

C3



Catalogue no. 63-002-XPB

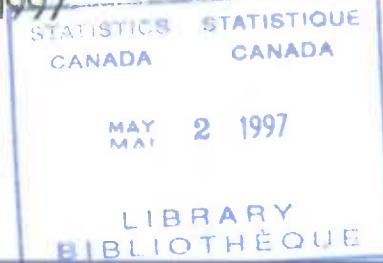
Department store sales and stocks

February 1997

N° 63-002-XPB au catalogue

Ventes et stocks des grands magasins

Février 1997



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

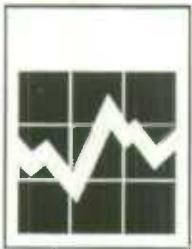
Les prix n'incluent pas la taxe de vente

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

February 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. 2

Frequency: Monthly

ISSN 0380-7045

Ottawa

Note of appreciation

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

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

Ventes et stocks des grands magasins

Février 1997

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° 2

Périodicité : mensuelle

ISSN 0380-7045

Ottawa

Note de reconnaissance

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

Symbols

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or zero.
- amount too small to be expressed.
- 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		Page
Highlights	5	Faits saillants	5
For Further Reading	6	Lectures suggérées	6
Table		Tableau	
1. Department Store Monthly Sales, Unadjusted, by Department, Canada, 1996-1997	7	1. Ventes mensuelles des grands magasins, non-désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1996-1997	7
2. Major and Discount Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Province, 1996-1997	8	2. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et d'escomptes, par province, 1996-1997	8
3. Major and Discount Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1996-1997	10	3. Ventes mensuelles et cumulatives des grands magasins traditionnels et d'escomptes, selon certaines régions métropolitaines, 1996-1997	10
4. Number of Major and Discount Department Store Locations, by Province, 1996-1997	12	4. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels et d'escomptes, par province, 1996-1997	12
5. Number of Major and Discount Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 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 Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1996-1997	14	6. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1996-1997	16
7. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1994 to 1996	15	7. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1994 à 1996	18
8. Department Store Monthly Inventories, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1994 to 1997	16	8. Stocks mensuels des grands magasins, non-désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1994 à 1997	19
9. Department Store Monthly Sales, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1994 to 1997	17	9. Ventes mensuelles des grands magasins, non-désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1994 à 1997	20
10. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1994 to 1997	18	10. Comptes à recevoir, non-désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1994 à 1997	17

Table des matières

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

Tableau explicatif

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

Highlights

February 1997

- Seasonally adjusted department store sales jumped 2.0% from January, reaching \$1,275.9 million. Department store sales have generally followed an upward trend since the end of 1993 except for a pause in the last half of 1995.
- Year-over-year, seasonally adjusted sales were up 7.7% from February 1996. This follows a 6.5% year-over-year increase in January.
- On an unadjusted basis, the year-over-year sales increase was spread among most regions, with the strongest gains registered in Saskatchewan (+8.1%) and Ontario (+7.0%). The gain in Saskatchewan follows a similar year-over-year increase in January, and strong sales growth in 1996 that yielded a 6.4% annual gain from 1995 (the largest annual sales increase of all provinces). New Brunswick experienced a year-over-year decline in February (-1.3%).
- Among the census metropolitan areas (CMAs), Calgary recorded the strongest increase, up 9.8% from February 1996. On the other hand, the Québec City CMA reported a sharp 9.4% decline. There were two fewer stores operating in the Québec CMA compared with February 1996.

Faits saillants

Février 1997

- Les ventes désaisonnalisées des grands magasins se sont accrues de 2.0% par rapport à janvier 1997 pour atteindre 1,275.9 millions de dollars. Depuis la fin de 1993, les ventes des grands magasins suivent une tendance généralement ascendante, à l'exception d'une pause qui est survenue dans la deuxième moitié de 1995.
- En février, l'augmentation annuelle des ventes désaisonnalisées des grands magasins s'est chiffrée à 7.7% et a suivi celle de janvier qui était de 6.5%.
- Sur une base non désaisonnalisée, cette croissance d'une année à l'autre se reflète dans la plupart des régions. Les gains les plus élevés ont été observés en Saskatchewan (+8.1%) et en Ontario (+7.0%). Le gain en Saskatchewan fait suite à une forte augmentation similaire enregistrée en janvier et poursuit la croissance des ventes observée en 1996 qui a atteint 6.4% par rapport à 1995 (la plus forte croissance annuelle des ventes de toutes les provinces). Seul le Nouveau-Brunswick a connu un recul des ventes (-1.3%) par rapport à la même période en 1996.
- Selon les régions métropolitaines de recensement, Calgary domine avec une hausse des ventes de 9.8% comparativement à février 1996. À l'opposé, la ville de Québec a affiché une baisse des ventes de 9.4%. On a enregistré deux magasins de moins dans cette région métropolitaine en comparaison avec février 1996.

FOR FURTHER READING

Selected Publications
from Statistics Canada

LECTURES SUGGÉRÉES

Choisies parmi les publications
de Statistique Canada

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

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.

Nº 11-204-XPF au catalogue, prix Canada: 15 \$, États-Unis: 18 \$ US, et Autres pays: 21 \$ US.

Table 1.

Department Store Monthly Sales, Unadjusted, by Department, Canada, 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 Variation
		January Janvier	February Février	January Janvier	February Février	
		\$'000				%
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	3,695	4,736	3,513	4,201	-11.3
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	8,718	7,193	8,878	6,660	-7.4
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	43,552	51,768	43,509	48,708	-5.9
4	Nursery Equipment - Articles de chambres d'enfants	9,528	9,405	10,762	10,088	7.3
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	23,760	27,413	24,039	26,168	-4.5
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	7,359	9,168	7,829	9,101	-0.7
7	Lingerie and Women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	11,814	12,487	11,232	12,779	2.3
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	15,469	18,714	15,942	18,055	-3.5
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	5,255	6,834	6,011	6,775	-0.9
10	Women's hosiery - Bas pour dames	10,936	10,432	11,363	10,850	4.0
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	8,678	8,303	10,009	7,995	-3.7
12	Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	12,440	13,348	13,805	13,950	4.5
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	11,861	12,546	12,589	12,917	3.0
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	39,991	49,377	44,076	52,829	7.0
15	Boy's clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	7,680	8,600	8,635	8,899	3.5
16	Men's and boy's footwear - Chaussures pour hommes et garçons	7,528	7,937	8,996	8,184	3.1
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	31,396	38,813	35,784	45,630	17.6
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	88,458	98,607	107,421	109,057	10.6
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	6,152	5,388	5,517	5,834	8.3
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	12,896	12,956	13,074	12,737	-1.7
21	Linen - Linges de maison	41,091	34,650	43,412	38,465	11.0
22	Luggage - Bagages	2,476	3,079	2,962	3,358	9.1
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	9,836	8,898	10,131	9,791	10.0
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	7,966	7,151	7,665	7,238	1.2
25	Drapery and furniture coverings - Tentures et housses	7,188	7,321	6,207	7,853	7.3
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	5,511	6,101	7,593	7,401	21.3
27	Furniture - Meubles	28,868	28,236	28,819	29,463	4.3
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	33,896	31,930	34,490	29,475	-7.7
29	Home entertainment equipment (T.V., stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)	39,992	44,520	42,349	50,990	14.5
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	50,851	45,767	51,464	48,709	6.4
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.	20,417	19,339	23,580	22,006	13.8
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	9,277	13,124	10,150	15,257	16.3
33	Jewellery - Bijouterie	16,699	19,591	16,867	24,200	23.5
34	Toys and games - Jouets et jeux	14,519	14,142	15,223	13,386	-5.3
35	Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques	21,418	23,935	24,505	25,365	6.0
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	14,358	11,887	15,725	11,926	0.3
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	16,000	15,461	18,073	15,486	0.2
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	17,061	16,761	16,525	16,844	0.5
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'oeuvre)	38,270	38,526	44,086	37,823	-1.8
40	All other departments (includes gifts and seasonal) ¹ - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers) ¹	762,857	804,443	822,810	846,452	5.2
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, 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 January	337,319	x	x	x	x					
2	February	365,931	x	x	x	x					
3	January-February	703,251	x	x	x	x					
4	1997 January		x	x	x	x					
5	February		x	x	x	x					
6	January-February		x	x	x	x					
Percentage change											
7	February 1997/1996		x	x	x	x					
8	January-February 1997/1996		x	x	x	x					
Discount department stores											
9	1996 January	425,538	x	x	x	x					
10	February	438,511	x	x	x	x					
11	January-February	864,049	x	x	x	x					
12	1997 January		x	x	x	x					
13	February		x	x	x	x					
14	January-February		x	x	x	x					
Percentage change											
15	February 1997/1996		x	x	x	x					
16	January-February 1997/1996		x	x	x	x					
Total, all department stores											
17	1996 January	762,857	13,219	22,020	16,850	145,369					
18	February	804,443	14,029	23,477	17,584	150,285					
19	January-February	1,567,300	27,248	45,497	34,434	295,654					
20	1997 January	822,810	13,958	23,077	17,286	155,468					
21	February	846,452	14,446	24,818	17,351	152,047					
22	January-February	1,669,262	28,404	47,895	34,637	307,516					
Percentage change											
23	February 1997/1996	5.2	3.0	5.7	-1.3	1.2					
24	January-February 1997/1996	6.5	4.2	5.3	0.6	4.0					

* 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	N°
\$'000						
x	x	x	x	x	Grands magasins traditionnels	
x	x	x	x	x	1996 Janvier	1
x	x	x	x	x	1996 Février	2
x	x	x	x	x	1996 Janvier-février	3
x	x	x	x	x	1997 Janvier	4
x	x	x	x	x	1997 Février	5
x	x	x	x	x	1997 Janvier-février	6
Variation en pourcentage						
x	x	x	x	x	Février 1997/1996	7
x	x	x	x	x	Janvier-février 1997/1996	8
Grands magasins d'escomptes						
x	x	x	x	x	1996 Janvier	9
x	x	x	x	x	1996 Février	10
x	x	x	x	x	1996 Janvier-février	11
x	x	x	x	x	1997 Janvier	12
x	x	x	x	x	1997 Février	13
x	x	x	x	x	1997 Janvier-février	14
Variation en pourcentage						
x	x	x	x	x	Février 1997/1996	15
x	x	x	x	x	Janvier-février 1997/1996	16
Ensemble des grands magasins						
318,566	31,894	24,114	82,047	108,778	1996 Janvier	17
333,892	34,063	25,713	89,252	116,147	1996 Février	18
652,458	65,957	49,827	171,300	224,925	1996 Janvier-février	19
343,846	34,464	26,404	90,307	117,999	1997 Janvier	20
357,420	35,976	27,803	95,192	121,398	1997 Février	21
701,266	70,440	54,207	185,500	239,397	1997 Janvier-février	22
Variation en pourcentage						
7.0	5.6	8.1	6.7	4.5	Février 1997/1996	23
7.5	6.8	8.8	8.3	6.4	Janvier-février 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						
1	Major department stores					
1	1996 January	x	x	x	x	x
2	February	x	x	x	x	x
3	January-February	x	x	x	x	x
4	1997 January	x	x	x	x	x
5	February	x	x	x	x	x
6	January-February	x	x	x	x	x
Percentage change						
7	February 1997/1996	x	x	x	x	x
8	January-February 1997/1996	x	x	x	x	x
9	Discount department stores					
9	1996 January	x	x	x	x	x
10	February	x	x	x	x	x
11	January-February	x	x	x	x	x
12	1997 January	x	x	x	x	x
13	February	x	x	x	x	x
14	January-February	x	x	x	x	x
Percentage change						
15	February 1997/1996	x	x	x	x	x
16	January-February 1997/1996	x	x	x	x	x
17	Total, all department stores					
17	1996 January	31,555	31,168	11,477	22,455	78,976
18	February	33,764	34,536	12,216	23,266	82,522
19	January-February	65,319	65,705	23,693	45,722	161,498
20	1997 January	35,349	34,067	12,239	23,455	83,900
21	February	37,089	36,250	13,185	24,450	83,387
22	January-February	72,438	70,317	25,424	47,905	167,287
Percentage change						
23	February 1997/1996	9.8	5.0	7.9	5.1	1.0
24	January-February 1997/1996	10.9	7.0	7.3	4.8	3.6

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	Janvier	1
x	x	x	x	x	1996	Février	2
x	x	x	x	x	1996	Janvier-février	3
x	x	x	x	x	1997	Janvier	4
x	x	x	x	x	1997	Février	5
x	x	x	x	x	1997	Janvier-février	6
Variation en pourcentage							
x	x	x	x	x	x	Février 1997/1996	7
x	x	x	x	x	x	Janvier-février 1997/1996	8
Grands magasins d'escomptes							
x	x	x	x	x	1996	Janvier	9
x	x	x	x	x	1996	Février	10
x	x	x	x	x	1996	Janvier-février	11
x	x	x	x	x	1997	Janvier	12
x	x	x	x	x	1997	Février	13
x	x	x	x	x	1997	Janvier-février	14
Variation en pourcentage							
x	x	x	x	x	x	Février 1997/1996	15
x	x	x	x	x	x	Janvier-février 1997/1996	16
Ensemble des grands magasins							
32,243	16,564	123,289	56,536	27,291	1996	Janvier	17
34,433	17,242	131,373	61,377	29,095	1996	Février	18
66,676	33,807	254,662	117,913	56,386	1996	Janvier-février	19
36,780	16,560	133,326	60,758	29,195	1997	Janvier	20
37,019	15,623	140,985	63,797	30,241	1997	Février	21
73,799	32,183	274,310	124,555	59,436	1997	Janvier-février	22
Variation en pourcentage							
7.5	-9.4	7.3	3.9	3.9	Février 1997/1996		23
10.7	-4.8	7.7	5.6	5.4	Janvier-février 1997/1996		24

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

No.	Type of department store	Canada	Newfoundland Terre-Neuve	Prince Edward Island Île-du-Prince- Édouard	Nova Scotia Nouvelle- Écosse	New Brunswick Nouveau- Brunswick	Québec
No. - nbre							
1	Major department stores						
1	1996 January	304	2	1	11	5	58
2	February	302	2	1	10	5	58
3	1997 January	299	2	1	10	5	57
4	February	299	2	1	10	5	57
5	Discount department stores						
5	1996 January	558	15	4	31	24	93
6	February	558	15	4	31	24	94
7	1997 January	558	15	4	32	24	94
8	February	555	15	4	32	24	94
9	Total, all department stores						
9	1996 January	862	17	5	42	29	151
10	February	860	17	5	41	29	152
11	1997 January	857	17	5	42	29	151
12	February	854	17	5	42	29	151

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						
1	Major department stores					
1	1996 January	13	17	7	11	31
2	February	13	17	6	11	31
3	1997 January	13	17	6	11	31
4	February	13	17	6	11	31
5	Discount department stores					
5	1996 January	15	18	11	16	36
6	February	15	18	11	16	36
7	1997 January	16	18	12	16	36
8	February	16	18	12	15	36
9	Total, all department stores					
9	1996 January	28	35	18	27	67
10	February	28	35	17	27	67
11	1997 January	29	35	18	27	67
12	February	29	35	18	26	67

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						
117	13	10	42	45	Grands magasins traditionnels	1
116	13	10	42	45	1996 Janvier Février	2
116	13	9	42	44	1997 Janvier Février	3
116	13	9	42	44	1997 Janvier Février	4
Grands magasins d'escomptes						
229	22	23	52	65	1996 Janvier Février	5
228	22	23	52	65	1996 Janvier Février	6
230	19	23	53	64	1997 Janvier Février	7
227	19	23	53	64	1997 Janvier Février	8
Ensemble des grands magasins						
346	35	33	94	110	1996 Janvier Février	9
344	35	33	94	110	1996 Janvier Février	10
346	32	32	95	108	1997 Janvier Février	11
343	32	32	95	108	1997 Janvier Février	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						
12	8	49	25	12	Grands magasins traditionnels	1
12	8	48	25	12	1996 Janvier Février	2
12	8	47	24	12	1997 Janvier Février	3
12	8	47	24	12	1997 Janvier Février	4
Grands magasins d'escomptes						
21	8	63	22	16	1996 Janvier Février	5
21	8	63	22	16	1996 Janvier Février	6
24	6	63	21	13	1997 Janvier Février	7
24	6	63	21	13	1997 Janvier Février	8
Ensemble des grands magasins						
33	16	112	47	28	1996 Janvier Février	9
33	16	111	47	28	1996 Janvier Février	10
36	14	110	45	25	1997 Janvier Février	11
36	14	110	45	25	1997 Janvier Février	12

Voir note à la fin des tableaux.

Table 6.

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

January-February

No.	Department	Janvier-février		Change 1997/1996
		1996	1997	
	Rayon	\$'000		%
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	8,431	7,713	-8.5
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	15,911	15,538	-2.3
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	95,320	92,217	-3.3
4	Nursery Equipment - Articles de chambres d'enfants	18,933	20,850	10.1
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	51,173	50,206	-1.9
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	16,527	16,930	2.4
7	Lingerie and Women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	24,301	24,011	-1.2
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	34,183	33,996	-0.5
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	12,088	12,787	5.8
10	Women's hosiery - Bas pour dames	21,368	22,213	4.0
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	16,981	18,004	6.0
12	Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	25,788	27,755	7.6
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	24,408	25,506	4.5
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	89,368	96,905	8.4
15	Boy's clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	16,280	17,534	7.7
16	Men's and boy's footwear - Chaussures pour hommes et garçons	15,464	17,180	11.1
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	70,209	81,414	16.0
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	187,065	216,478	15.7
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	11,540	11,350	-1.6
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	25,852	25,812	-0.2
21	Linen - Linges de maison	75,741	81,877	8.1
22	Luggage - Bagages	5,555	6,320	13.8
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	18,733	19,922	6.3
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	15,117	14,903	-1.4
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	14,509	14,060	-3.1
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	11,612	14,995	29.1
27	Furniture - Meubles	57,104	58,282	2.1
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	65,826	63,965	-2.8
29	Home entertainment equipment (T.V., stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)	84,512	93,339	10.4
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	96,618	100,173	3.7
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.	39,756	45,587	14.7
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction
33	Jewellery - Bijouterie	22,401	25,407	13.4
34	Toys and games - Jouets et jeux	36,290	41,068	13.2
35	Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques	28,661	28,609	-0.2
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	45,353	49,871	10.0
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	26,245	27,651	5.4
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	31,461	33,559	6.7
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'œuvre)	33,823	33,369	-1.5
40	All other departments (includes gifts and seasonal) ¹ - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers) ¹	76,796	81,909	6.7
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL- TOUS LES RAYONS	1,567,300	1,669,262	6.5

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-février

No.	Department	Janvier-février		Variation 1997/1996
		1996	1997	
	Rayon	\$'000		%
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	8,431	7,713	-8.5
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	15,911	15,538	-2.3
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	95,320	92,217	-3.3
4	Nursery Equipment - Articles de chambres d'enfants	18,933	20,850	10.1
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	51,173	50,206	-1.9
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	16,527	16,930	2.4
7	Lingerie and Women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	24,301	24,011	-1.2
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	34,183	33,996	-0.5
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	12,088	12,787	5.8
10	Women's hosiery - Bas pour dames	21,368	22,213	4.0
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	16,981	18,004	6.0
12	Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	25,788	27,755	7.6
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	24,408	25,506	4.5
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	89,368	96,905	8.4
15	Boy's clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	16,280	17,534	7.7
16	Men's and boy's footwear - Chaussures pour hommes et garçons	15,464	17,180	11.1
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	70,209	81,414	16.0
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	187,065	216,478	15.7
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	11,540	11,350	-1.6
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	25,852	25,812	-0.2
21	Linen - Linges de maison	75,741	81,877	8.1
22	Luggage - Bagages	5,555	6,320	13.8
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	18,733	19,922	6.3
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	15,117	14,903	-1.4
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	14,509	14,060	-3.1
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	11,612	14,995	29.1
27	Furniture - Meubles	57,104	58,282	2.1
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	65,826	63,965	-2.8
29	Home entertainment equipment (T.V., stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)	84,512	93,339	10.4
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	96,618	100,173	3.7
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.	39,756	45,587	14.7
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction
33	Jewellery - Bijouterie	22,401	25,407	13.4
34	Toys and games - Jouets et jeux	36,290	41,068	13.2
35	Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques	28,661	28,609	-0.2
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	45,353	49,871	10.0
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	26,245	27,651	5.4
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	31,461	33,559	6.7
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'œuvre)	33,823	33,369	-1.5
40	All other departments (includes gifts and seasonal) ¹ - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers) ¹	76,796	81,909	6.7
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL- TOUS LES RAYONS	1,567,300	1,669,262	6.5

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	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**

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	0.5
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	4,695,245	-16.7
February - Février	3,670,183	-30.9	4,020,136	-14.4
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	1,250,982	0.8
February - Février	846,452	5.2	1,275,904	2.0
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	2,187,597	-16.8	-22.1
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	2,489	-9.3	-11.8
February - Février	3,263	2,850	2,251	-9.6	-21.0
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

Appendice I

I. DEFINITIONS

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

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

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

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

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

CHAMP DE L'ENQUÊTE

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

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

Cette publication mensuelle présente les derniers résultats de l'enquête, incluant les données pour les deux plus récents mois

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

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

II. DATA QUALITY AND METHODOLOGY

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

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

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

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

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

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

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

II. QUALITÉ DES DONNÉES ET MÉTHODOLOGIE

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

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

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

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

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.

cell.

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

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

SEASONAL ADJUSTMENT

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

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

EXPLANATORY NOTES

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

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores,

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

i.e., those in operation in both of the periods being compared.

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

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

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

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

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

Note to Users

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

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

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

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

ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

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

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

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

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

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

Note aux utilisateurs

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

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

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

³ Pour de plus amples informations voir La méthode de désaisonnalisation X-11-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,
February 1997**

Tableau explicatif I.

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

	Response rate ¹		Response fraction ² Fraction de réponse ³	
	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.

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), US\$58 outside Canada. To order:

CALL toll-free 1-800-287-8877

FAX toll-free 1-800-888-8734

MAIL to

Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management,
128 Portside 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 le revenu 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 recevez *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* (cat. no. 75-001-XPF au catalogue) coûte seulement 68 \$ par année en Canada (TPS en sus et TVP, si il y a lieu), 68 \$ US à l'extérieur du Canada.

TELEPHONEZ sans frais au 1-800-287-8877

TELECOPIEZ sans frais au 1-800-888-8734

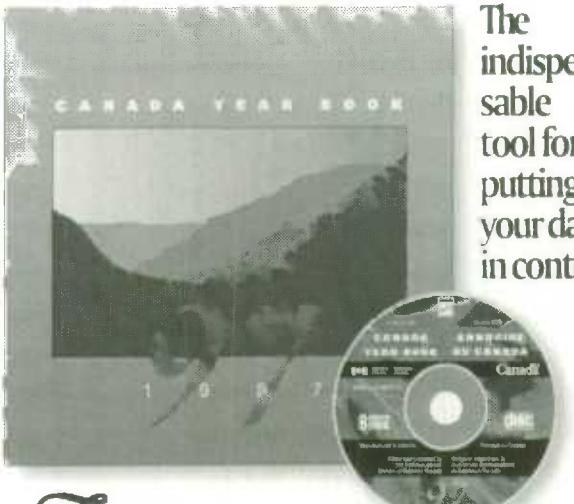
POSTEZ votre commande à

Statistique Canada, Division des opérations et de l'intégration, Gestion de la circulation, 128, avenue Portside, 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

Canada Year Book 1997



The indispensable tool for putting your data in context

In the publication you are reading at the moment, you will find 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.

Presenting... ...the book!

- 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)

...the CD-ROM!

- 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)

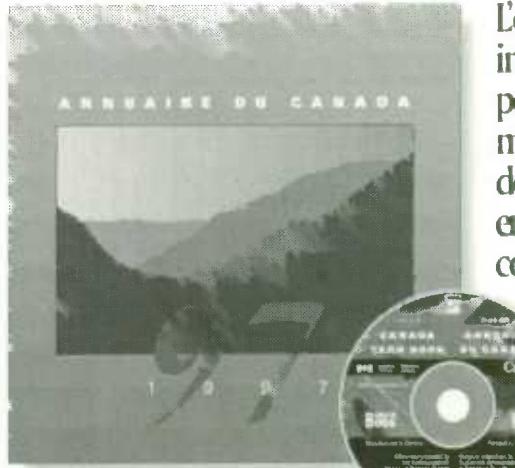
In print or on screen, *Canada Year Book 1997* will quickly prove to be an invaluable, much-consulted addition to your library...at a very reasonable price!

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 renseigne 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.

Voici enfin... ...le livre!

- 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)

...le CD-ROM!

- 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 vidéoclip 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!

COMMANDEZ 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 via Internet: order@statcan.ca

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