

C3



Catalogue no. 63-002-XPB

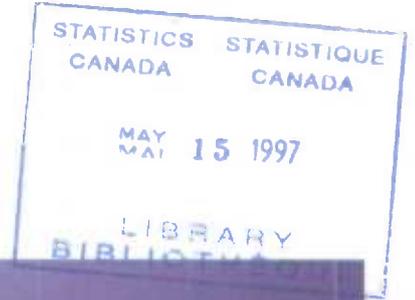
# Department store sales and stocks

March 1997

N° 63-002-XPB au catalogue

# Ventes et stocks des grands magasins

Mars 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](mailto: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 ordinoilingue 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](mailto: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

March 1997

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

# Ventes et stocks des grands magasins

Mars 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.

May 1997

Catalogue no. 63-002-XPB, Vol. 62, no. 3

Frequency: Monthly

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par le ministre  
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1997

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

Mai 1997

N° 63-002-XPB au catalogue, vol. 62, n° 3

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.
- ° preliminary figures.
- ˆ 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
- **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.
- ° nombres provisoires.
- ˆ 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
- **I. Bess**, 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.



## Highlights

### March 1997

- Seasonally adjusted department store sales rose 0.7% in March to reach \$1,290.4 million. The marginal increase in sales follows February's reported 2.2% increase. Sales for the first quarter of 1997 (seasonally adjusted) closed at \$3,825.3 million, up 8.7% compared with the first quarter of 1996. Department store sales have 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 10.4% from March 1996. This follows a 9.2% increase in February. Unadjusted sales in March were \$111.0 million higher than in March 1996 (+11.4%). The unadjusted increase is partly attributable to the Easter holiday falling in March this year. Easter typically generates higher sales for the month in which it falls.
- On a regional basis, Nova Scotia (+14.9%), Ontario (+13.6%) and Alberta (+13.1%) registered strong unadjusted year-over-year gains followed by Saskatchewan (+11.1%), Manitoba (+10.5%), British Columbia (+9.0%) and Quebec (+7.7%). One additional store operated in Nova Scotia during March than a year earlier. Overall, Maritime year-over-year sales increased 11.4%.
- All 10 census metropolitan areas reported increases in year-over-year unadjusted sales. Halifax-Dartmouth, with the addition of one new store, recorded the largest increase, climbing 16.9% from March 1996. Calgary sales rose 15.2% compared with a year earlier. Ottawa-Hull registered a 13.9% increase, followed by Hamilton (+12.8%) and Toronto (+11.9%). There were three additional stores in Ottawa-Hull and one less operating in both Toronto and Hamilton than in March 1996. Québec posted a modest 2.4% year-over-year increase, reversing the sharp 9.4% decline in February.

#### Note:

Seasonally adjusted sales, inventory and accounts receivable data have been revised back to January 1994. The unadjusted monthly inventory data for January and February 1997 have also been revised.

## Faits saillants

### Mars 1997

- En mars, les ventes désaisonnalisées des grands magasins ont augmenté de 0.7% pour atteindre 1,290.4 millions de dollars. Ce faible gain fait suite à l'augmentation de 2.2% observée en février. Les ventes cumulatives du premier trimestre de 1997 ont totalisé 3,825.3 millions de dollars, en hausse de 8.7% par rapport au premier trimestre de 1996. La tendance des ventes des grands magasins suit une trajectoire ascendante depuis la fin de 1993, à l'exception d'un ralentissement enregistré dans la dernière moitié de 1995.
- En mars 1997, les ventes désaisonnalisées ont augmenté de 10.4% comparativement à celles de mars 1996, ce qui fait suite au gain de 9.2% de février. Les ventes non désaisonnalisées de mars ont été de 111.0 millions de dollars supérieures à celles de mars 1996, ce qui constitue une hausse de 11.4%. Ce gain est surtout attribuable à la fête de Pâques qui a eu lieu en mars cette année. La fête de Pâques engendre de bonnes ventes dans le mois où elle se situe.
- À l'échelle des provinces, la Nouvelle-Écosse (+14.9%), l'Ontario (+13.6%) et l'Alberta (+13.1%) se sont illustrées en enregistrant les meilleurs gains annuels, suivies par la Saskatchewan (+11.1%), le Manitoba (+10.5%), la Colombie-Britannique (+9.0%) et le Québec (+7.7%). En mars 1997, un magasin de plus a été dénombré en Nouvelle-Écosse par rapport à mars 1996. Les ventes des grands magasins des Maritimes ont grimpé de 11.4%.
- Les ventes de toutes les régions métropolitaines ont augmenté comparativement à mars 1996. Halifax-Dartmouth, qui a un nouveau magasin de plus, est arrivée bonne première, enregistrant un gain de 16.9% par rapport à mars 1996, suivie de Calgary (+15.2%), d'Ottawa-Hull (+13.9%), de Hamilton (+12.8%) et de Toronto (+11.9%). À Ottawa-Hull, il y avait trois nouveaux magasins de plus, tandis qu'il y en avait un de moins à Toronto et à Hamilton. La ville de Québec a affiché une très faible augmentation de 2.4% comparativement à mars 1996, ce qui renverse la chute de 9.4% observée en février.

#### Nota:

Les données désaisonnalisées sur les ventes, les stocks et les comptes à recevoir ont été révisées à partir de janvier 1994. Les données non désaisonnalisées sur les stocks de janvier et de février ont aussi été révisées.

**Table of Contents**

	Page
<b>Highlights</b>	5
<b>For Further Reading</b>	6
<b>Table</b>	
1. Department Store Monthly Sales, Unadjusted, by Department, Canada, 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, 1994 to 1997	18

**Table des matières**

	Page
<b>Faits saillants</b>	5
<b>Lectures suggérées</b>	6
<b>Tableau</b>	
1. Ventes mensuelles des grands magasins, non-désaisonnalisées, par rayon, Canada, 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	16
7. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1994 à 1996	18
8. Stocks mensuels des grands magasins, non-désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1994 à 1997	19
9. Ventes mensuelles des grands magasins, non-désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1994 à 1997	20
10. Comptes à recevoir, non-désaisonnalisés et désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1994 à 1997	17

## 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
--	----

**FOR FURTHER READING**

Selected Publications  
from Statistics Canada

**LECTURES SUGGÉRÉES**

Choisies parmi les publications  
de Statistique Canada

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

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

**Other Products and Services**

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

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

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

**Autres produits et services**

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

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				Change Variation March 1997/1996 Mars 1997/1996 %
		1996		1997		
		February Février	March Mars	February Février	March Mars	
		\$'000				
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	4,736	7,270	4,201	7,707	6.0
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	7,193	10,541	6,660	10,011	-5.0
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	51,768	71,700	48,708	68,391	-4.6
4	Nursery Equipment - Articles de chambres d'enfants	9,405	10,029	10,088	11,202	11.7
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	27,413	36,516	26,168	38,008	4.1
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	9,168	14,767	9,101	16,408	11.1
7	Lingerie and Women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	12,487	14,182	12,779	15,686	10.6
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	18,714	22,464	18,055	22,319	-0.6
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	6,834	10,943	6,775	11,197	2.3
10	Women's hosiery - Bas pour dames	10,432	13,061	10,850	13,047	-0.1
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	8,303	10,634	7,995	10,833	1.9
12	Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	13,348	20,001	13,950	22,455	12.3
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	12,546	15,570	12,917	16,687	7.2
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	49,377	61,582	52,829	68,543	11.3
15	Boy's clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	8,600	12,873	8,899	15,037	16.8
16	Men's and boy's footwear - Chaussures pour hommes et garçons	7,937	11,715	8,184	13,541	15.6
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	38,813	45,779	45,630	71,855	57.0
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	98,607	106,338	109,057	121,448	14.2
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	5,388	5,964	5,834	6,550	9.8
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	12,956	14,009	12,737	13,102	-6.5
21	Linen - Linges de maison	34,650	38,002	38,465	44,409	16.9
22	Luggage - Bagages	3,079	3,907	3,358	4,362	11.7
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	8,898	10,304	9,791	12,311	19.5
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	7,151	8,521	7,238	8,818	3.5
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	7,321	8,879	7,853	9,659	8.8
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	6,101	6,850	7,401	8,378	22.3
27	Furniture - Meubles	28,236	30,543	29,463	31,653	3.6
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	31,930	33,523	29,475	41,066	22.5
29	Home entertainment equipment (T.V., stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)	44,520	54,750	50,990	62,323	13.8
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	45,767	46,969	48,709	53,303	13.5
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	19,339	25,888	22,006	31,343	21.1
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	13,124	15,018	15,257	17,344	15.5
33	Jewellery - Bijouterie	19,591	30,119	24,200	41,602	38.1
34	Toys and games - Jouets et jeux	14,142	19,853	13,386	17,296	-12.9
35	Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques	23,935	22,563	25,365	25,750	14.1
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	11,887	14,342	11,926	14,781	3.1
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	15,461	18,923	15,486	17,665	-6.6
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	16,761	21,066	16,844	19,600	-7.0
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'œuvre)	38,526	47,778	37,823	48,995	2.5
40	All other departments (includes gifts and seasonal) <sup>1</sup> - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers) <sup>1</sup>	804,443	973,739	846,452	1,084,684	11.4
41	<b>ALL DEPARTMENTS - TOTAL- TOUS LES RAYONS</b>	<b>804,443</b>	<b>973,739</b>	<b>846,452</b>	<b>1,084,684</b>	<b>11.4</b>

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



Tableau 2.

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

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia <sup>2</sup> Colombie-Britannique <sup>2</sup>	Genre de grand magasin	N°
\$'000						
						<b>Grands magasins traditionnels</b>
x	x	x	x	x	1996 Février	1
x	x	x	x	x	Mars	2
x	x	x	x	x	Janvier-mars	3
x	x	x	x	x	1997 Février	4
x	x	x	x	x	Mars	5
x	x	x	x	x	Janvier-mars	6
						Variation en pourcentage
x	x	x	x	x	Mars 1997/1996	7
x	x	x	x	x	Janvier-mars 1997/1996	8
						<b>Grands magasins d'escomptes</b>
x	x	x	x	x	1996 Février	9
x	x	x	x	x	Mars	10
x	x	x	x	x	Janvier-mars	11
x	x	x	x	x	1997 Février	12
x	x	x	x	x	Mars	13
x	x	x	x	x	Janvier-mars	14
						Variation en pourcentage
x	x	x	x	x	Mars 1997/1996	15
x	x	x	x	x	Janvier-mars 1997/1996	16
						<b>Ensemble des grands magasins</b>
333,892	34,063	25,713	89,252	116,147	1996 Février	17
399,386	41,448	30,737	108,648	140,133	Mars	18
1,051,845	107,404	80,564	279,948	365,058	Janvier-mars	19
357,420	35,976	27,803	95,192	121,398	1997 Février	20
453,597	45,796	34,158	122,920	152,709	Mars	21
1,154,863	116,236	88,365	308,420	392,106	Janvier-mars	22
						Variation en pourcentage
13.6	10.5	11.1	13.1	9.0	Mars 1997/1996	23
9.8	8.2	9.7	10.2	7.4	Janvier-mars 1997/1996	24

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

Table 3.

## Major and Discount Department Store Monthly and Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1996-1997

No.	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal
\$'000						
<b>Major department stores</b>						
1	1996 February	x	x	x	x	x
2	March	x	x	x	x	x
3	January-March	x	x	x	x	x
4	1997 February	x	x	x	x	x
5	March	x	x	x	x	x
6	January-March	x	x	x	x	x
Percentage change						
7	March 1997/1996	x	x	x	x	x
8	January-March 1997/1996	x	x	x	x	x
<b>Discount department stores</b>						
9	1996 February	x	x	x	x	x
10	March	x	x	x	x	x
11	January-March	x	x	x	x	x
12	1997 February	x	x	x	x	x
13	March	x	x	x	x	x
14	January-March	x	x	x	x	x
Percentage change						
15	March 1997/1996	x	x	x	x	x
16	January-March 1997/1996	x	x	x	x	x
<b>Total, all department stores</b>						
17	1996 February	33,764	34,536	12,216	23,266	82,522
18	March	41,441	41,733	15,610	27,666	98,474
19	January-March	106,760	107,438	39,303	73,387	259,971
20	1997 February	37,089	36,250	13,185	24,450	83,387
21	March	47,740	46,657	18,245	31,209	107,234
22	January-March	120,179	116,974	43,670	79,114	274,521
Percentage change						
23	March 1997/1996	15.2	11.8	16.9	12.8	8.9
24	January-March 1997/1996	12.6	8.9	11.1	7.8	5.6

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						
<b>Grands magasins traditionnels</b>						
x	x	x	x	x	1996 Février	1
x	x	x	x	x	Mars	2
x	x	x	x	x	Janvier-mars	3
x	x	x	x	x	1997 Février	4
x	x	x	x	x	Mars	5
x	x	x	x	x	Janvier-mars	6
Variation en pourcentage						
x	x	x	x	x	Mars 1997/1996	7
x	x	x	x	x	Janvier-mars 1997/1996	8
<b>Grands magasins d'escomptes</b>						
x	x	x	x	x	1996 Février	9
x	x	x	x	x	Mars	10
x	x	x	x	x	Janvier-mars	11
x	x	x	x	x	1997 Février	12
x	x	x	x	x	Mars	13
x	x	x	x	x	Janvier-mars	14
Variation en pourcentage						
x	x	x	x	x	Mars 1997/1996	15
x	x	x	x	x	Janvier-mars 1997/1996	16
<b>Ensemble des grands magasins</b>						
34,433	17,242	131,373	61,377	29,095	1996 Février	17
42,110	21,530	153,905	74,042	35,344	Mars	18
108,786	55,337	408,566	191,956	91,730	Janvier-mars	19
37,019	15,623	140,985	63,797	30,241	1997 Février	20
47,973	22,039	172,274	79,395	38,690	Mars	21
121,772	54,222	446,584	203,950	98,126	Janvier-mars	22
Variation en pourcentage						
13.9	2.4	11.9	7.2	9.5	Mars 1997/1996	23
11.9	-2.0	9.3	6.2	7.0	Janvier-mars 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	Quebec	
				Terre-Neuve	Île-du-Prince-Édouard	Nouvelle-Écosse	Nouveau-Brunswick		
				No. - nbre					
	<b>Major department stores</b>								
1	1996	February	302	2	1	10	5	58	
2		March	302	2	1	10	5	58	
3	1997	February	299	2	1	10	5	57	
4		March	300	2	1	10	5	57	
	<b>Discount department stores</b>								
5	1996	February	558	15	4	31	24	94	
6		March	558	15	4	31	24	94	
7	1997	February	555	15	4	32	24	94	
8		March	555	15	4	32	24	94	
	<b>Total, all department stores</b>								
9	1996	February	860	17	5	41	29	152	
10		March	860	17	5	41	29	152	
11	1997	February	854	17	5	42	29	151	
12		March	855	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		
	<b>Major department stores</b>						
1	1996	February	13	17	6	11	31
2		March	13	17	6	11	31
3	1997	February	13	17	6	11	31
4		March	13	17	6	11	31
	<b>Discount department stores</b>						
5	1996	February	15	18	11	16	36
6		March	16	18	11	16	36
7	1997	February	16	18	12	15	36
8		March	16	18	12	15	36
	<b>Total, all department stores</b>						
9	1996	February	28	35	17	27	67
10		March	29	35	17	27	67
11	1997	February	29	35	18	26	67
12		March	29	35	18	26	67

<sup>2</sup> 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 <sup>1</sup> Colombie-Britannique <sup>2</sup>	Genre de grand magasin	N°
No. - nbre						
116	13	10	42	45	<b>Grands magasins traditionnels</b>	
116	13	10	42	45	1996 Février	1
					Mars	2
116	13	9	42	44	1997 Février	3
116	13	9	42	45	Mars	4
228	22	23	52	65	<b>Grands magasins d'escomptes</b>	
228	21	23	53	65	1996 Février	5
					Mars	6
227	19	23	53	64	1997 Février	7
227	19	23	53	64	Mars	8
344	35	33	94	110	<b>Ensemble des grands magasins</b>	
344	34	33	95	110	1996 Février	9
					Mars	10
343	32	32	95	108	1997 Février	11
343	32	32	95	109	Mars	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	48	25	12	<b>Grands magasins traditionnels</b>	
12	8	48	25	12	1996 Février	1
					Mars	2
12	8	47	24	12	1997 Février	3
12	8	47	25	12	Mars	4
21	8	63	22	16	<b>Grands magasins d'escomptes</b>	
21	8	63	22	15	1996 Février	5
					Mars	6
24	6	63	21	13	1997 Février	7
24	6	63	21	13	Mars	8
33	16	111	47	28	<b>Ensemble des grands magasins</b>	
33	16	111	47	27	1996 Février	9
					Mars	10
36	14	110	45	25	1997 Février	11
36	14	110	46	25	Mars	12

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

Table 6.

Tableau 6.

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

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

January-March

Janvier-mars

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1997/1996
		1996	1997	Variation 1997/1996
		\$'000		%
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	15,701	15,421	-1.8
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	26,452	25,549	-3.4
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	167,020	160,607	-3.8
4	Nursery Equipment - Articles de chambres d'enfants	28,962	32,052	10.7
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	87,689	88,214	0.6
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	31,295	33,338	6.5
7	Lingerie and Women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	38,482	39,697	3.2
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	56,646	56,315	-0.6
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	23,031	23,983	4.1
10	Women's hosiery - Bas pour dames	34,429	35,260	2.4
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	27,615	28,838	4.4
12	Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	45,789	50,211	9.7
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	39,978	42,193	5.5
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	150,951	165,448	9.6
15	Boy's clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	29,154	32,571	11.7
16	Men's and boy's footwear - Chaussures pour hommes et garçons	27,180	30,721	13.0
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	115,988	153,269	32.1
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	293,403	337,926	15.2
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	17,504	17,900	2.3
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	39,861	38,913	-2.4
21	Linen - Linges de maison	113,743	126,286	11.0
22	Luggage - Bagages	9,461	10,682	12.9
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	29,037	32,232	11.0
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	23,638	23,721	0.4
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	23,388	23,719	1.4
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	18,463	23,373	26.6
27	Furniture - Meubles	87,648	89,935	2.6
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	99,349	105,031	5.7
29	Home entertainment equipment (T.V., stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)	139,262	155,662	11.8
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	143,588	153,476	6.9
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	65,644	76,930	17.2
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	...	...	...
33	Jewellery - Bijouterie	37,419	42,750	14.2
34	Toys and games - Jouets et jeux	66,409	82,669	24.5
35	Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques	48,514	45,905	-5.4
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	67,916	75,621	11.3
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	40,587	42,431	4.5
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	50,383	51,224	1.7
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'oeuvre)	54,889	52,970	-3.5
40	All other departments (includes gifts and seasonal) <sup>1</sup> - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers) <sup>1</sup>	124,573	130,904	5.1
41	<b>ALL DEPARTMENTS - TOTAL- TOUS LES RAYONS</b>	<b>2,541,039</b>	<b>2,753,947</b>	<b>8.4</b>

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

Table 7.

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

Tableau 7.

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

Period Période	Department stores Grands magasins					
	Total		Major Traditionnels		Discount D'escomptes	
	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution
	\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
<b>1994</b>						
January - Janvier	666,161	100.0	365,789	54.9	300,371	45.1
February - Février	752,560	100.0	359,954	47.8	392,606	52.2
March - Mars	967,582	100.0	501,359	51.8	466,222	48.2
April - Avril	999,691	100.0	509,510	51.0	490,180	49.0
May - Mai	1,022,975	100.0	528,222	51.6	494,753	48.4
June - Juin	1,067,381	100.0	551,505	51.7	515,876	48.3
July - Juillet	945,816	100.0	473,305	50.0	472,511	50.0
August - Août	1,087,707	100.0	547,295	50.3	540,412	49.7
September - Septembre	1,014,377	100.0	541,113	53.3	473,264	46.7
October - Octobre	1,149,620	100.0	591,874	51.5	557,746	48.5
November - Novembre	1,435,457	100.0	709,684	49.4	725,773	50.6
December - Décembre	2,189,631	100.0	1,084,301	49.5	1,105,330	50.5
<b>Year - Année</b>	<b>13,298,958</b>	<b>100.0</b>	<b>6,763,913</b>	<b>50.9</b>	<b>6,535,045</b>	<b>49.1</b>
<b>1995</b>						
January - Janvier	714,635	100.0	351,313	49.2	363,322	50.8
February - Février	722,854	100.0	343,025	47.5	379,828	52.5
March - Mars	953,009	100.0	451,883	47.4	501,126	52.6
April - Avril	1,043,974	100.0	481,272	46.1	562,701	53.9
May - Mai	1,110,195	100.0	522,695	47.1	587,500	52.9
June - Juin	1,142,457	100.0	533,117	46.7	609,340	53.3
July - Juillet	1,002,857	100.0	458,189	45.7	544,667	54.3
August - Août	1,137,864	100.0	518,619	45.6	619,245	54.4
September - Septembre	1,118,589	100.0	543,468	48.6	575,122	51.4
October - Octobre	1,176,277	100.0	536,886	45.6	639,390	54.4
November - Novembre	1,536,861	100.0	693,118	45.1	843,744	54.9
December - Décembre	2,180,058	100.0	996,003	45.7	1,184,055	54.3
<b>Year - Année</b>	<b>13,839,630</b>	<b>100.0</b>	<b>6,429,589</b>	<b>46.5</b>	<b>7,410,041</b>	<b>53.5</b>
<b>1996</b>						
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
<b>Year - Année</b>	<b>14,446,830</b>	<b>100.0</b>	<b>6,401,608</b>	<b>44.3</b>	<b>8,045,222</b>	<b>55.7</b>

Table 8.

Tableau 8.

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

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	%
<b>1994</b>				
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
<b>1995</b>				
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	3.5
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
<b>1996</b>				
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
<b>1997</b>				
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	5,828,225	0.9
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	Year/year change	Sales	Month/month change
	Ventes	Variation année/année	Ventes	Variation mois/mois
	\$'000	%	\$'000	%
<b>1994</b>				
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
<b>1995</b>				
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
<b>1996</b>				
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
<b>1997</b>				
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	1,290,418	0.7
April - Avril				
May - Mai				
June - Juin				
July - Juillet				
August - Août				
September - Septembre				
October - Octobre				
November - Novembre				
December - Décembre				

Table 10.

Tableau 10.

Department Stores' Month-end Accounts  
Receivable<sup>3</sup>, Unadjusted and Seasonally Adjusted,  
Canada, 1995 to 1997

Comptes à recevoir<sup>3</sup>, 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 Variation par rapport au mois précédent	Change 1997/1996 Variation 1997/1996
		\$'000			%
<b>Unadjusted - Non-désaisonnalisés</b>					
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			
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			
<b>Seasonally adjusted - Désaisonnalisés</b>					
January - Janvier	3,302	2,800	2,486	-7.3	-11.2
February - Février	3,312	2,801	2,287	-8.0	-18.2
March - Mars	3,297	2,856	2,153	-5.8	-24.6
April - Avril	3,330	2,770			
May - Mai	3,365	2,738			
June - Juin	3,329	2,684			
July - Juillet	3,367	2,611			
August - Août	3,368	2,592			
September - Septembre	3,362	2,577			
October - Octobre	3,270	2,562			
November - Novembre	3,294	2,525			
December - Décembre	2,774	2,679			

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

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

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

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

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

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

## Appendix I

### I. DEFINITIONS

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

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

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

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

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

### SCOPE OF SURVEY

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

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

This monthly publication contains the latest results of the survey, including data for the two most recent months of the current year, and those for the corresponding months of the previous year, on the sales

## Appendice I

### I. DEFINITIONS

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

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

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

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

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

### CHAMP DE L'ENQUÊTE

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

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

Cette publication mensuelle présente les derniers résultats de l'enquête, incluant les données pour les deux plus récents mois de l'année courante, et celles pour les mois correspondants de l'année précédente sur les ventes et les stocks, par rayon. Les

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.<sup>1</sup> The disclosure of data likely to reveal specific information on the activity of a particular company is therefore systematically and rigorously controlled and regulated to prevent the publication or disclosure of any information deemed confidential. The rules regarding the confidentiality of parts of the results of merchandising surveys are therefore applied in such a way that no data are shown for cells (or statistical units) composed of fewer than three companies or of three or more if these are dominated by one or two companies. Then, in the publication itself, the information is withheld on this designated cell by entering an "X" in the appropriate cell.

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.<sup>1</sup> Ainsi, le dévoilement de données susceptibles de révéler des renseignements précis sur l'activité d'une entreprise particulière est systématiquement contrôlé suivant des dispositions strictes, de telle sorte qu'aucun renseignement jugé secret ne soit publié ou divulgué. L'application des règles sur le caractère secret d'une partie des résultats des enquêtes sur le commerce s'établit donc de manière à ce qu'aucune donnée ne soit révélée pour des cellules (ou unités statistiques) composées de moins de trois compagnies, ou encore de trois ou plus lorsque celles-ci sont dominées par une ou deux compagnies. Par la suite, l'information concernant ces cellules est dissimulée en inscrivant un "X" aux différents postes visés dans la publication.

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

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

### SEASONAL ADJUSTMENT

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

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

### EXPLANATORY NOTES

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

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

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

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

### DÉSAISONNALISATION

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

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

### NOTES EXPLICATIVES

**Les ventes totales** comprennent les ventes de marchandises neuves et d'occasion et les recettes provenant de réparations, de la vente de repas et d'autres activités de 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 fermés; autrement dit, elles ne se limitent pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

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

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

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

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

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

### Note to Users

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

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

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

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

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

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

### Note aux utilisateurs

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

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

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

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

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

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

<sup>3</sup> Pour de plus amples informations voir *La méthode de désaisonnalisation X-11-ARMI/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.

## Tableau explicatif I.

Measures of Reliability, Department Stores, Canada,  
March 1997

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

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

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

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

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

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



# ORDER FORM

Statistics Canada

### TO ORDER:



MAIL

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



PHONE  
1 800 267-6677

Charge to VISA or MasterCard. Outside Canada and the U.S., and in the Ottawa area, call (613) 951-7277. Please do not send confirmation.



FAX  
1 800 889-9734

or (613) 951-1584 VISA, MasterCard and purchase orders only. Please do not send confirmation. A fax will be treated as an original order.



INTERNET [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)

(Please print)



1 800 363-7629

Telecommunication Device  
for the Hearing Impaired

Company

Department

Attention

Title

Address

City

Province

( )

( )

Postal Code

Phone

Fax

E-mail address:

### METHOD OF PAYMENT:

(Check only one)



Please charge my:



VISA



MasterCard

Card Number

Expiry Date

Cardholder (please print)

Signature



Payment enclosed \$



Purchase  
Order Number  
(please enclose)

Authorized Signature

Catalogue Number	Title	Date of issue or indicate an "S" for subscription	Price (All prices exclude sales tax)		Quantity	Total \$
			Canada \$	Outside Canada US\$		

▶ Note: Catalogue prices for clients outside Canada are shown in US dollars. Clients outside Canada pay total amount in US funds drawn on a US bank. Subscription will begin with the next issue to be released.

SUBTOTAL

▶ Canadian clients pay in Canadian funds and add 7% GST and applicable PST.

DISCOUNT (If applicable)

GST (7%) (Canadian clients only)

Applicable PST (Canadian clients only)

▶ Cheque or money order should be made payable to the Receiver General for Canada.

GRAND TOTAL

▶ GST Registration # R121491807

PF 097019

## THANK YOU FOR YOUR ORDER!



Statistics Canada Statistique Canada

Canada



# BON DE COMMANDE

Statistique Canada



## POUR COMMANDER :

## MODALITÉS DE PAIEMENT :



**COURRIER**

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



**TÉLÉPHONE**  
1 800 267-6677

Faites débiter votre compte VISA ou MasterCard. De l'extérieur du Canada et des États-Unis, la région d'Ottawa, cor (613) 951-7277. Veuillez envoyer de confirmatic



**TÉLÉCOPIEUR**  
1 800 889-9734

(Cochez une seule case)

Veuillez débiter mon compte  VISA  MasterCard

## DATE DUE



**INTERNET** order@statcan.ca

(Veuillez écrire en majuscules)

Compagnie \_\_\_\_\_ (en majuscules s.v.p.)

Service \_\_\_\_\_

À l'attention de \_\_\_\_\_ Fon \_\_\_\_\_

Adresse \_\_\_\_\_

Ville \_\_\_\_\_ Pro \_\_\_\_\_ (on)

Code postal \_\_\_\_\_ Téléphone \_\_\_\_\_

Adresse du courrier électronique \_\_\_\_\_ sonne autorisée

Numéro au catalogue	Titre	Montant		Quantité	Total \$
		Extérieur du Canada \$ US	Canada \$		

<p>▶ Veuillez noter que les prix au catalogue pour les clients de l'extérieur du Canada sont donnés en dollars américains. Les clients de l'extérieur du Canada paient le montant total en dollars US tirés sur une banque américaine. L'abonnement commencera avec le prochain numéro diffusé.</p>	<b>TOTAL</b>	
	<b>RÉDUCTION (s'il y a lieu)</b>	
<p>▶ Les clients canadiens paient en dollars canadiens et ajoutent la TPS de 7 % et la TVP en vigueur.</p>	<b>TPS (7 %) (Clients canadiens seulement)</b>	
	<b>TVP en vigueur (Clients canadiens seulement)</b>	
<p>▶ Le chèque ou mandat-poste doit être établi à l'ordre du Receveur général du Canada.</p>	<b>TOTAL GÉNÉRAL</b>	
<p>▶ TPS N° R121491807</p>	<b>PF097019</b>	

# MERCI DE VOTRE COMMANDE!



# Pick a topic... any topic

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

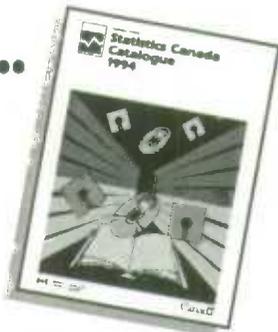
From the most popular topics of the day - like employment, income, trade, and education - to specific research studies - like mineral products shipped from Canadian ports and criminal victimization in urban areas - you'll find it all here.

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

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

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

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



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

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

### ... time and time again

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

Order today - you'll be lost without it.

### 1994 Statistics Canada Catalogue

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

### Write to:

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

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

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

# Choisissez un sujet... n'importe lequel

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

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

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

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

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

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



les produits électroniques et les recherches en direct;

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

### ...maintes et maintes fois

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

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

### Catalogue de Statistique Canada 1994

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

### Écrivez à :

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

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

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

