

C 3



Catalogue no. 63-002-XPB

Department store sales and stocks

April 1997



N° 63-002-XPB au catalogue

Ventes et stocks des grands magasins

Avril 1997

STATISTICS STATISTIQUE
CANADA CANADA

JUN JUIN 16 1997

LIBRARY BIBLIOTHÈQUE



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

Statistics Canada is committed to serving its clients in a prompt, reliable and courteous manner and in the official language of their choice. To this end, the agency has developed standards of service which its employees observe in serving its clients. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

Des données sous plusieurs formes

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

Statistique Canada s'engage à fournir à ses clients des services rapides, fiables et courtois et dans la langue officielle de leur choix. À cet égard, notre organisme s'est doté de normes de service à la clientèle qui doivent être observées par les employés lorsqu'ils offrent des services à la clientèle. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.



Statistics Canada
Distributive Trades Division
Retail Commodity Section

Department store sales and stocks

April 1997

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

Ventes et stocks des grands magasins

Avril 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.

June 1997

Catalogue no. 63-002-XPB, Vol. 62, no. 4

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.

Juin 1997

N° 63-002-XPB au catalogue, vol. 62, n° 4

Périodicité : mensuelle

ISSN 0380-7045

Ottawa

Note of appreciation

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

Note de reconnaissance

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

Symbols

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

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

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

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

This publication was prepared under the direction of:

- **F. 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.
- ^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
- **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.



Table of Contents

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

Table des matières

	Page
Faits saillants	5
Lectures suggérées	6
Tableau	
1. Ventes mensuelles des grands magasins, non-désaisonnalisées, par rayon, Canada, 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**Table des matières - fin****Appendix**

I. Definitions	19	I. Définitions	22
Scope of the Survey	19	Champ de l'enquête	22
Data Quality and Methodology	20	Qualité des données et méthodologie	23
Data Confidentiality	20	Confidentialité des données	23
Seasonal Adjustment	21	Désaisonnalisation	24
Explanatory Notes	21	Notes explicatives	24
II. List of Department Store Organizations	23	II. Liste des organisations des grands magasins	26

Text Table

I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada	24	I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada	27
--	----	---	----

Tableau explicatif

Highlights

April 1997

- April department store sales remained virtually unchanged (-0.01%) from March at \$1,290 million (seasonally adjusted). On a year-over-year basis, seasonally adjusted sales were up 9.5% from April 1996. The increase follows a reported year-over-year gain of 10.4% for March. With the exception of a pause in the last half of 1995, department store sales have followed an upward trend since the end of 1993.
- Unadjusted sales in April were \$97.6 million higher than a year earlier (+9.2%). Sales for the first four months of 1997 were up 8.6% from the same period last year (unadjusted).
- Both Ontario (+12.5%) and Saskatchewan (+12.5%) reported the largest unadjusted year-over-year gains, followed by Alberta (+9.9%), British Columbia (+9.2%) and Quebec (+6.9%). Manitoba posted a 2.0% increase, down from the 10.5% year-over-year increase recorded in March. Sales in the Maritime provinces fell 0.4% over the previous year. Nova Scotia registered a 1.4% decline while sales in New Brunswick increased 1.6% over April 1996.
- Year-over-year unadjusted sales varied widely across the 10 census metropolitan areas. Toronto recorded the largest increase at 16.1%. Ottawa-Hull registered a gain of 13.9% for the second straight month while Calgary (+11.8%), Vancouver (+9.7%), Edmonton (+9.3%), Montréal (+7.9%), Hamilton (+6.8%) and Halifax-Dartmouth (+5.5%) reported increased sales from April 1996. Québec (+0.7%) and Winnipeg (+0.6%) posted slight year-over-year gains.

Faits saillants

Avril 1997

- Les ventes des grands magasins sont demeurées sensiblement les mêmes (-0.01%) comparativement à mars et ont atteint 1,290 millions de dollars (donnée désaisonnalisée). Par rapport à avril 1996, on a observé une augmentation de 9.5%. Cette dernière suit une hausse de 10.4% enregistrée en mars. Depuis la fin de l'année 1993, les ventes des grands magasins ont suivi une tendance ascendante, à l'exception d'un ralentissement observé dans la dernière moitié de 1995.
- En avril 1997, les ventes non désaisonnalisées ont été supérieures de 97.6 millions de dollars à celles de 1996, ce qui représente une hausse de 9.2%. Les ventes cumulatives pour les quatre premiers mois de l'année se sont élevées de 8.6% par rapport à la même période de 1996.
- À l'échelle provinciale, l'Ontario (+12.5%) et la Saskatchewan (+12.5%) ont affiché les gains les plus importants par rapport à avril 1996. L'Alberta (+9.9%), la Colombie-Britannique (+9.2%) et le Québec (+6.9%) suivait dans l'ordre. Le Manitoba, après un gain de 10.5% en mars, a enregistré une hausse de 2.0% en avril. Les ventes des grands magasins dans les provinces des Maritimes ont chuté légèrement de 0.4% par rapport à 1996. Les ventes de la Nouvelle-Écosse ont diminué de 1.4%, tandis que celles du Nouveau-Brunswick ont augmenté de 1.6% par rapport à avril 1996.
- Les ventes des grands magasins dans les 10 régions métropolitaines ont varié énormément. La région métropolitaine de Toronto (+16.1%) a inscrit le meilleur gain par rapport à avril 1996. Ottawa-Hull suivait avec 13.9% pour un deuxième mois d'affilée. Calgary (+11.8%), Vancouver (+9.7%), Edmonton (+9.3%), Montréal (+7.9%), Hamilton (+6.8%) et Halifax-Dartmouth (+5.5%) ont également connu des gains annuels. Québec (+0.7%) et Winnipeg (+0.6%) sont les seules à avoir enregistré de très faibles gains.

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, mensuel, bilingue.
New Motor Vehicle Sales, <i>Monthly, Bilingual.</i>	63-007-XPB	Ventes de véhicules automobiles neufs, mensuel, bilingue.
Retail Chain and Department Stores, <i>Annual, Bilingual.</i>	63-210-XPB	Magasins de détail à succursales et les grands magasins, annuel, bilingue.
Vending Machine Operators, <i>Annual, Bilingual.</i>	63-213-XPB	Exploitants de distributeurs automatiques, annuel, bilingue.
Direct Selling in Canada, <i>Annual, Bilingual.</i>	63-218-XPB	La vente directe au Canada, annuel, bilingue.
Wholesaling and Retailing in Canada, <i>Annual, Bilingual.</i>	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.

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

Table 1.

Department Store Monthly Sales, Unadjusted, by Department, Canada, 1996-1997

Tableau 1.

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

No.	Department Rayon	Unadjusted - Non-désaisonnalisées				
		1996		1997		Change
		March Mars	April Avril	March Mars	April Avril	April 1997/1996 Avril 1997/1996
				\$'000		%
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	7,270	7,987	7,707	10,426	30.5
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	10,541	10,589	10,011	11,716	10.6
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	71,700	78,878	68,391	85,241	8.1
4	Nursery Equipment - Articles de chambres d'enfants	10,029	10,120	11,202	12,327	21.8
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	36,516	34,923	38,008	31,630	-9.4
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	14,767	15,442	16,408	16,282	5.4
7	Lingerie and Women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	14,182	15,585	15,686	20,264	30.0
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	22,464	21,867	22,319	23,016	5.3
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	10,943	15,100	11,197	16,555	9.6
10	Women's hosiery - Bas pour dames	13,061	14,972	13,047	16,354	9.2
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	10,634	11,564	10,833	14,263	23.3
12	Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	20,001	27,322	22,455	32,149	17.7
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	15,570	17,248	16,687	18,556	7.6
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	61,582	65,113	68,543	72,621	11.5
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	12,873	14,270	15,037	16,128	13.0
16	Men's and boy's footwear - Chaussures pour hommes et garçons	11,715	14,362	13,541	16,070	11.9
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	45,779	52,484	71,855	40,269	-23.3
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	106,338	100,562	121,448	113,368	12.7
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	5,964	6,006	6,550	6,825	13.6
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	14,009	12,489	13,102	12,480	-0.1
21	Linen - Linges de maison	38,002	41,613	44,409	45,539	9.4
22	Luggage - Bagages	3,907	3,259	4,362	4,154	27.5
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie	10,304	12,416	12,311	11,890	-4.2
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	8,521	8,470	8,818	9,241	9.1
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	8,879	9,452	9,659	10,542	11.5
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	6,850	6,997	8,378	7,949	13.6
27	Furniture - Meubles	30,543	35,053	31,653	41,627	18.8
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	33,523	34,894	41,066	39,366	12.8
29	Home entertainment equipment (T.V., stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)	54,750	51,764	62,323	52,875	2.1
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	46,969	48,142	53,303	58,429	21.4
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.	25,888	38,054	31,343	45,957	20.8
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	15,018	15,828	17,344	18,175	14.8
33	Jewellery - Bijouterie	30,119	34,608	41,602	33,072	-4.4
34	Toys and games - Jouets et jeux	19,853	29,745	17,296	31,464	5.8
35	Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques	22,563	22,946	25,750	22,032	-4.0
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	14,342	15,847	14,781	18,568	17.2
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	18,923	17,086	17,665	20,272	18.6
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	21,066	22,819	19,600	24,234	6.2
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'œuvre)	47,778	60,690	48,995	72,283	19.1
40	All other departments (includes gifts and seasonal) - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers)	973,739	1,056,567	1,084,684	1,154,208	9.2
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL- TOUS LES RAYONS					

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 March	444,537	x	x	x	x				
2	April	473,415	x	x	x	x				
3	January-April	1,621,203	x	x	x	x				
4	1997 March		x	x	x	x				
5	April		x	x	x	x				
6	January-April		x	x	x	x				
Percentage change										
7	April 1997/1996		x	x	x	x				
8	January-April 1997/1996		x	x	x	x				
Discount department stores										
9	1996 March	529,202	x	x	x	x				
10	April	583,152	x	x	x	x				
11	January-April	1,976,403	x	x	x	x				
12	1997 March		x	x	x	x				
13	April		x	x	x	x				
14	January-April		x	x	x	x				
Percentage change										
15	April 1997/1996		x	x	x	x				
16	January-April 1997/1996		x	x	x	x				
Total, all department stores										
17	1996 March	973,739	17,598	30,405	22,138	183,245				
18	April	1,056,567	19,884	33,024	24,637	204,741				
19	January-April	3,597,606	64,730	108,926	81,209	683,641				
20	1997 March	1,084,684	19,052	34,950	24,124	197,379				
21	April	1,154,208	19,612	32,573	25,042	218,772				
22	January-April	3,908,154	67,069	115,418	83,803	723,667				
Percentage change										
23	April 1997/1996	9.2	-1.4	-1.4	1.6	6.9				
24	January-April 1997/1996	8.6	3.6	6.0	3.2	5.9				

² See footnote at end of tables.

Tableau 2.

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

Ontario	Manitoba	Saskatchewan	Alberta	British Columbia ² Colombie-Britannique ²	Genre de grand magasin	N°							
\$'000													
Grands magasins traditionnels													
x	x	x	x	x	1996 Mars		1						
x	x	x	x	x	Avril		2						
x	x	x	x	x	Janvier-avril		3						
x	x	x	x	x	1997 Mars		4						
x	x	x	x	x	Avril		5						
x	x	x	x	x	Janvier-avril		6						
Variation en pourcentage													
x	x	x	x	x	Avril 1997/1996		7						
x	x	x	x	x	Janvier-avril 1997/1996		8						
Grands magasins d'escomptes													
x	x	x	x	x	1996 Mars		9						
x	x	x	x	x	Avril		10						
x	x	x	x	x	Janvier-avril		11						
x	x	x	x	x	1997 Mars		12						
x	x	x	x	x	Avril		13						
x	x	x	x	x	Janvier-avril		14						
Variation en pourcentage													
x	x	x	x	x	Avril 1997/1996		15						
x	x	x	x	x	Janvier-avril 1997/1996		16						
Ensemble des grands magasins													
399,386	41,448	30,737	108,648	140,133	1996 Mars		17						
429,884	46,178	33,835	118,752	145,631	Avril		18						
1,481,729	153,583	114,399	398,700	510,689	Janvier-avril		19						
453,597	45,796	34,158	122,920	152,709	1997 Mars		20						
483,552	47,093	38,064	130,459	159,039	Avril		21						
1,638,415	163,328	126,430	438,879	551,145	Janvier-avril		22						
Variation en pourcentage													
12.5	2.0	12.5	9.9	9.2	Avril 1997/1996		23						
10.6	6.3	10.5	10.1	7.9	Janvier-avril 1997/1996		24						

² Voir note à la fin des tableaux.

Table 3.

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

No.	Type of department store	Calgary	Edmonton	Halifax-Dartmouth	Hamilton	Montréal	\$'000
Major department stores							
1	1996 March	x	x	x	x	x	x
2	April	x	x	x	x	x	x
3	January-April	x	x	x	x	x	x
4	1997 March	x	x	x	x	x	x
5	April	x	x	x	x	x	x
6	January-April	x	x	x	x	x	x
Percentage change							
7	April 1997/1996	x	x	x	x	x	x
8	January-April 1997/1996	x	x	x	x	x	x
Discount department stores							
9	1996 March	x	x	x	x	x	x
10	April	x	x	x	x	x	x
11	January-April	x	x	x	x	x	x
12	1997 March	x	x	x	x	x	x
13	April	x	x	x	x	x	x
14	January-April	x	x	x	x	x	x
Percentage change							
15	April 1997/1996	x	x	x	x	x	x
16	January-April 1997/1996	x	x	x	x	x	x
Total, all department stores							
17	1996 March	41,441	41,733	15,610	27,666	98,474	
18	April	44,824	45,868	16,932	30,205	109,684	
19	January-April	151,583	153,306	56,234	103,593	369,655	
20	1997 March	47,740	46,657	18,245	31,209	107,234	
21	April	50,096	50,137	17,870	32,249	118,384	
22	January-April	170,275	167,111	61,540	111,363	392,904	
Percentage change							
23	April 1997/1996	11.8	9.3	5.5	6.8	7.9	
24	January-April 1997/1996	12.3	9.0	9.4	7.5	6.3	

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							
Grands magasins traditionnels							
x	x	x	x	x	x	1996 Mars	1
x	x	x	x	x	x	Avril	2
x	x	x	x	x	x	Janvier-avril	3
x	x	x	x	x	x	1997 Mars	4
x	x	x	x	x	x	Avril	5
x	x	x	x	x	x	Janvier-avril	6
Variation en pourcentage							
x	x	x	x	x	x	Avril 1997/1996	7
x	x	x	x	x	x	Janvier-avril 1997/1996	8
Grands magasins d'escomptes							
x	x	x	x	x	x	1996 Mars	9
x	x	x	x	x	x	Avril	10
x	x	x	x	x	x	Janvier-avril	11
x	x	x	x	x	x	1997 Mars	12
x	x	x	x	x	x	Avril	13
x	x	x	x	x	x	Janvier-avril	14
Variation en pourcentage							
x	x	x	x	x	x	Avril 1997/1996	15
x	x	x	x	x	x	Janvier-avril 1997/1996	16
Ensemble des grands magasins							
42,110	21,530	153,905	74,042	35,344	1996 Mars		17
46,089	24,037	162,649	74,957	39,542	Avril		18
154,876	79,374	571,216	266,913	131,272	Janvier-avril		19
47,973	22,039	172,274	79,395	38,690	1997 Mars		20
52,482	24,216	188,801	82,244	39,795	Avril		21
174,254	78,438	635,385	286,194	137,921	Janvier-avril		22
Variation en pourcentage							
13.9	0.7	16.1	9.7	0.6	Avril 1997/1996		23
12.5	-1.2	11.2	7.2	5.1	Janvier-avril 1997/1996		24

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

No.	Type of department store	Canada	Newfoundland	Prince Edward Island	Nova Scotia	New Brunswick	Québec
			Terre-Neuve	Île-du-Prince-Édouard	Nouvelle-Écosse	Nouveau-Brunswick	
No. - nbr							
	Major department stores						
1	1996 March	302	2	1	10	5	58
2	April	301	2	1	10	5	58
3	1997 March	300	2	1	10	5	57
4	April	301	2	1	10	5	57
	Discount department stores						
5	1996 March	558	15	4	31	24	94
6	April	559	15	4	31	24	94
7	1997 March	555	15	4	32	24	94
8	April	555	15	4	32	24	94
	Total, all department stores						
9	1996 March	860	17	5	41	29	152
10	April	860	17	5	41	29	152
11	1997 March	855	17	5	42	29	151
12	April	856	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. - nbr
No. - nbr							
	Major department stores						
1	1996 March	13	17	6	11	31	
2	April	13	17	6	11	31	
3	1997 March	13	17	6	11	31	
4	April	13	17	6	11	31	
	Discount department stores						
5	1996 March	16	18	11	16	36	
6	April	16	18	11	16	36	
7	1997 March	16	18	12	15	36	
8	April	16	18	12	15	36	
	Total, all department stores						
9	1996 March	29	35	17	27	67	
10	April	29	35	17	27	67	
11	1997 March	29	35	18	26	67	
12	April	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	1996	Mars Avril	
116	13	10	42	45	Grands magasins traditionnels			1
116	13	10	42	44		1996	Mars	2
116	13	9	42	45		1997	Mars	3
117	13	9	42	45		Avril		4
228	21	23	53	65	Grands magasins d'escomptes			5
229	21	23	53	65		1996	Mars	6
227	19	23	53	64		Avril		7
227	19	23	53	64		1997	Mars	8
344	34	33	95	110	Ensemble des grands magasins			9
345	34	33	95	109		1996	Mars	10
343	32	32	95	109		Avril		11
344	32	32	95	109		1997	Mars	12
						Avril		

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	1996	Mars Avril	
12	8	48	25	12	Grands magasins traditionnels			1
12	8	48	24	12		1996	Mars	2
12	8	47	25	12		Avril		3
12	8	48	25	12		1997	Mars	4
						Avril		
21	8	63	22	15	Grands magasins d'escomptes			5
23	8	63	22	15		1996	Mars	6
24	6	63	21	13		Avril		7
24	6	63	21	13		1997	Mars	8
						Avril		
33	16	111	47	27	Ensemble des grands magasins			9
35	16	111	46	27		1996	Mars	10
36	14	110	46	25		Avril		11
36	14	111	46	25		1997	Mars	12
						Avril		

² Voir note à la fin des tableaux.

Table 6.**Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1996-1997**

January-April

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1997/1996 Variation 1997/1996
		1996	1997	
		\$'000	%	
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	23,688	25,846	9.1
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	37,041	37,265	0.6
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	245,898	245,848	--
4	Nursery Equipment - Articles de chambres d'enfants	39,081	44,379	13.6
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	122,612	119,844	-2.3
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	46,736	49,620	6.2
7	Lingerie and Women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	54,068	59,961	10.9
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	78,514	79,332	1.0
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	38,131	40,538	6.3
10	Women's hosiery - Bas pour dames	49,401	51,614	4.5
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	39,179	43,101	10.0
12	Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	73,111	82,360	12.7
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	57,226	60,749	6.2
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	216,063	238,069	10.2
15	Boy's clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	43,424	48,699	12.1
16	Men's and boy's footwear - Chaussures pour hommes et garçons	41,542	46,791	12.6
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	168,471	193,538	14.9
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	393,965	451,294	14.6
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	23,510	24,725	5.2
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	52,350	51,393	-1.8
21	Linen - Linges de maison	155,356	171,825	10.6
22	Luggage - Bagages	12,720	14,836	16.6
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verterie et argenterie	41,454	44,122	6.4
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	32,108	32,962	2.7
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	32,840	34,261	4.3
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	25,459	31,322	23.0
27	Furniture - Meubles	122,701	131,562	7.2
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	134,242	144,397	7.6
29	Home entertainment equipment (T.V., stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)	191,026	208,537	9.2
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	191,729	211,905	10.5
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	103,698	122,887	18.5
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction
33	Jewellery - Bijouterie	53,247	60,925	14.4
34	Toys and games - Jouets et jeux	101,017	115,741	14.6
35	Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques	78,259	77,369	-1.1
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	90,862	97,653	7.5
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	56,434	61,000	8.1
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	67,469	71,496	6.0
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'oeuvre)	77,708	77,203	-0.6
40	All other departments (includes gifts and seasonal) - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers)	185,263	203,187	9.7
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL- TOUS LES RAYONS	3,597,606	3,908,154	8.6

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-avril

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1997/1996 Variation 1997/1996
		1996	1997	
		\$'000	%	
1	Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles	23,688	25,846	9.1
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	37,041	37,265	0.6
3	Women's and misses' casual wear - Vêtements de sport pour dames et jeunes filles	245,898	245,848	--
4	Nursery Equipment - Articles de chambres d'enfants	39,081	44,379	13.6
5	Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants	122,612	119,844	-2.3
6	Girls' wear - Vêtements de fillettes	46,736	49,620	6.2
7	Lingerie and Women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	54,068	59,961	10.9
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	78,514	79,332	1.0
9	Athletic footwear - Chaussures athlétiques	38,131	40,538	6.3
10	Women's hosiery - Bas pour dames	49,401	51,614	4.5
11	Women's accessories - Articles de parure pour dames	39,179	43,101	10.0
12	Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants	73,111	82,360	12.7
13	Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes	57,226	60,749	6.2
14	Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes	216,063	238,069	10.2
15	Boy's clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	43,424	48,699	12.1
16	Men's and boy's footwear - Chaussures pour hommes et garçons	41,542	46,791	12.6
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	168,471	193,538	14.9
18	Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilettes, produits de beauté et pharmaceutiques	393,965	451,294	14.6
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	23,510	24,725	5.2
20	Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce	52,350	51,393	-1.8
21	Linen - Linges de maison	155,356	171,825	10.6
22	Luggage - Bagages	12,720	14,836	16.6
23	China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verterie et argenterie	41,454	44,122	6.4
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	32,108	32,962	2.7
25	Draperies and furniture coverings - Tentures et housses	32,840	34,261	4.3
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	25,459	31,322	23.0
27	Furniture - Meubles	122,701	131,562	7.2
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	134,242	144,397	7.6
29	Home entertainment equipment (T.V., stereo, V.C.R., etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.)	191,026	208,537	9.2
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	191,729	211,905	10.5
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	103,698	122,887	18.5
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction
33	Jewellery - Bijouterie	53,247	60,925	14.4
34	Toys and games - Jouets et jeux	101,017	115,741	14.6
35	Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques	78,259	77,369	-1.1
36	Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau	90,862	97,653	7.5
37	Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures	56,434	61,000	8.1
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	67,469	71,496	6.0
39	Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (pièces et main-d'oeuvre)	77,708	77,203	-0.6
40	All other departments (includes gifts and seasonal) - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers)	185,263	203,187	9.7
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL- TOUS LES RAYONS	3,597,606	3,908,154	8.6

Table 7.

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

Tableau 7.

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

Period Période	Department stores					
			Grands magasins		Discount	
	Total		Major		D'escomptes	
	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution	Sales Ventes	Distribution
	\$'000	%	\$'000	%	\$'000	%
1994						
January - Janvier	666,161	100.0	365,789	54.9	300,371	45.1
February - Février	752,560	100.0	359,954	47.8	392,606	52.2
March - Mars	967,582	100.0	501,359	51.8	466,222	48.2
April - Avril	999,691	100.0	509,510	51.0	490,180	49.0
May - Mai	1,022,975	100.0	528,222	51.6	494,753	48.4
June - Juin	1,067,381	100.0	551,505	51.7	515,876	48.3
July - Juillet	945,816	100.0	473,305	50.0	472,511	50.0
August - Août	1,087,707	100.0	547,295	50.3	540,412	49.7
September - Septembre	1,014,377	100.0	541,113	53.3	473,264	46.7
October - Octobre	1,149,620	100.0	591,874	51.5	557,746	48.5
November - Novembre	1,435,457	100.0	709,684	49.4	725,773	50.6
December - Décembre	2,189,631	100.0	1,084,301	49.5	1,105,330	50.5
Year - Année	13,298,958	100.0	6,763,913	50.9	6,535,045	49.1
1995						
January - Janvier	714,635	100.0	351,313	49.2	363,322	50.8
February - Février	722,854	100.0	343,025	47.5	379,828	52.5
March - Mars	953,009	100.0	451,883	47.4	501,126	52.6
April - Avril	1,043,974	100.0	481,272	46.1	562,701	53.9
May - Mai	1,110,195	100.0	522,695	47.1	587,500	52.9
June - Juin	1,142,457	100.0	533,117	46.7	609,340	53.3
July - Juillet	1,002,857	100.0	458,189	45.7	544,667	54.3
August - Août	1,137,864	100.0	518,619	45.6	619,245	54.4
September - Septembre	1,118,589	100.0	543,468	48.6	575,122	51.4
October - Octobre	1,176,277	100.0	536,886	45.6	639,390	54.4
November - Novembre	1,536,861	100.0	693,118	45.1	843,744	54.9
December - Décembre	2,180,058	100.0	996,003	45.7	1,184,055	54.3
Year - Année	13,839,630	100.0	6,429,589	46.5	7,410,041	53.5
1996						
January - Janvier	762,857	100.0	337,319	44.2	425,538	55.8
February - Février	804,443	100.0	365,931	45.5	438,511	54.5
March - Mars	973,739	100.0	444,537	45.7	529,202	54.3
April - Avril	1,056,567	100.0	473,415	44.8	583,152	55.2
May - Mai	1,157,534	100.0	508,447	43.9	649,086	56.1
June - Juin	1,147,332	100.0	505,451	44.1	641,880	55.9
July - Juillet	1,019,487	100.0	438,082	43.0	581,405	57.0
August - Août	1,199,652	100.0	525,616	43.8	674,036	56.2
September - Septembre	1,126,079	100.0	528,227	46.9	597,852	53.1
October - Octobre	1,265,400	100.0	555,598	43.9	709,803	56.1
November - Novembre	1,665,810	100.0	723,421	43.4	942,388	56.6
December - Décembre	2,267,930	100.0	995,562	43.9	1,272,368	56.1
Year - Année	14,446,830	100.0	6,401,608	44.3	8,045,222	55.7

Table 8.

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

Period Période	Unadjusted		Seasonally adjusted	
	Non-désaisonnalisés		Désaisonnalisés	
	Inventories Stocks	Year/year change Variation année/année	Inventories Stocks	Month/month change Variation mois/mois
	\$'000	%	\$'000	%
1994				
January - Janvier	4,397,082	5.1	5,132,860	-1.1
February - Février	4,801,254	4.3	5,174,519	0.8
March - Mars	5,300,636	4.9	5,314,671	2.7
April - Avril	4,877,944	-5.8	4,794,127	-9.8
May - Mai	4,831,451	-4.8	4,854,973	1.3
June - Juin	4,496,015	-5.9	4,779,736	-1.5
July - Juillet	4,580,603	-4.3	4,859,125	1.7
August - Août	4,865,971	-2.4	4,922,815	1.3
September - Septembre	5,149,768	-4.0	4,922,954	-
October - Octobre	5,695,725	-5.0	4,911,319	-0.2
November - Novembre	6,157,898	-0.8	5,109,602	4.0
December - Décembre	4,789,334	-0.7	5,166,974	1.1
1995				
January - Janvier	4,502,072	2.4	5,225,573	1.1
February - Février	4,875,118	1.5	5,245,137	0.4
March - Mars	5,246,065	-1.0	5,254,978	0.2
April - Avril	5,347,295	9.6	5,276,080	0.4
May - Mai	5,325,050	10.2	5,380,590	2.0
June - Juin	5,118,415	13.8	5,459,411	1.5
July - Juillet	5,141,772	12.3	5,473,985	0.3
August - Août	5,587,846	14.8	5,669,328	3.6
September - Septembre	6,079,358	18.1	5,836,526	2.9
October - Octobre	6,574,355	15.4	5,694,675	-2.4
November - Novembre	6,795,231	10.3	5,643,607	-0.9
December - Décembre	5,219,623	9.0	5,652,305	0.2
1996				
January - Janvier	4,971,457	10.4	5,744,263	1.6
February - Février	5,311,083	8.9	5,702,416	-0.7
March - Mars	5,736,731	9.4	5,727,665	0.4
April - Avril	5,873,613	9.8	5,792,536	1.1
May - Mai	5,731,287	7.6	5,784,168	-0.1
June - Juin	5,461,376	6.7	5,810,042	0.4
July - Juillet	5,438,351	5.8	5,778,476	-0.5
August - Août	5,506,690	-1.5	5,569,091	-3.6
September - Septembre	5,909,923	-2.8	5,657,969	1.6
October - Octobre	6,573,776	-	5,686,667	0.5
November - Novembre	6,878,885	1.2	5,704,375	0.3
December - Décembre	5,225,080	0.1	5,660,579	-0.8
1997				
January - Janvier	5,009,803	0.8	5,761,294	1.8
February - Février	5,387,577	1.4	5,776,264	0.3
March - Mars	5,850,874	2.0	5,838,612	1.1
April - Avril	5,974,355	1.7	5,874,493	0.6
May - Mai				
June - Juin				
July - Juillet				
August - Août				
September - Septembre				
October - Octobre				
November - Novembre				
December - Décembre				

Tableau 8.

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

Table 9.

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

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	1,018,749	-5.1
February - Février	752,560	8.9	1,154,555	13.3
March - Mars	967,582	11.8	1,174,456	1.7
April - Avril	999,691	-0.3	1,076,062	-8.4
May - Mai	1,022,975	-1.6	1,092,922	1.6
June - Juin	1,067,381	7.0	1,104,871	1.1
July - Juillet	945,816	0.4	1,098,628	-0.6
August - Août	1,087,707	11.7	1,143,621	4.1
September - Septembre	1,014,377	-2.7	1,063,668	-7.0
October - Octobre	1,149,620	3.4	1,115,395	4.9
November - Novembre	1,435,457	6.8	1,121,690	0.6
December - Décembre	2,189,631	5.6	1,134,336	1.1
1995				
January - Janvier	714,635	7.3	1,124,782	-0.8
February - Février	722,854	-3.9	1,102,963	-1.9
March - Mars	953,009	-1.5	1,137,182	3.1
April - Avril	1,043,974	4.4	1,139,182	0.2
May - Mai	1,110,195	8.5	1,156,287	1.5
June - Juin	1,142,457	7.0	1,175,356	1.6
July - Juillet	1,002,857	6.0	1,167,674	-0.7
August - Août	1,137,864	4.6	1,178,316	0.9
September - Septembre	1,118,589	10.3	1,164,844	-1.1
October - Octobre	1,176,277	2.3	1,169,024	0.4
November - Novembre	1,536,861	7.1	1,166,789	-0.2
December - Décembre	2,180,058	-0.4	1,157,225	-0.8
1996				
January - Janvier	762,857	6.7	1,176,856	1.7
February - Février	804,443	11.3	1,172,941	-0.3
March - Mars	973,739	2.2	1,169,111	-0.3
April - Avril	1,056,567	1.2	1,178,110	0.8
May - Mai	1,157,534	4.3	1,187,275	0.8
June - Juin	1,147,332	0.4	1,192,138	0.4
July - Juillet	1,019,487	1.7	1,199,798	0.6
August - Août	1,199,652	5.4	1,214,672	1.2
September - Septembre	1,126,079	0.7	1,221,382	0.6
October - Octobre	1,265,400	7.6	1,231,121	0.8
November - Novembre	1,665,810	8.4	1,254,705	1.9
December - Décembre	2,267,930	4.0	1,248,716	-0.5
1997				
January - Janvier	822,810	7.9	1,253,906	0.4
February - Février	846,452	5.2	1,281,007	2.2
March - Mars	1,084,684	11.4	1,290,477	0.7
April - Avril	1,154,208	9.2	1,290,309	-
May - Mai				
June - Juin				
July - Juillet				
August - Août				
September - Septembre				
October - Octobre				
November - Novembre				
December - Décembre				

Table 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	2,035,549	-7.0	-25.7			
April - Avril	3,181,695	2,587,531	2,152,482	5.7	-16.8			
May - Mai	3,226,237	2,615,398						
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	3,302	2,800	2,486	-7.2	-11.2			
February - Février	3,312	2,801	2,287	-8.0	-18.3			
March - Mars	3,297	2,856	2,175	-4.9	-23.8			
April - Avril	3,330	2,770	2,300	5.7	-17.0			
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						

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 "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

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 revisées et publiées dans la publication de mai. En complément, les données désaisonnalisées mensuelles seront révisées une fois l'an pour l'année courante et les trois années antérieures et seront publiées dans l'édition de décembre.

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

Note aux utilisateurs

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

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

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

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

Appendix II

List of Department Store Organizations

Major Department Store Organizations

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

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

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

Discount Department Store Organizations

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

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

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

Appendice II

Liste des organisations de grands magasins

Organisations de grands magasins traditionnels

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

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

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

Organisations de grands magasins d'escompte

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

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

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

Text Table I.

**Measures of Reliability, Department Stores, Canada,
April 1997**

Tableau explicatif I.

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

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

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

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

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

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

THE STATISTICS CANADA EARLY MORNING START-UP SPECIAL

Every morning at 8:30 a.m., Monday to Friday, Internet users can display the day's top socio-economic data simply by selecting *Daily News* on Statistic Canada's Web site at www.statcan.ca. There is no charge for this service.

The Daily is an early-bird review of the latest official data and information released by Statistics Canada. Key economic indicators like employment rates and the Consumer Price Index, in addition to a wide range of business-related information, make **The Daily** the #1 choice for business people who want to keep up-to-date on the country's most important economic developments... as they happen. It is also the best source for concise briefs on the state of the economy and Canadian society in general.

HERE'S JUST A TASTE OF WHAT YOU'LL FIND AT OUR SITE:

- gross domestic product
- income characteristics
- household information
- population statistics
- motor vehicle sales
- fuel prices
- international trade
- agricultural data
- employment rates
- consumer price indexes
- international transactions in securities
- census data

- investment
- wholesale and retail trade
- national accounts and balance of payments
- shipments
- travel statistics
- construction
- manufacturing
- ... and more

FIND OUT WHY JOURNALISTS ACROSS CANADA ACCESS **THE DAILY** EVERY WORKING DAY

The media has long relied on **The Daily** for the information contained in many of the news reports Canadians read or listen to on a regular basis. Now you, too, can link up to this same information quickly and conveniently. What's more, **The Daily** will keep you tuned to the timing and delivery of major Statistics Canada releases and the arrival of our newest products and services.

So, pull up a chair and visit us at our Web site soon. We want your day to get off to the right start.



POUR PARTIR DU BON PIED : **LE QUOTIDIEN DE STATISTIQUE CANADA**

Dès 8 h 30, du lundi au vendredi, les utilisateurs d'Internet peuvent consulter les principales données socioéconomiques de la journée en accédant aux *Nouvelles du Quotidien* sur le site Web de Statistique Canada à www.statcan.ca. Le service est gratuit.

Le Quotidien permet un survol rapide des plus récentes données et analyses officielles que diffuse Statistique Canada. Des indicateurs économiques clés tels que les taux d'emploi et les indices des prix à la consommation, auxquels s'ajoute l'éventail des données sur l'activité commerciale, font du **Quotidien** le choix idéal pour les gens d'affaires qui souhaitent être informés des faits saillants de l'économie... dès qu'ils surviennent. C'est aussi la source par excellence de résumés succincts sur l'état de l'économie et de la société canadienne en général.

VOICI UN APERÇU DU CONTENU :

- produit intérieur brut
- caractéristiques du revenu
- renseignements sur les ménages opérations internationales en valeurs mobilières données de recensement données sur les investissements commerce de gros et de détail comptes nationaux et balance des paiements livraisons manufacturières statistiques des voyages construction fabrication ... et plus
- statistiques sur la population
- ventes de véhicules automobiles
- prix du carburant
- commerce international
- données sur l'agriculture
- taux d'emploi
- indices des prix à la consommation

VOYEZ POURQUOI, PARTOUT AU PAYS, LES JOURNALISTES LISENT **LE QUOTIDIEN** CHAQUE JOUR OUVRABLE

Depuis longtemps, les médias puisent dans **Le Quotidien** l'information qui alimente un bon nombre de reportages que les Canadiens lisent ou entendent régulièrement. Désormais, vous aussi pouvez y accéder rapidement et en temps utile. **Le Quotidien** vous informera de l'heure et de la parution des principaux communiqués de Statistique Canada et de l'arrivée de nos plus récents produits et services.

Pour partir du bon pied, ne tardez pas! Visitez notre site Web :

<http://www.statcan.ca>



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. 76-001-XPE) for only \$58 in Canada (plus GST and PST), US\$58 outside Canada. To order:

CALL toll-free 1-800-287-8677
FAX toll-free 1-800-880-0734

MAIL to

Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management,
120 Bankdale 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. 76-001-XPF en catalogue) coûte seulement \$88 par année au Canada (PPS en sus et TVP, si il y a lieu), \$88 US à l'extérieur du Canada.

TELEPHONEZ sans frais au 1-800-287-8677

TELECOPIEZ sans frais au 1-800-880-0734

POSTEZ votre commande à

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

INTERNET order@statcan.ca

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