variation 1997/1996
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	81,742	96,117	17.6
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	112,355	119,064	6.0
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	865,694	928,673	7.3
4	Nursery Equipment - Articles de chambres d'enfants	111,099	123,835	11.5
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	409,417	403,183	-1.5
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	180,504	195,578	8.4
7	Lingerie and Women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	191,308	234,543	22.6
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	247,812	241,010	-2.7
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	134,392	148,444	10.5
10	Women's hosiery - Bas pour dames	157,077	162,937	3.7
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	155,047	171,711	10.7
12	Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	276,763	317,389	14.7
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	201,799	222,710	10.4
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	842,034	938,599	11.5
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	174,977	198,231	13.3
16	Men's and boy's footwear - Chaussures pour hommes et garçons	157,266	164,918	4.9
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	469,759	538,056	14.5
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	1,208,027	1,370,229	13.4
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	81,430	90,242	10.8
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	154,188	150,345	-2.5
21	Linen - Linges de maison	515,849	581,752	12.8
22	Luggage - Bagages	47,347	51,551	8.9
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	146,527	153,615	4.8
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	101,052	110,345	9.2
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	98,235	112,016	14.0
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	87,579	96,158	9.8
27	Furniture - Meubles	390,714	427,084	9.3
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	426,384	467,418	9.6
29	Home entertainment equipment (T.V., stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)	608,592	717,333	17.9
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	611,486	705,793	15.4
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.	393,634	437,174	11.1
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction
33	Jewellery - Bijouterie	202,410	232,728	15.0
34	Toys and games - Jouets et jeux	442,361	493,123	11.5
35	Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques	285,643	290,280	1.6
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	315,224	330,296	4.8
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	191,960	209,815	9.3
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	198,080	209,047	5.5
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'œuvre)	258,119	264,223	2.4
40	All other departments (includes gifts and seasonal) ¹ - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers) ¹	645,013	715,637	10.9
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL- TOUS LES RAYONS	12,178,900	13,421,204	10.2

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		Discount	
	Total		Major		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	2,180,058	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**

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	5,132,860	-1.1
February - Février	4,801,254	4.3	5,174,519	0.8
March - Mars	5,300,636	4.9	5,314,671	2.7
April - Avril	4,877,944	-5.8	4,794,127	-9.8
May - Mai	4,831,451	-4.8	4,854,973	1.3
June - Juin	4,496,015	-5.9	4,779,736	-1.5
July - Juillet	4,580,603	-4.3	4,859,125	1.7
August - Août	4,865,971	-2.4	4,922,815	1.3
September - Septembre	5,149,768	-4.0	4,922,954	-
October - Octobre	5,695,725	-5.0	4,911,319	-0.2
November - Novembre	6,157,898	-0.8	5,109,602	4.0
December - Décembre	4,789,334	-0.7	5,166,974	1.1
1995				
January - Janvier	4,502,072	2.4	5,225,573	1.1
February - Février	4,875,118	1.5	5,245,137	0.4
March - Mars	5,246,065	-1.0	5,254,978	0.2
April - Avril	5,347,295	9.6	5,276,080	0.4
May - Mai	5,325,050	10.2	5,380,590	2.0
June - Juin	5,118,415	13.8	5,459,411	1.5
July - Juillet	5,141,772	12.3	5,473,985	0.3
August - Août	5,587,846	14.8	5,669,328	3.6
September - Septembre	6,079,358	18.1	5,836,526	2.9
October - Octobre	6,574,355	15.4	5,694,675	-2.4
November - Novembre	6,795,231	10.3	5,643,607	-0.9
December - Décembre	5,219,623	9.0	5,652,305	0.2
1996				
January - Janvier	4,971,457	10.4	5,744,263	1.6
February - Février	5,311,083	8.9	5,702,416	-0.7
March - Mars	5,736,731	9.4	5,727,665	0.4
April - Avril	5,873,613	9.8	5,792,536	1.1
May - Mai	5,731,287	7.6	5,784,168	-0.1
June - Juin	5,461,376	6.7	5,810,042	0.4
July - Juillet	5,438,351	5.8	5,778,476	-0.5
August - Août	5,506,690	-1.5	5,569,091	-3.6
September - Septembre	5,909,923	-2.8	5,657,969	1.6
October - Octobre	6,573,776	-	5,686,667	0.5
November - Novembre	6,878,885	1.2	5,704,375	0.3
December - Décembre	5,225,080	0.1	5,660,579	-0.8
1997				
January - Janvier	5,009,803	0.8	5,761,294	1.8
February - Février	5,387,577	1.4	5,776,264	0.3
March - Mars	5,850,874	2.0	5,838,612	1.1
April - Avril	5,974,355	1.7	5,892,830	0.9
May - Mai	5,994,082	4.6	5,997,995	1.8
June - Juin	5,635,466	3.2	5,958,047	-0.7
July - Juillet	5,617,470	3.3	5,954,139	-0.1
August - Août	5,866,215	6.5	5,955,318	-
September - Septembre	6,304,038	6.7	6,038,267	1.4
October - Octobre	7,047,690	7.2	6,121,946	1.4
November - Novembre	7,620,342	10.8	6,292,880	2.8

Tableau 8.

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

Table 9.**Department Store Monthly Sales, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1994 to 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	1,018,749	-5.1
February - Février	752,560	8.9	1,154,555	13.3
March - Mars	967,582	11.8	1,174,456	1.7
April - Avril	999,691	-0.3	1,076,062	-8.4
May - Mai	1,022,975	-1.6	1,092,922	1.6
June - Juin	1,067,381	7.0	1,104,871	1.1
July - Juillet	945,816	0.4	1,098,628	-0.6
August - Août	1,087,707	11.7	1,143,621	4.1
September - Septembre	1,014,377	-2.7	1,063,668	-7.0
October - Octobre	1,149,620	3.4	1,115,395	4.9
November - Novembre	1,435,457	6.8	1,121,690	0.6
December - Décembre	2,189,631	5.6	1,134,336	1.1
1995				
January - Janvier	714,635	7.3	1,124,782	-0.8
February - Février	722,854	-3.9	1,102,963	-1.9
March - Mars	953,009	-1.5	1,137,182	3.1
April - Avril	1,043,974	4.4	1,139,182	0.2
May - Mai	1,110,195	8.5	1,156,287	1.5
June - Juin	1,142,457	7.0	1,175,356	1.6
July - Juillet	1,002,857	6.0	1,167,674	-0.7
August - Août	1,137,864	4.6	1,178,316	0.9
September - Septembre	1,118,589	10.3	1,164,844	-1.1
October - Octobre	1,176,277	2.3	1,169,024	0.4
November - Novembre	1,536,861	7.1	1,166,789	-0.2
December - Décembre	2,180,058	-0.4	1,157,225	-0.8
1996				
January - Janvier	762,857	6.7	1,176,856	1.7
February - Février	804,443	11.3	1,172,941	-0.3
March - Mars	973,739	2.2	1,169,111	-0.3
April - Avril	1,056,567	1.2	1,178,110	0.8
May - Mai	1,157,534	4.3	1,187,275	0.8
June - Juin	1,147,332	0.4	1,192,138	0.4
July - Juillet	1,019,487	1.7	1,199,798	0.6
August - Août	1,199,652	5.4	1,214,672	1.2
September - Septembre	1,126,079	0.7	1,221,382	0.6
October - Octobre	1,265,400	7.6	1,231,121	0.8
November - Novembre	1,665,810	8.4	1,254,705	1.9
December - Décembre	2,267,930	4.0	1,248,716	-0.5
1997				
January - Janvier	822,810	7.9	1,253,906	0.4
February - Février	846,452	5.2	1,281,007	2.2
March - Mars	1,084,684	11.4	1,290,477	0.7
April - Avril	1,154,208	9.2	1,294,799	0.3
May - Mai	1,291,636	11.6	1,311,603	1.3
June - Juin	1,253,570	9.3	1,319,865	0.6
July - Juillet	1,146,250	12.4	1,341,484	1.6
August - Août	1,336,324	11.4	1,363,427	1.6
September - Septembre	1,267,912	12.6	1,367,010	0.3
October - Octobre	1,427,217	12.8	1,367,166	-
November - Novembre	1,790,141	7.5	1,370,714	0.3

Tableau 9.**Ventes mensuelles des grands magasins, non-désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1994 à 1997**

Table 10.

**Department Stores' Month-end Accounts
Receivable³, Unadjusted and Seasonally Adjusted,
Canada, 1995 to 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	2,187,597	-16.8	-22.1			
March - Mars	3,149,391	2,739,394	2,035,549	-7.0	-25.7			
April - Avril	3,181,695	2,587,531	2,152,482	5.7	-16.8			
May - Mai	3,226,237	2,615,398	2,227,944	3.5	-14.8			
June - Juin	3,224,406	2,591,503	2,245,391	0.8	-13.4			
July - Juillet	3,214,301	2,453,598	2,230,599	-0.7	-9.1			
August - Août	3,311,488	2,526,688	2,262,735	1.4	-10.4			
September - Septembre	3,356,168	2,587,304	2,301,922	1.7	-11.0			
October - Octobre	3,337,668	2,625,523	2,262,846	-1.7	-13.8			
November - Novembre	3,415,937	2,625,596	2,511,818	11.0	-4.3			
December - Décembre	3,187,204	3,077,137						
\$'000'000								
Seasonally adjusted - Désaisonnalisés								
January - Janvier	3,302	2,800	2,486	-7.2	-11.2			
February - Février	3,312	2,801	2,287	-8.0	-18.3			
March - Mars	3,297	2,856	2,175	-4.9	-23.8			
April - Avril	3,330	2,770	2,307	6.1	-16.7			
May - Mai	3,365	2,738	2,321	0.6	-15.2			
June - Juin	3,329	2,684	2,332	0.5	-13.1			
July - Juillet	3,367	2,611	2,331	—	-10.7			
August - Août	3,368	2,592	2,307	-1.0	-11.0			
September - Septembre	3,362	2,577	2,279	-1.2	-11.6			
October - Octobre	3,270	2,562	2,251	-1.2	-12.1			
November - Novembre	3,294	2,525	2,387	6.0	-5.5			
December - Décembre	2,774	2,679						

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 outstanding of acceptance companies which are associated exclusively with them.

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

Tableau 10.

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

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 Distributive Trades 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 most recent months of 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 la statistique du commerce. 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 des données sur les ventes par rayon du plus

current year, and those for the corresponding months of the previous year, on the sales by department. The total stocks and 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 years 1994, 1995 and 1996, 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 Distributive Trades Division's statistical survey program in general, please contact the Retail Commodity Section, Distributive Trades 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). Then, in the publication itself, the information is withheld on this 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

récents mois de l'année courante, et celles pour les mois correspondants de l'année précédente. Le total des inventaires et 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 les années 1994, 1995 et 1996, ainsi que des totalisations sur les parts de marché détenues par les grands magasins par province et selon certaines régions métropolitaines paraissent également. De plus, des statistiques sur le nombre de points de vente et 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 défini 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 la statistique du commerce en général, communiquer avec la Section des marchandises vendues au détail, Division de la statistique du commerce, 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). Par la suite, l'information concernant ces cellules est dissimulée en inscrivant un "X" aux différents postes 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

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.

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

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.

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

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.

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 revisées 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-ARMMI/88*, par Estelle Bee Dagum, Statistique Canada.

Appendix II

List of Department Store Organizations

Major Department Store Organizations

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

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

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

Discount Department Store Organizations

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

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

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

Appendice II

Liste des organisations de grands magasins

Organisations de grands magasins traditionnels

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

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

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

Organisations de grands magasins d'escompte

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

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

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

Text Table I.

Measures of Reliability, Department Stores, Canada, November 1997

Tableau explicatif I.

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

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

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

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

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

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

Perspectives on Labour and Income...

... your window onto critical issues and pertinent trends in the workplace!

Dramatic shifts and new challenges are now facing Canadian business professionals. Never before has it been so difficult to stay on top of changing labour market trends. Now, more than ever, you need a dependable resource to give you accurate, timely and complete information — straight from the source.

Turn to *Perspectives on Labour and Income* ... your comprehensive journal from Statistics Canada!

A topical quarterly journal, *Perspectives* will keep you up-to-date on current labour market trends and save you hours of research time by giving you the information you need to:

- ▶ anticipate significant developments;
- ▶ evaluate labour conditions;
- ▶ plan new programs or services;
- ▶ formulate proposals; and
- ▶ prepare reports that support your organization's policies.

Compiled from data obtained from Statistics Canada surveys and administrative sources so you can rely on its accuracy, *Perspectives* detailed information helps you make informed decisions on complex labour issues.

As a special feature, at mid-year and end-of-year, a *Labour Market Review* is included, giving you valuable intelligence into the labour market's performance.

Subscribe to *Perspectives on Labour and Income* today!

Become a subscriber to *Perspectives on Labour and Income* (cat. no. 75-001-XPE) for only \$58 in Canada (plus GST and PST or HST where applicable) and US\$58 outside Canada. To order:

CALL toll-free 1-800-267-6677

FAX toll-free 1-800-889-9734

MAIL to

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

INTERNET order@statcan.ca

Want to know more? Contact the Statistics Canada Reference Centre nearest you or visit our web site www.statcan.ca.

L'emploi et en perspective

... pour comprendre les enjeux et les tendances du marché du travail!

Des changements importants et de nouveaux défis sont au menu pour les gens d'affaires. Jamais n'a-t-il été si difficile de suivre l'évolution du marché du travail. D'où l'absolue nécessité de vous renseigner à la source pour obtenir des renseignements exacts, actuels et complets.

Statistique Canada vous propose sa revue détaillée, *L'emploi et le revenu en perspective*.

Tous les trimestres, vous pourrez comprendre les tendances observées dans le marché du travail et consacrer moins de temps à la recherche, en consultant les renseignements dont vous avez besoin pour :

- ▶ prévoir les changements importants;
- ▶ évaluer la situation du marché du travail;
- ▶ planifier de nouveaux programmes ou services;
- ▶ formuler des recommandations;
- ▶ rédiger des rapports appuyant les politiques de votre organisation.

L'emploi et le revenu en perspective s'appuie sur les données de nombreuses enquêtes de Statistique Canada et de diverses sources administratives. Son contenu détaillé vous permet de prendre des décisions éclairées sur les questions complexes qui touchent l'emploi.

De plus, tous les six mois, vous recevrez *Le bilan du marché du travail*, qui renferme des renseignements précieux sur la performance du marché du travail.

**Abonnez-vous aujourd'hui à
L'emploi et le revenu en perspective !**

Un abonnement à *L'emploi et le revenu en perspective* (n° 75-001-XPF au catalogue) coûte seulement 58 \$ par année au Canada (TPS en sus et TVP ou TVH, s'il y a lieu) et 58 \$ US à l'extérieur du Canada.

TÉLÉPHONEZ sans frais au 1-800-267-6677

TÉLÉCOPIEZ sans frais au 1-800-889-9734

POSTEZ votre commande à

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

INTERNET order@statcan.ca

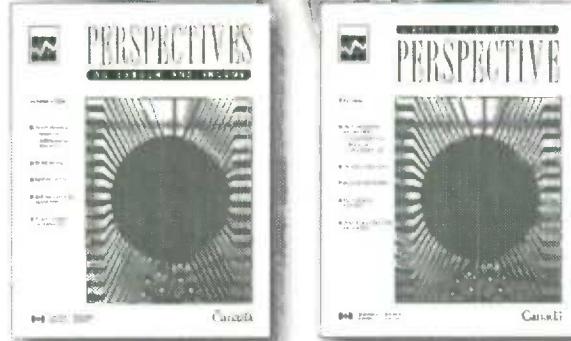
Vous désirez en savoir davantage? Communiquez avec le Centre de consultation de Statistique Canada le plus près de chez vous ou visitez notre site Internet www.statcan.ca.

Ca OOS

STATISTICS CANADA LIBRARY
STATISTICS CANADA LIBRARY



1010255153



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 Mayrs. 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 Myrlam 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/HST, 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, 1-800-267-6677 and use your Visa and MasterCard or fax your order to 1-800-889-9734.



56729007165

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 Mayrs. 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 Myrlam 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/TVH, TVP 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 1-800-267-6677 et portez les frais à votre compte VISA ou MasterCard ou télécopiez votre commande au 1-800-889-9734.