



Catalogue no. 63-210-XPB

Retail Chain and Department Stores

Fiscal year ended March 31, 1997
1996

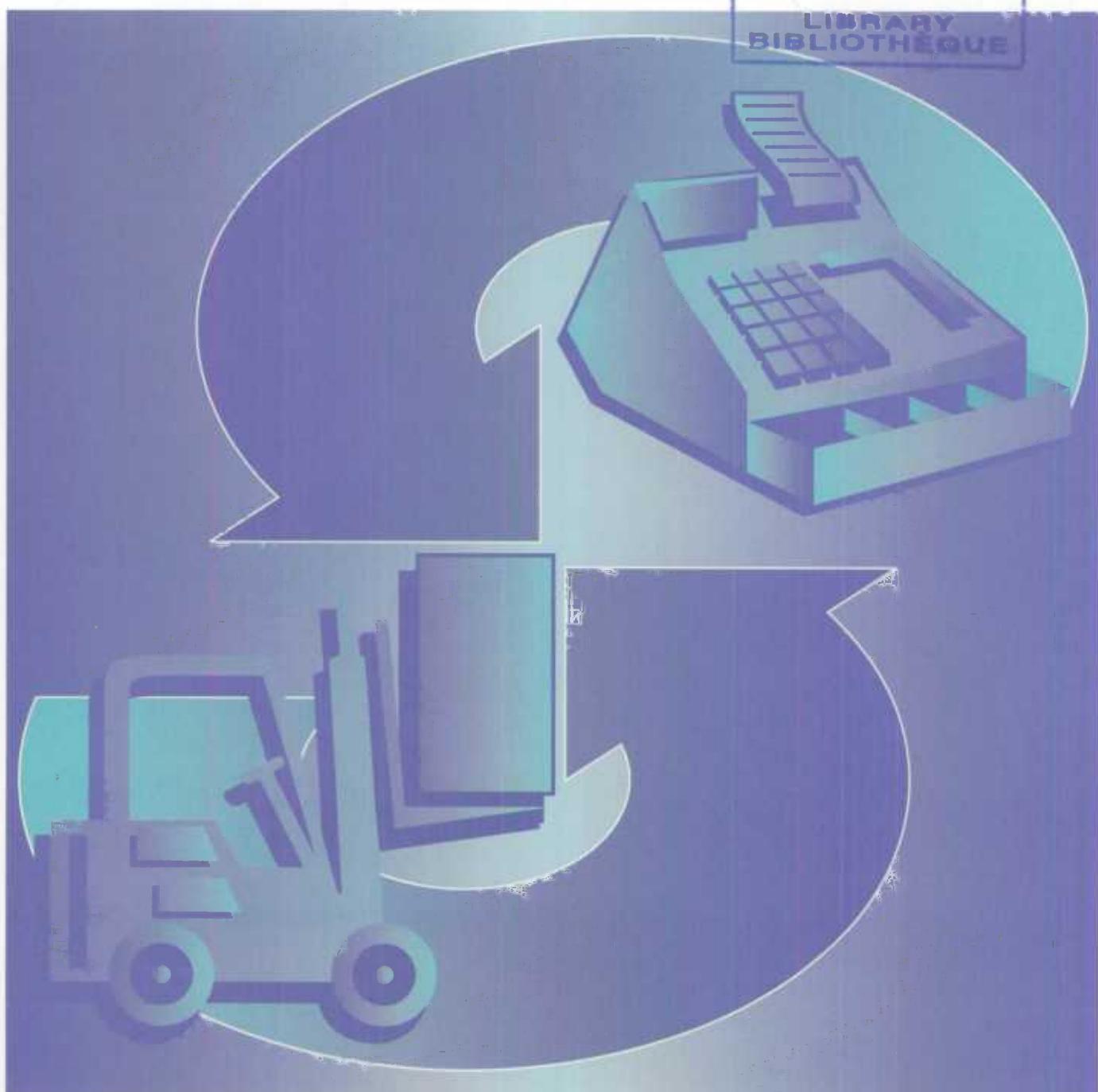
N° 63-210-XPB au catalogue

Magasins de détail à succursales et les grands magasins

STATISTICS CANADA STATISTIQUE DU CANADA Année financière close le Mars 1997 1996

SEP 21 1998

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 product and related statistics or services should be directed to: Retail Trades Section, Distributive Trades Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone: (613) 951-3565) 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. 63-210-XPB, is published annually as a standard paper product for \$39.00 in Canada. Outside Canada the cost is US\$39.00.

Please order by mail, at Statistics Canada, Dissemination Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6; by phone, at (613) 951-7277 or 1 800 770-1033; by fax, at (613) 951-1584 or 1 800 889-9734; or by Internet, at order@statcan.ca. For changes of address, please provide both old and new addresses. Statistics Canada products may also be purchased from authorized agents, bookstores and local Statistics Canada offices.

Standards of service to the public

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

Des données sous plusieurs formes

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

Comment obtenir d'autres renseignements

Toute demande de renseignements au sujet du présent produit ou au sujet destatistiques ou de services connexes doit être adressée à : Section du commerce de détail, Division des statistiques du commerce, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (téléphone : (613) 951-3565) ou à l'un des centres de consultation régionaux de Statistique Canada :

| | | | |
|----------|----------------|-----------|----------------|
| Halifax | (902) 426-5331 | Regina | (306) 780-5405 |
| Montréal | (514) 283-5725 | Edmonton | (403) 495-3027 |
| Ottawa | (613) 951-8116 | Calgary | (403) 292-6717 |
| Toronto | (416) 973-6586 | Vancouver | (604) 666-3691 |
| Winnipeg | (204) 983-4020 | | |

Vous pouvez également visiter notre site sur le Web :
<http://www.statcan.ca>

Un service d'appel interurbain sans frais est offert à tous les utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres de consultation régionaux.

| | |
|---|----------------|
| Service national de renseignements | 1 800 263-1136 |
| Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants | 1 800 363-7629 |
| Numéro pour commander seulement (Canada et États-Unis) | 1 800 267-6677 |

Renseignements sur les commandes et les abonnements

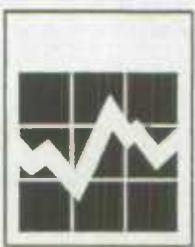
Les prix ne comprennent pas les taxes de vente

Le produit n° 63-210-XPB au catalogue paraît annuellement en version imprimée standard au coût de 39 \$ au Canada. À l'extérieur du Canada, le coût est de 39 \$.US.

Veuillez commander par la poste, en écrivant à Statistique Canada, Division de la diffusion, Gestion de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6; par téléphone, en composant le (613) 951-7277 ou le 1 800 770-1033; par télécopieur, en composant le (613) 951-1584 ou le 1 800 889-9734; ou par Internet, en vous rendant à order@statcan.ca. Lorsque vous signalez un changement d'adresse, veuillez nous fournir l'ancienne et la nouvelle adresses. On peut aussi se procurer les produits de Statistique Canada auprès des agents autorisés, dans les librairies et dans les bureaux régionaux de Statistique Canada.

Normes de service à la clientèle

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



Statistics Canada
Distributive Trades Division
Retail Trade Section

Retail Chain and Department Stores

1996

Statistique Canada
Division des statistiques du commerce
Section du commerce de détail

Magasins de détail à succursales et les grands magasins

1996

Published by authority of the Minister
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 1998

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

September 1998

Catalogue No. 63-210-XPB

Frequency: Annual

ISSN 0227-017X

Ottawa

Publication autorisée par le ministre
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1998

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

Septembre 1998

N° 63-210-XPB au catalogue

Périodicité : annuelle

ISSN 0227-017X

Ottawa

Note of appreciation

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

Statistics in this publication are not available from Statistics Canada computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System). Some current and historical statistics on department store sales and stocks (matrix no. 112) as well as other retail trade series are accessible on CANSIM via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the CANSIM staff. Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- **F. Maranda**, Director, Distributive Trades Division
- **R. Lussier**, Assistant Director, Distributive Trades Division
- **B. Meyer**, Chief, Retail Trade 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 statistiques sur cette publication ne sont pas disponibles sur la banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (système canadien d'information socio-économique). Cependant, certaines statistiques actuelles et historiques sur les ventes et stocks des grands magasins (matrice n° 112) ainsi que de nombreuses autres séries, sont accessibles sur CANSIM par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinolingués. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **F. Maranda**, directeur, division des statistiques du commerce
- **R. Lussier**, directeur adjoint, division des statistiques du commerce
- **B. Meyer**, chef, section du commerce de détail, division des statistiques du commerce

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'"American National Standard for Information Sciences" "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 1984.



Table of Contents

| | Page | Page |
|---|--------|--|
| Highlights | xi | Faits saillants |
| Article: "Big Box" Stores | xiii | Article : Les magasins à grande surface |
| Text Tables | | Tableaux explicatifs |
| I. Historical Statistics on Sales of Department Stores, Chain Stores and Independent Stores, as a Percentage of Total Retail Trade, Canada, 1935-1996 | xxxiii | I. Statistiques historiques sur les ventes des grands magasins, des magasins à succursales et des magasins indépendants, par rapport à l'ensemble du commerce de détail, Canada, 1935-1996 |
| II. Retail Chain Store Sales (excluding department stores), by Trade Group and Selected Industry Class, Canada, 1993-1996 | xxxiv | II. Ventes des magasins de détail à succursales (sans les grands magasins), par groupe de genre de commerce et certaines classes industrielles, Canada, 1993-1996 |
| III. Retail Chains (excluding department stores), Canada: Percentage Distribution by Selected Characteristic, 1993-1996 | xxxvi | III. Chaînes de magasins de détail (sans les grands magasins), Canada: répartition en pourcentage selon certaines caractéristiques, 1993-1996 |
| IV. Cost of Goods Sold and Gross Profit, as a Percentage of Total Sales, by Selected Industry Class, Canada, 1996 | xxxvii | IV. Coût des marchandises vendues et profit brut, par rapport aux ventes totales, selon certaines classes industrielles, Canada, 1996 |
| Tables | | Tableaux |
| 1. Historical Statistics of Retail Chains (excluding department stores), Canada, 1935-1996 | 3 | 1. Statistiques historiques sur les chaînes de magasins de détail (sans les grands magasins), Canada, 1935-1996 |
| 2. Principal Statistics of Retail Chains (excluding department stores), Canada, by Industry Class, 1996 | 4 | 2. Statistiques principales des chaînes de magasins de détail (sans les grands magasins), Canada, par classe industrielle, 1996 |
| 3. Retail Chains (excluding department stores), by Province, 1995 and 1996 | 6 | 3. Chaînes de magasins de détail (sans les grands magasins), par province, 1995 et 1996 |
| 4. Retail Chains (excluding department stores), by Number of Stores Operated, Canada, 1995 and 1996 | 7 | 4. Chaînes de magasins de détail (sans les grands magasins), selon le nombre de magasins exploités, Canada, 1995 et 1996 |

Table of Contents - Continued

| | Page |
|--|------|
|--|------|

Tables - Continued

5. Retail Chains (excluding department stores), by Annual Sales Volume, Canada, 1995 and 1996 7
6. Retail Chains (excluding department stores), by Number of Stores Operated, by Selected Industry Class, Canada, 1996 8
7. Retail Chains (excluding department stores), by Annual Sales Volume, by Selected Industry Class, Canada, 1996 10
8. Retail Chains (excluding department stores), Total Floor Area, by Selected Industry Class and Selected Respondents, Canada, 1996 12
9. Retail Chains (excluding department stores), Floor Area Accessible to the Public, by Selected Industry Class and Selected Respondents, Canada 1996 14
10. Retail Chains (excluding department stores), by Selected Industry Class, Canada, 1995 and 1996 16
11. Retail Chains (excluding department stores), by Type of Operation, Canada, 1995 and 1996 17
12. Retail Chain Stores (excluding department stores), by Selected Locality, 1995 and 1996 18

Supermarket and Grocery Chains

13. Historical Statistics of Supermarket and Grocery Chains, Canada, 1979-1996 23

Table des matières - suite

| | Page |
|--|------|
|--|------|

Tableaux - suite

5. Chaînes de magasins de détail (sans les grands magasins), selon le volume des ventes annuelles, Canada, 1995 et 1996 7
6. Chaînes de magasins de détail (sans les grands magasins), selon le nombre de magasins exploités, pour certaines classes industrielles, Canada, 1996 8
7. Chaînes de magasins de détail (sans les grands magasins), selon le volume des ventes annuelles, pour certaines classes industrielles, Canada, 1996 10
8. Chaînes de magasins de détail (sans les grands magasins), superficie totale, selon certaines classes industrielles et certains répondants, Canada, 1996 12
9. Chaînes de magasins de détail (sans les grands magasins), superficie accessible au public, selon certaines classes industrielles et certains répondants, Canada, 1996 14
10. Chaînes de magasins de détail (sans les grands magasins), selon certaines classes industrielles, Canada, 1995 et 1996 16
11. Chaînes de magasins de détail (sans les grands magasins), selon le genre d'exploitation, Canada, 1995 et 1996 17
12. Chaînes de magasins de détail (sans les grands magasins), selon certaines agglomérations, 1995 et 1996 18
- Chaînes de supermarchés d'alimentation et d'épiceries**
13. Statistiques historiques sur les chaînes de supermarchés d'alimentation et d'épiceries, Canada, 1979-1996 23

Table of Contents - Continued

| Tables - Continued | Page | Tableaux - suite | Page |
|---|-------------|---|-------------|
| 14. Supermarket and Grocery Chains, by Province, 1995 and 1996 | 24 | 14. Chaînes de supermarchés d'alimentation et d'épiceries, par province, 1995 et 1996 | 24 |
| 15. Supermarket and Grocery Chains, by Number of Stores Operated, Canada, 1995 and 1996 | 25 | 15. Chaînes de supermarchés d'alimentation et d'épiceries, selon le nombre de magasins exploités, Canada, 1995 et 1996 | 25 |
| 16. Supermarket and Grocery Chains, by Annual Sales Volume, Canada, 1995 and 1996 | 25 | 16. Chaînes de supermarchés d'alimentation et d'épiceries, selon le volume des ventes annuelles, Canada, 1995 et 1996 | 25 |
| 17. Supermarket and Grocery Chain Stores, by Annual Sales Volume, Canada, 1995 and 1996 | 25 | 17. Succursales des chaînes de supermarchés d'alimentation et d'épiceries, selon le volume des ventes annuelles, Canada, 1995 et 1996 | 25 |
| 18. Supermarket and Grocery Chain Stores, by Selected Locality, 1995 and 1996 | 26 | 18. Succursales des chaînes de supermarchés d'alimentation et d'épiceries, selon certaines agglomérations, 1995 et 1996 | 26 |
| Shoe Chains | | | |
| 19. Historical Statistics of Shoe Chains, Canada, 1979-1996 | 31 | 19. Statistiques historiques sur les chaînes de magasins de chaussures, Canada, 1979-1996 | 31 |
| 20. Shoe Chains, by Province, 1995 and 1996 | 32 | 20. Chaînes de magasins de chaussures, par province, 1995 et 1996 | 32 |
| 21. Shoe Chains, by Number of Stores Operated, Canada, 1995 and 1996 | 33 | 21. Chaînes de magasins de chaussures, selon le nombre de magasins exploités, Canada, 1995 et 1996 | 33 |
| 22. Shoe Chains, by Annual Sales Volume, Canada, 1995 and 1996 | 33 | 22. Chaînes de magasins de chaussures, selon le volume des ventes annuelles, Canada, 1995 et 1996 | 33 |
| 23. Shoe Chain Stores, by Annual Sales Volume, Canada, 1995 and 1996 | 33 | 23. Succursales des chaînes de magasins de chaussures, selon le volume des ventes annuelles, Canada, 1995 et 1996 | 33 |
| 24. Shoe Chain Stores, by Selected Locality, 1995 and 1996 | 34 | 24. Succursales des chaînes de magasins de chaussures, selon certaines agglomérations, 1995 et 1996 | 34 |

Table des matières - suite

Table of Contents - Continued

| | Page | |
|---------------------------|-------------|--|
| Tables - Continued | | |

Women's Clothing Chains

| | | |
|---|----|--|
| 25. Historical Statistics of Women's Clothing Chains, Canada, 1979-1996 | 39 | |
|---|----|--|

| | | |
|---|----|--|
| 26. Women's Clothing Chains, by Province, 1995 and 1996 | 40 | |
|---|----|--|

| | | |
|--|----|--|
| 27. Women's Clothing Chains, by Number of Stores Operated, Canada, 1995 and 1996 | 41 | |
|--|----|--|

| | | |
|--|----|--|
| 28. Women's Clothing Chains, by Annual Sales Volume, Canada, 1995 and 1996 | 41 | |
|--|----|--|

| | | |
|--|----|--|
| 29. Women's Clothing Chain Stores, by Annual Sales Volume, Canada, 1995 and 1996 | 41 | |
|--|----|--|

| | | |
|--|----|--|
| 30. Women's Clothing Chain Stores, by Selected Locality, 1995 and 1996 | 42 | |
|--|----|--|

Other General Merchandise Chains (variety and general merchandise stores)

| | | |
|--|----|--|
| 31. Historical Statistics of Other General Merchandise Chains, Canada, 1979-1996 | 47 | |
|--|----|--|

| | | |
|--|----|--|
| 32. Other General Merchandise Chains, by Province, 1995 and 1996 | 48 | |
|--|----|--|

| | | |
|---|----|--|
| 33. Other General Merchandise Chains, by Number of Stores Operated, Canada, 1995 and 1996 | 49 | |
|---|----|--|

| | | |
|---|----|--|
| 34. Other General Merchandise Chains, by Annual Sales Volume, Canada, 1995 and 1996 | 49 | |
|---|----|--|

Table des matières - suite

| | Page | |
|-------------------------|-------------|--|
| Tableaux - suite | | |

Châînes de magasins de vêtements pour dames

| | | |
|---|----|--|
| 25. Statistiques historiques sur les chaînes de magasins de vêtements pour dames, Canada, 1979-1996 | 39 | |
|---|----|--|

| | | |
|--|----|--|
| 26. Chaînes de magasins de vêtements pour dames, par province 1995 et 1996 | 40 | |
|--|----|--|

| | | |
|--|----|--|
| 27. Chaînes de magasins de vêtements pour dames, selon le nombre de magasins exploités, Canada, 1995 et 1996 | 41 | |
|--|----|--|

| | | |
|---|----|--|
| 28. Chaînes de magasins de vêtements pour dames, selon le volume des ventes annuelles, Canada, 1995 et 1996 | 41 | |
|---|----|--|

| | | |
|---|----|--|
| 29. Succursales des chaînes de magasins de vêtements pour dames, selon le volume des ventes annuelles, Canada, 1995 et 1996 | 41 | |
|---|----|--|

| | | |
|---|----|--|
| 30. Succursales des chaînes de magasins de vêtements pour dames, selon certaines agglomérations, 1995 et 1996 | 42 | |
|---|----|--|

Autres chaînes de magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses)

| | | |
|---|----|--|
| 31. Statistiques historiques sur les autres chaînes de magasins de marchandises diverses, Canada, 1979-1996 | 47 | |
|---|----|--|

| | | |
|---|----|--|
| 32. Autres chaînes de magasins de marchandises diverses, par province, 1995 et 1996 | 48 | |
|---|----|--|

| | | |
|--|----|--|
| 33. Autres chaînes de magasins de marchandises diverses, selon le nombre de magasins exploités, Canada, 1995 et 1996 | 49 | |
|--|----|--|

| | | |
|---|----|--|
| 34. Autres chaînes de magasins de marchandises diverses, selon le volume des ventes annuelles, Canada, 1995 et 1996 | 49 | |
|---|----|--|

Table of Contents - Continued

| Tables - Continued | Page | Tableaux - suite | Page |
|--|------|---|------|
| 35. Other General Merchandise Chain Stores, by Annual Sales Volume, Canada, 1995 and 1996 | 49 | 35. Succursales des autres chaînes de magasins de marchandises diverses, selon le volume des ventes annuelles, Canada, 1995 et 1996 | 49 |
| 36. Other General Merchandise Chain Stores, by Selected Locality, 1995 and 1996 | 50 | 36. Succursales des autres chaînes de magasins de marchandises diverses, selon certaines agglomérations, 1995 et 1996 | 50 |
| Department Stores | | | |
| 37. Historical Statistics of Department Stores, Canada, 1979-1996 | 55 | 37. Statistiques historiques sur les grands magasins, Canada, 1979-1996 | 55 |
| 38. Historical Statistics of Department Store Sales, as a Percentage of Total Retail Trade, by Province, 1979-1996 | 55 | 38. Statistiques historiques sur les ventes des grands magasins, par rapport à l'ensemble du commerce de détail, selon la province, 1979-1996 | 55 |
| 39. Department Stores, by Province, 1995 and 1996 | 56 | 39. Grands magasins, par province, 1995 et 1996 | 56 |
| 40. Department Stores Outlets, by Annual Sales Volume, Canada, 1995 and 1996 | 57 | 40. Points de vente des grands magasins, selon le volume des ventes annuelles, Canada, 1995 et 1996 | 57 |
| 41. Department Store Sales, by Department, Canada, 1995 and 1996 | 58 | 41. Ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1995 et 1996 | 58 |
| 42a. Department Stores, Floor Area Accessible to the Public (square metres), Canada, 1994-1996 | 59 | 42a. Grands magasins, selon la superficie accessible au public (mètres carrés), Canada, 1994-1996 | 59 |
| 42b. Department Stores, Floor Area Accessible to the Public (square feet), Canada, 1994-1996 | 59 | 42b. Grands magasins, selon la superficie accessible au public (pieds carrés), Canada, 1994-1996 | 59 |
| 43. Department Store Outlets, by Selected Locality, 1995 and 1996 | 60 | 43. Points de vente des grands magasins, selon certaines agglomérations, 1995 et 1996 | 60 |

Table des matières - suite

Table of Contents - Concluded**Tables - Concluded**

Page

Appendices

- | | | |
|------|--|----|
| I. | Definitions | 63 |
| II. | Data Quality and Methodology | 67 |
| | Differences in Historical Data | 69 |
| III. | Data Reliability | 71 |
| IV. | Data Confidentiality | 73 |
| V. | Partial List of Retail Chains in Canada, 1996 | 75 |
| VI. | List of Department Stores in Canada, 1996 | 91 |

Table des matières - fin**Tableaux - fin**

Page

Appendices

- | | | |
|------|--|----|
| I. | Définitions | 63 |
| II. | Qualité des données et méthodologie | 67 |
| | Divergences dans les données chronologiques | 69 |
| III. | Fiabilité des données | 71 |
| IV. | Confidentialité des données | 73 |
| V. | Répertoire partiel des entreprises de magasins de détail à succursales au Canada, 1996 | 75 |
| VI. | Répertoire des grands magasins au Canada, 1996 | 91 |

FOR FURTHER READING

Selected Statistics Canada Publications

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> |
| 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, you may telephone (613) 951-7277 or by fax (613) 951-1584 or internet: order@statcan.ca. You may also call 1 800 267-6677 (Canada and United States). If you order by telephone, written confirmation is not required.

Pour obtenir une publication, veuillez communiquer par téléphone au (613) 951-7277 ou par télécopieur au (613) 951-1584 ou par internet en vous : order@statcan.ca. Vous pouvez aussi 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.

Other Products and Services

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada published 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. 11-204XPE, price Canada: \$16.00,
Outside Canada: US\$16.00.

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° 11-204XPF au catalogue, prix Canada: 16 \$
À l'extérieur du Canada : 16 \$US.

Highlights

RETAIL CHAIN AND DEPARTMENT STORES

The slow growth of the Canadian economy in 1995 continued in 1996 with an increase of 1.5% in the gross domestic product. This growth was due to increases of 5.0% in exports and 2.5% in final domestic demand. For final domestic demand, this was the second strongest gain since 1994. The long period of low interest rates may have helped to stimulate consumer spending, the main component of final domestic demand.

Chain stores were able to profit from the increased consumer spending; their sales rose by 4.8%, the strongest gain since 1994 despite a drop of 297 in the maximum number of chain store outlets during the year. By contrast, department stores posted the smallest increase in sales (3.7%) since 1993, and the number of department store outlets remained practically unchanged during the same period.

Among the six chain store trade groups, the automotive vehicles, parts and accessories, sales and service group registered an increase of \$715.4 million in sales. While this was not the largest gain for a trade group in absolute terms, it represented the greatest percentage increase from 1995 to 1996 (8.1%), followed by that of the household furniture, appliances and furnishings group (7.6%). For its part, the food, beverage and drug group accounted for nearly half of total chain store sales in 1996. Of the various trade groups, it posted the third strongest growth in sales (7.1%).

Among the 40 departments included in department stores, purchases of toiletries, cosmetics and pharmaceutical products jumped 16.3%. Proportionally, this department is the largest, accounting for nearly 10.0% of total department store sales. The other two departments with sales increases of more than 10.0% are: lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings (12.3%) and housewares and small electrical appliances (10.2%).

Chain stores registered higher sales in all provinces and territories except Yukon and the Northwest Territories. Consumers spent more in chain stores in Prince Edward Island (11.0%), Quebec (7.7%) and Alberta (7.1%). Of the three metropolitan areas (Toronto, Vancouver and Montreal), Montreal alone posted an increase (4.5%). Department store sales rose in all provinces. The largest gains were in Saskatchewan (6.4%) and Alberta (5.2%).

Faits saillants

MAGASINS DE DÉTAIL À SUCCURSALES ET LES GRANDS MAGASINS

La croissance lente de l'économie canadienne en 1995 s'est poursuivie en 1996 avec une augmentation de 1.5% du produit intérieur brut. L'origine de cette progression vient d'une hausse de 5.0% des exportations et de 2.5% de la demande intérieure finale. Il s'agit pour la demande intérieure finale de la deuxième meilleure croissance depuis 1994. La longue période de faibles taux d'intérêt peut avoir contribué à stimuler les dépenses de consommation la composante principale de la demande intérieure finale.

Les magasins à succursales ont su profiter des dépenses accrues des consommateurs car leurs ventes ont progressé de 4.8%, la plus forte hausse depuis 1994 malgré une baisse de 297 du nombre maximal de leurs points de vente au cours de l'année. En revanche, les grands magasins ont affiché la plus faible hausse (3.7%) de leurs ventes depuis 1993 et le nombre de points de vente est demeuré pratiquement le même durant la même période.

Parmi les six groupes de commerces des magasins à succursales, le groupe des véhicules automobiles, pièces et accessoires, vente et service a enregistré une augmentation de 715.4 millions de dollars de ces ventes; en chiffres absolus, cette hausse n'est pas la plus importante pour un groupe de commerce, mais il s'agit de la plus forte en terme de changements (8.1%) entre 1995 et 1996 suivi du groupe des meubles appareils et accessoires d'ameublement de maison (7.6%). Pour sa part, le groupe des aliments, boissons et médicaments a représenté près de la moitié du total des ventes des magasins à succursales en 1996. Ce groupe a affiché la troisième meilleure croissance des ventes (7.1%) parmi les groupes de commerce.

Parmi les 40 rayons des grands magasins, les achats des articles de toilette, produits de beauté et pharmaceutiques ont bondi de 16.3%. En terme proportionnel, ce rayon est le plus important et représente près de 10.0% du total des ventes des grands magasins. Les deux autres rayons qui ont affiché un accroissement de leurs ventes au-dessus de 10.0% sont : les lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison (12.3%) et les articles de ménage et petits appareils électriques (10.2%).

Les magasins à succursales ont enregistré une croissance de leurs ventes dans toutes les provinces à l'exception du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest. Les consommateurs ont dépensé plus dans les magasins à succursales à l'Île-du-Prince-Édouard (11.0%), au Québec (7.7%) et en Alberta (7.1%). Parmi les trois régions métropolitaines (Toronto, Vancouver et Montréal), Montréal a été la seule région à afficher une hausse (4.5%). Les ventes des grands magasins se sont accrues dans toutes les provinces. Les plus importantes augmentations sont survenues en Saskatchewan (6.4%) et en Alberta (5.2%).

"Big Box" Stores

By Éric Genest-Laplante

The retail trade sector is in a constant state of flux. Businesses are forever striving to satisfy consumers' needs, and must adapt to their shifting preferences and habits. Retailing has undergone many changes since the first stores opened in Canada, one of the most recent being the advent of "big box" stores. This article provides an overview of the situation and evolution of big boxes¹ in Canada between 1989 and 1996, and will take a close look at how their market share has changed in terms of number of outlets, floor space, and retail sales.

The present study is a response to the increasingly rapid growth of big-box retailing across the country. For Statistics Canada, it also relates to the Unified Enterprise Statistics Program and the introduction of the North American Industry Classification System (NAICS). This new system, which will replace the 1980 Standard Industrial Classification, alters the concept of retail trade.

Only a small number of studies have dealt with big-box retailing (see [1], [2], [4]) focusing on outlet location. They look at its development over time from a qualitative perspective. This article takes a primarily quantitative approach to the subject.

This is the first time that an article on big box stores is published in this publication. All readers are invited to communicate their impressions on the content of the article. All comments are welcome.²

Les magasins à grande surface

Par Éric Genest-Laplante

Le commerce de détail est un secteur en constante mutation. Les entreprises cherchent constamment à satisfaire les besoins des consommateurs et doivent donc s'adapter aux préférences et aux habitudes changeantes de ceux-ci. Depuis l'implantation des premiers magasins au Canada, ce secteur a subi de nombreuses transformations. Une des dernières en date est l'avènement des magasins à grande surface. Cet article brosse un portrait général de la situation et de l'évolution des grandes surfaces¹ au Canada de 1989 à 1996, et plus spécifiquement à l'évolution des parts de marché que s'accaparent ces magasins en termes de points de vente, de surface de plancher, et de ventes au détail.

Cette étude s'inscrit dans le contexte de l'expansion de plus en plus rapide des grandes surfaces au pays. Pour Statistique Canada, l'étude s'inscrit de plus dans le cadre du Programme uniifié des statistiques sur les entreprises et de l'introduction du nouveau Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Cette nouvelle classification, qui remplacera la classification type des industries de 1980, entraîne une révision du concept de commerce au détail.

Très peu d'études ont été réalisées sur ce phénomène (voir [1], [2], [4]). Celles-ci s'intéressent plus spécifiquement à la localisation des grandes surfaces alors que l'évolution à travers le temps y est traitée de manière plutôt qualitative. Cet article aborde la question sous un angle principalement quantitatif.

C'est la première fois que paraît un article sur les magasins à grande surface dans cette publication. Nous invitons les lecteurs à nous communiquer leurs impressions sur le contenu de cet article. Toutes les observations seront les bienvenues.²

¹ For ease of reference, the term "big box" is often used instead of "big-box store".

² Retail Trade Section, Distributive Trades Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, (Telephone: (613) 951-3549 or by fax (613) 951-3522)

¹ Dans le seul but d'alléger le texte, le terme "grande surface" est employé pour désigner "magasin à grande surface".

² Section du commerce de détail, Division des statistiques du commerce, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (Téléphone : (613) 951-3549 ou par télécopieur (613) 951-3522)

Section I

WHAT IS A BIG BOX STORE?

The two main criteria used to identify big-box stores are merchandise selection and floor space. The latter is the key factor that distinguishes big boxes from traditional stores, but it is also the criterion on which the experts disagree most. Some advocate using average floor space to differentiate among big boxes themselves ([10]), while others suggest classifying them according to floor space ranges ([1]). However, it is difficult to produce a uniform classification with this technique since the ranges it generates tend to be quite wide.

In this study, the selection of merchandise is used to divide big boxes into three distinct categories: supermarkets, specialty stores and general merchandise stores. Supermarkets specialize in the sale of food products, although some portion of their floor space may be given over to general merchandise, usually everyday items such as toiletries. Specialty stores, on the other hand, offer a wide range of products of one type, such as electronics, sporting goods or toys. General merchandise stores feature many different categories of goods, though the selection within each category is limited.

There is no consensus on the definition of a big box store. By combining the two criteria mentioned above, however, retailers and retailing experts have defined a number of different types, such as category killers and superstores ([1], [2], [3]). That is the kind of concept that is intended by the reference to "Big Boxes." Some of these categories may be divided into subcategories using two other criteria: membership fees and merchandise quality.

Section I

QU'EST-CE QU'UN MAGASIN À GRANDE SURFACE?

La sélection des produits offerts et la surface de plancher sont les deux critères principaux présidant à la classification des magasins à grande surface. La surface de plancher est évidemment le critère qui différencie en premier lieu les magasins à grande surface des magasins traditionnels. C'est également celui qui suscite les plus grandes divergences d'opinion chez les spécialistes. Certains d'entre eux proposent des surfaces de plancher moyennes pour différencier les grandes surfaces les unes des autres ([10]). D'autres suggèrent des intervalles de surfaces de plancher comme base de classification ([1]). Il est toutefois difficile d'établir une classification uniforme de cette manière, les intervalles générés ayant la plupart du temps une étendue importante.

Dans cette étude, la sélection de marchandise offerte est le critère utilisé pour départager les grandes surfaces en trois catégories distinctes, soit les supermarchés, les magasins spécialisés et les magasins de marchandises diverses. Les supermarchés s'occupent plus spécifiquement de la vente de produits alimentaires, quoiqu'une certaine portion de leur surface de plancher peut être réservée à des produits divers, mais généralement d'usage courant, tels que des articles de toilette. De leur côté, les magasins spécialisés offrent un large éventail de produits dans un domaine particulier, par exemple l'électronique, les articles de sport ou les jouets. Enfin, les magasins de marchandises diverses regroupent un assortiment varié de produits dans une foule de catégories, le nombre de produits offerts dans chaque catégorie étant toutefois limité.

Il n'existe pas de consensus sur ce que devrait être un magasin à grande surface. En combinant les deux critères précédents, les intervenants et experts du milieu ont toutefois élaboré certains types de magasins à grande surface, comme par exemple les tueurs de catégorie ou les hypermarchés ([1], [2], [3]). C'est de ce genre de concept dont il est question lorsqu'on réfère aux magasins à grande surface. Plusieurs des catégories ainsi déterminées sont souvent subdivisées en sous-catégories en se basant sur deux autres critères, soit la présence ou non de frais de membres, de même que la qualité de la marchandise.

HISTORY

In the 1970s the first big-box stores appeared in Canada. During this decade, there were a few short-lived experiments with big-box retailing. Then, in the depths of the 1982 recession, there appeared some big boxes that seemed to capitalize on the weakness of consumer purchasing power. These new retailers had lower prices than their so-called "traditional" competition. The mid-1980s saw the emergence of warehouse clubs that, for a modest annual membership fee, offered consumers a wide array of goods and services at attractive prices. Following the 1990-92 recession, big boxes intensified their market penetration efforts through more aggressive expansion strategies. According to some studies,³ however, this type of shopping environment was not appreciated by all consumers.

The last two recessions would seem to have played a major role in the emergence of big-box stores, but it would be rash to establish a direct cause-and-effect relationship. A number of other factors may have contributed, such as free trade agreement, which eliminated certain trade barriers. One of the effects of the free trade agreement was to make a greater selection of products available. Big box stores may have benefited by offering a wider variety of goods to consumers. In addition, consumers' changing preferences may have hastened the arrival of the big boxes.

HISTORIQUE

Au Canada, les premiers magasins à grande surface sont apparus au cours des années 1970. Durant cette décennie, quelques expériences plus ou moins éphémères dans ce sens ont en effet été conduites. Au plus fort de la récession de 1982 apparaissent des grandes surfaces qui semblent capitaliser sur le faible pouvoir d'achat des consommateurs. Ces nouveaux détaillants offrent des prix plus bas que ceux de la concurrence dite traditionnelle. Vers le milieu des années 1980 émergent les clubs où, en échange d'un abonnement annuel modique, certaines catégories de consommateurs ont le privilège de bénéficier de prix avantageux sur une importante gamme de produits et services. Suite à la récession de 1990-1992, les magasins à grandes surfaces intensifient leurs efforts de pénétration du marché par l'adoption de stratégies d'expansion plus agressives. Selon certaines études,³ il semble toutefois que ce genre d'environnement n'est pas prisé de tous les consommateurs.

Les deux dernières récessions apparaissent comme éléments contributifs importants dans l'émergence des magasins à grande surface. Il serait cependant hasardeux d'établir un lien causal direct. Un certain nombre d'autres facteurs peuvent avoir influencé la venue de ces détaillants. Certaines barrières au commerce ont été éliminées avec les accords de libre-échange, ce qui a probablement contribué à rendre disponible une plus grande variété de produits. Les magasins à grande surface ont probablement bénéficié de cet effet pour offrir une gamme plus importante de produits à leurs clients. Les préférences changeantes des consommateurs ont peut-être aussi accéléré la venue des grandes surfaces.

³ Over the past few years, Jacques Nantel, professor at the École des hautes études commerciales in Montreal, has been conducting a series of surveys and a study of 7,000 consumers. See *La Presse*, April 15, 1997, p.C4. Big-box stores have also been studied by the Consumer Pulse Check Survey. See *The Globe and Mail*, November 5, 1997, p.B10.

3

Jacques Nantel, professeur à l'école des hautes études commerciales de Montréal, mène depuis quelques années, une série de sondages et une étude auprès de 7,000 consommateurs. Voir *La Presse*, 15 avril 1997, p.C4. Une autre étude sur les magasins à grande surface a été menée par Consumer Pulse Check Survey. Voir *The Globe and Mail*, 5 novembre 1997, p.B10.

Source of data and definitions

The data are taken from the Annual Survey of Retail Chains and Department Stores (see also [8]) for the period from 1989 to 1996. In 1996, this database held a substantial quantity of information about some 39,000 retail outlets belonging to just under 1,200 chains across the country. In addition, there were six department store chains with roughly 900 outlets. All together, these stores rang up \$85.7 billion in total sales in 1996.

A "Retail chain" is defined as an organisation operating four or more *retail outlets* in the same *industry class* under the same *legal ownership*, at any time during the survey year.

"Department store" is defined as a retail outlet that sells general lines of merchandise.

For more details on the subject of definitions and concepts, see *Appendix I*.

In this study, the merchandise selection is divided into three distinct categories: supermarkets, specialty stores and general merchandise stores. These categories are composed of industry groups. A group may contain just one class, but most groups include two or three industrial classes.

Limitations of the study

The annual survey on retail chain and department stores does not include independent and non-chain franchise stores. These two groups accounted for about 61% of total retail sales in 1996.

In this study, the stores have been classified with the 1980 Standard Industrial Classification. The introduction of the North American Industry Classification System (NAICS) will replace the 1980 Standard Industrial Classification and will alter the concept of retail trade. NAICS will include computer and software stores, building material and garden equipment and supplies dealers, etc. Accordingly, it was not possible to include these types of stores in this study.

Source des données et définitions

Les données sont tirées de l'Enquête annuelle sur les magasins de détail à succursales et les grands magasins (voir aussi [8], pour la période s'échelonnant entre 1989 et 1996). À titre indicatif, cette base de données regroupait en 1996 de nombreuses informations sur environ 39,000 magasins à succursales à travers le pays, répartis entre un peu moins de 1,200 chaînes. À ceci s'ajoutent 6 entreprises de grands magasins regroupant près de 900 points de vente. Les ventes totales associées à tous ces magasins totalisaient 85.7 milliards de dollars en 1996.

On définit comme "magasins à succursales" appelé aussi "chaînes de magasins de détail" toute entreprise qui exploite au moins *quatre points de vente* appartenant à une même *classe industrielle* et sous une même *appartenance juridique*, à un moment donné durant l'année d'enquête.

On définit comme "grand magasin" tout point de vente au détail qui offre des catégories générales de marchandises.

Pour plus de détails au sujet des définitions et concepts, voir *l'appendice I*.

Dans cette étude, les magasins à grande surface ont été divisés en trois catégories distinctes, soit les supermarchés, les magasins spécialisés et les magasins de marchandises diverses. Ces catégories sont composés de groupes de commerce. Un groupe peut ne contenir qu'une seule classe; dans la plupart des cas cependant, un groupe inclut deux ou trois classes industrielles.

Limites de l'étude

L'enquête annuelle sur les magasins de détail à succursales et les grands magasins ne comprend pas les magasins indépendants et les franchises non regroupées en chaînes. Ces deux types de magasins se sont accaparés environ 61% des ventes totales du commerce de détail en 1996.

Dans cette étude, les magasins ont été classifiés selon la classification type des industries de 1980. L'introduction du nouveau Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIANS) remplacera la classification type des industries de 1980 et entraînera une révision du concept du commerce de détail. Le SCIANS incluera des magasins d'ordinateurs et de logiciels, des magasins de matériaux de construction et de matériel et fournitures de jardinage, etc. Donc, il n'était pas possible d'inclure ces magasins dans cette étude.

For this study, two variables - total floor space per location and total sales per location - were used. Excluded from the study were outlets whose floor space was unknown, stores that operated only part of the year, warehouses and head offices.

Analytical approach

The analysis is essentially a study of market share. The percentage of the total retail population, sales and floor space accounted for by big boxes are tracked through the entire period. The focus is on national trends. For two of the groups, there is also an analysis of the five regions (Atlantic, Quebec, Ontario, the Prairies, British Columbia including Yukon and Northwest Territories. For one group, a few census metropolitan areas (CMAs) are also examined.

One measure of big box performance relative to the performance of other stores in median sales per unit of floor space.

Pour cette étude, deux variables sont utilisées, soit la superficie totale de plancher par emplacement, de même que les ventes par emplacement. Les points de vente pour lesquels il n'y avait pas d'information sur la superficie ont été exclus de l'étude, de même que les magasins exploités seulement une partie de l'année, ainsi que les entrepôts et les sièges sociaux.

Techniques d'analyse

L'analyse est pour l'essentiel une étude de parts de marché. Les proportions du nombre de grandes surfaces, de leurs ventes associées ainsi que des surfaces de plancher correspondantes sont suivies tout au long de la période. L'accent est mis sur l'évolution à l'échelle nationale. Pour deux des groupes, une analyse complémentaire est effectuée pour les cinq régions du pays (Atlantique, Québec, Ontario, les Prairies, Colombie-Britannique incluant le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest). Pour un groupe, on ajoute aussi quelques régions métropolitaines de recensement (RMR).

Une mesure de la performance des magasins à grande surface par rapport à celle des autres magasins est évaluée à partir des ventes médianes par unité de superficie.

SIZE OF THE BIG BOX STORES

The following algorithm was used to establish the lower limit on the size of big-box stores in each group. Within each group, the stores were distributed into fairly narrow floor-space ranges, and the upper limit of each range was considered as a candidate for the boundary between big boxes and other stores. However, the method used to determine the size of big box stores does not take into consideration the location of the store. For example, a store may not be considered a big box store in a major metropolitan area but could be considered as a big box store in a smaller city. Also, the big box store concept progresses with time and is still subject to future modifications. The boundary between big boxes and other stores varies substantially from group to group (Text Table 1). This outcome was predictable in view of the method used.

TAILLE DES MAGASINS À GRANDE SURFACE

L'algorithme suivant a été élaboré afin de déterminer la taille minimale d'un magasin à grande surface dans chaque groupe. Pour chacun de ces derniers, les magasins ont été répartis dans des intervalles de surface de plancher assez restreints, la valeur maximale de chaque intervalle étant considérée comme une frontière possible entre les magasins à grande surface et les autres magasins. Cependant, la méthode choisie pour déterminer la taille des magasins à grande surface ne tient pas compte de la localisation des magasins. Par exemple, un magasin qui n'est pas considéré comme un magasin à grande surface en milieu urbain, pourrait être classé comme un magasin à grande surface dans une petite ville. D'autre part, le concept de magasin à grande surface évolue dans le temps et demeure sujet à des modifications futures. La frontière entre les magasins à grande surface et les autres magasins varie considérablement selon le groupe considéré (Tableau explicatif 1). Ce résultat était prévisible, de par la nature même de la méthode choisie.

Text Table 1.**Minimum size of big-box stores****Tableau explicatif 1.****Taille minimale des magasins à grande surface**

| Category - Catégorie Industry Group - Groupe de commerce | Minimum size (square feet)⁴ Taille minimale (en pied carrés)⁴ |
|--|--|
| Supermarkets - Supermarchés d'alimentation Supermarkets - Supermarchés d'alimentation | 50,000 |
| Specialty Stores - Magasins spécialisés | |
| Drug and patent medicines - Médicaments sur ordonnance et médicaments brevetés | 15,000 |
| Shoe stores - Magasins de chaussures | 5,000 |
| Men's and women's clothing stores - Magasins de vêtements pour hommes et pour dames | 7,500 |
| Other clothing stores - Autres magasins de vêtements | 20,000 |
| Home appliances, television, radio and stereo stores - Magasins d'appareils ménagers, postes de télévision, et de radio et appareils stéréophoniques | 10,000 |
| Hardware, paint, glass and wallpaper stores - Quincaillerie, magasins de peinture, vitre et de papier-peint | 10,000 |
| Sporting goods and bicycle shops - Magasins d'articles de sport et de bicyclettes | 15,000 |
| Musical instruments and records stores - Magasins d'instruments de musique et disques | 5,000 |
| Toys and hobby stores - Magasins de jouets et d'articles de loisir | 20,000 |
| Other retail stores - Autres magasins de vente au détail | |
| General merchandise - marchandises diverses | 90,000 |

⁴ The square foot is used because it is the most common unit in the literature. To convert square feet to square metres, divide by 10.764.

⁴ Le pied carré est utilisé car c'est l'unité que l'on retrouve le plus fréquemment dans la littérature. Pour la conversion en mètres carrés, il s'agit de diviser par 10.764.

Section II

This section will take a close look at how Big Box market shares have changed in terms of number of outlets, floor space and retail sales.

NATIONAL TRENDS

Supermarkets: diversity brings growth

The proportion of big-box stores nearly doubled during the period (Chart 1). Their share of total sales also grew substantially (over 13 percentage points); most of the increase occurred between 1989 and 1993. The story is the same for floor space. The upward trend in these three measures continued without interruption; it was not stopped or even slowed by the recession.

Chart 1

Big Boxes' Market Share of Supermarkets, Canada, 1989-1996.

Section II

Dans cette section, on s'attardera plus spécifiquement à l'évolution des parts de marché que s'accaparent ces magasins en termes de points de vente, de surface de plancher et de ventes au détail.

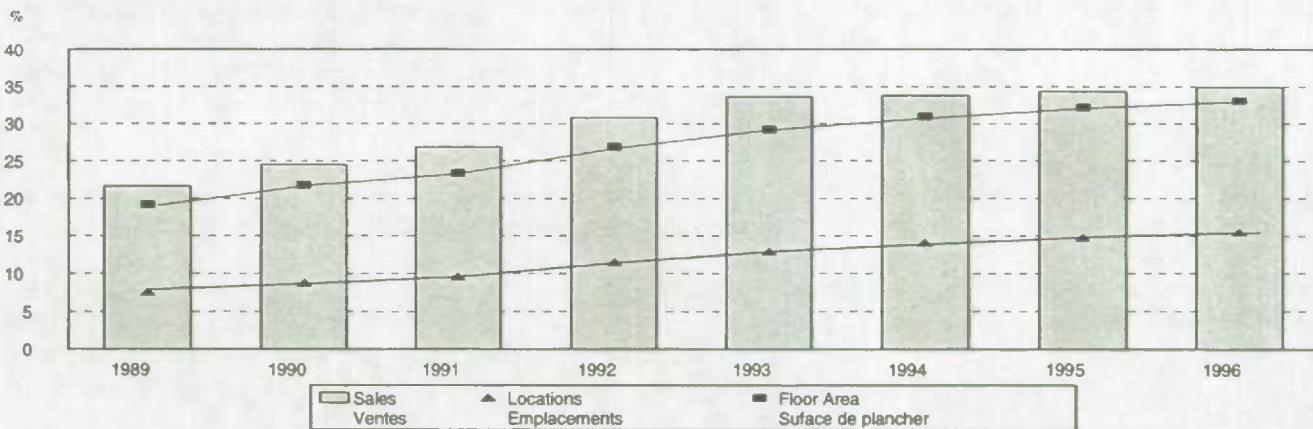
ÉVOLUTION À L'ÉCHELLE NATIONALE

Supermarchés d'alimentation: la diversité entraîne la croissance

La proportion de magasins à grande surface a presque doublé durant la période (Graphique 1). De même, la proportion de leurs ventes a augmenté de manière très nette, soit de plus de 13 points de pourcentage, la plus grande partie de l'accroissement s'étant produite entre 1989 et 1993. Le même commentaire s'applique à la surface de plancher. La croissance de ces trois mesures s'est poursuivie sans interruption et n'a pas été freinée ou suspendue durant la récession.

Graphique 1

Part de marché des magasins à grande surface des supermarchés d'alimentation, Canada, 1989-1996.



A number of factors have contributed to the spread of supermarkets. One of the most important is probably the large selection of products. Supermarkets offer not only a wide variety of food items but can also offer an extensive array of non-food products such as clothing, seasonal articles and even furniture. Many stores also feature services such as photo processing, child care and even food service; in some cases, these services require a large amount of space. Prices have probably played a role as well, although opinions differ on how important a factor they have been.

Big boxes are spreading rapidly and capturing large shares of various markets. They are undoubtedly making a profit. But how profitable are they? How do big boxes compare with other stores in performance and efficiency?

The financial performance of a business can be measured by a number of different indicators ([7]), including profit margin (gross, net and pre-tax), return on capital, inventory turnover, working capital and interest coverage. However, none of these measures can be used directly in this study. Although the components used to calculate some indicators are available, in most cases they are available only for enterprises and not for individual outlets.

Consequently, a different performance indicator is examined: sales per unit of floor space. This information is available for outlets and provides a good indication of how well big boxes fare in relation to smaller stores, even though costs are not ignored. The specific indicator used is median sales per unit of floor space.

In the supermarket group, this indicator was higher throughout the period for stores covering 50,000 square feet or more (Chart 2). The difference was significant, climbing to more than \$100 in 1993, then edging downward in both absolute and percentage terms, and finally rising again in 1996.

Plusieurs facteurs ont favorisé leur expansion. Le choix très varié des produits est probablement l'un des plus importants. Ces magasins offrent non seulement une grande sélection de produits alimentaires, mais également une gamme variée de produits non alimentaires, tels que des vêtements, des articles saisonniers ou même des meubles. En outre, certains services tels que comptoirs de développement photo, garderie, et même service de restauration sont souvent disponibles; l'espace requis pour ceux-ci est parfois même assez important. Les prix ont sans doute aussi joué un rôle, quoique les opinions divergent quant à l'importance à donner à ce facteur.

Les magasins à grande surface s'implantent rapidement et gagnent d'importantes parts de marché dans plusieurs secteurs. Ces magasins sont sans doute rentables. Mais jusqu'à quel point? Comment se comparent les magasins à grande surface aux autres magasins en terme de performance et d'efficacité?

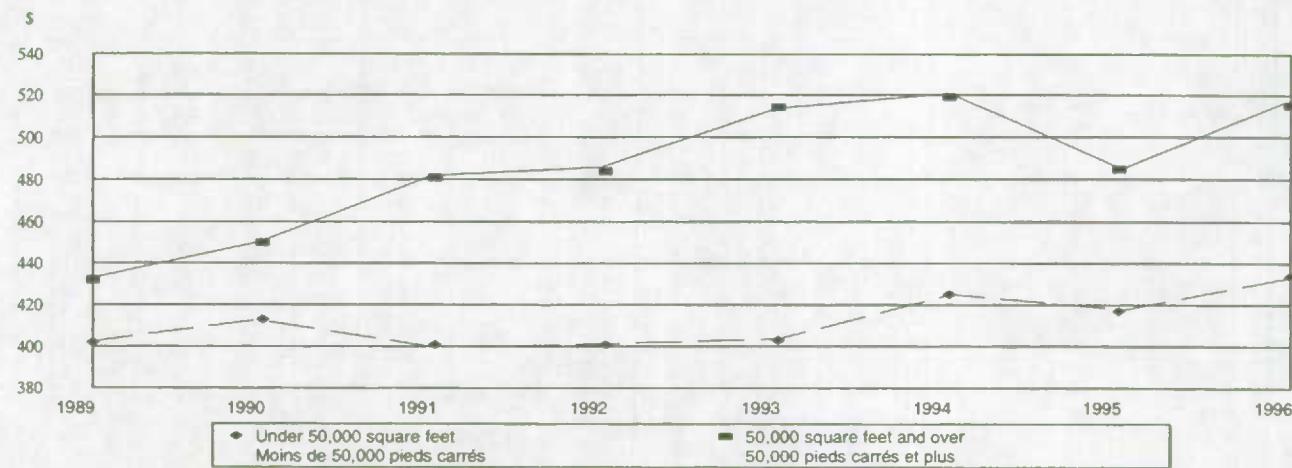
Il existe plusieurs indicateurs qui servent à mesurer la performance financière des entreprises ([7]), par exemple: marge bénéficiaire (brute, nette, avant impôts), rendement des capitaux, rotation des stocks, fonds de roulement, couverture des intérêts. Cependant aucun d'entre eux ne peut être utilisé directement dans le cadre de cette étude. En effet, bien que les composantes permettant de calculer certains indicateurs soient disponibles, elles ne le sont pour la plupart qu'au niveau de l'entreprise, et non au niveau de l'emplacement.

On considère un indicateur de performance différent, soit les ventes par unité de surface de plancher. Cette information est disponible au niveau de l'emplacement et fournit malgré tout une bonne indication de la manière dont les magasins à grande surface tirent leur épingle du jeu par rapport aux petites surfaces, et ce même si aucun coût n'est pris en considération. Plus précisément, ce sont les ventes médianes par unité de surface de plancher qui serviront d'indicateur.

Dans le cas des supermarchés, cet indicateur est plus élevé pour les magasins de 50,000 pieds carrés et plus que pour les autres, et ce, durant toute la période (Graphique 2). L'écart est en outre non négligeable et s'accroît rapidement jusqu'en 1993, atteignant alors plus de \$100, pour légèrement flétrir ensuite, tant en termes absolus qu'en pourcentage, pour finalement s'accroître à nouveau en 1996.

Chart 2

**Median Sales per Square Foot of Supermarkets,
Canada, 1989-1996.**

**Graphique 2**

**Ventes médianes par pied carré des supermarchés
d'alimentation, Canada, 1989-1996.**

SPECIALTY STORES

Specialty stores as a group follow a cyclic pattern (Chart 3). Big boxes posted proportional increases on all three fronts (locations, sales and floor space) in 1989 and 1990. Two or three years of decline followed, but in 1992-1993, the percentages for the three variables started climbing again. Proportional sales showed the largest increase, rising from 20.1% in 1992 to 25.1% in 1996. Despite their fairly modest market share, the number of big boxes grew by 47.3% between 1992 and 1996. In terms of floor space, big boxes accounted for a slightly larger proportion of total floor space in 1996 than in 1990.

MAGASINS SPÉCIALISÉS

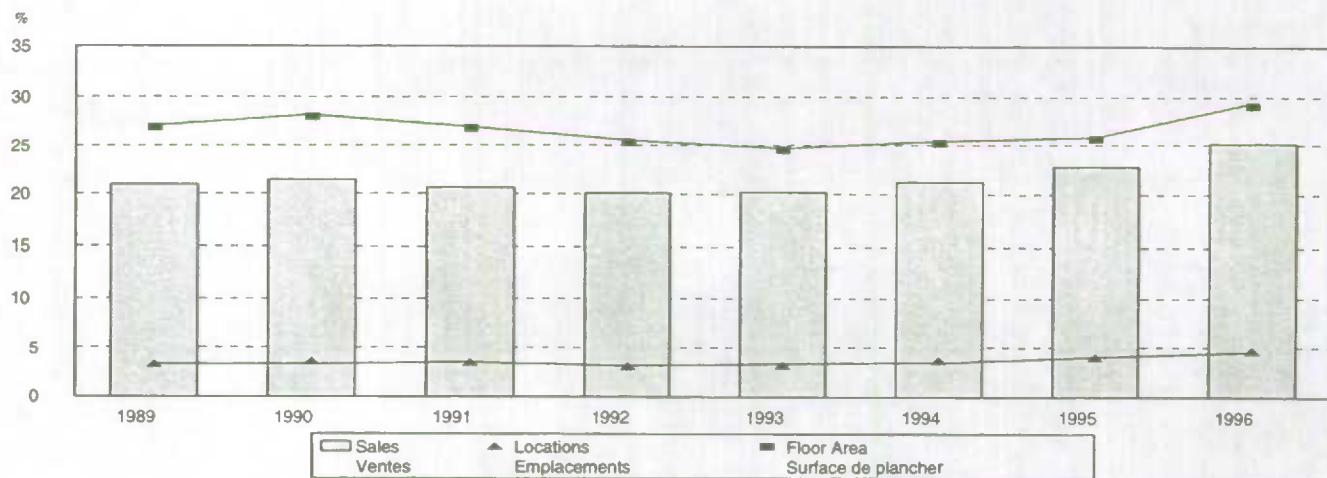
Pris dans leur ensemble, les magasins spécialisés suivent un profil cyclique (Graphique 3). Un accroissement de toutes les proportions relatives aux grandes surfaces (emplacements, ventes, surface de plancher) est perceptible jusqu'en 1990. En 1992-1993, les proportions des trois variables d'intérêt recommencent à croître. La hausse est plus importante pour la proportion des ventes, celle-ci passant de 20.1% en 1992 à 25.1% en 1996. Malgré leur part de marché relativement modeste, le nombre de grandes surfaces augmente de 47.3% entre 1992 et 1996. Quant à la surface de plancher, la part de marché des grandes surfaces en 1996 dépasse tout juste ce qu'elle était en 1990.

Chart 3

**Big Boxes' Market Share of Specialty Stores,
Canada, 1989-1996.**

Graphique 3

**Part de marché des magasins à grandes surfaces des
magasins spécialisés, Canada, 1989-1996.**



The pattern, however, is different for each group. For example, all three measures show steady growth for shoe stores and home appliance, television, radio and stereo stores. In the latter case, the burgeoning popularity of personal computers and store restructuring are possible factors in the growth of big boxes. Large-format sporting goods stores have also made rapid gains in all three measures, particularly since 1994.

On the other hand, in some groups there has been a decline in big boxes, or at least a degree of stagnation. That is particularly true of home furniture stores and hardware, paint, glass and wallpaper stores. The men's and women's clothing group is a special case. Men's stores have much higher percentages than women's stores. For example, in 1996 large-format men's clothing stores accounted for 5.5% of all outlets in the class and 18.8% of total sales, whereas the corresponding figures for large-format women's clothing stores were 1.3% and 3.9% respectively.

Les profils d'évolution diffèrent toutefois selon chacun des groupes. Par exemple, des profils de croissance continue pour toutes les proportions sont observés dans le cas des magasins de chaussures et des magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques. Dans ce dernier cas, la popularité grandissante des ordinateurs personnels et le réaménagement des magasins sont des facteurs pouvant expliquer la croissance des grandes surfaces. Les magasins d'articles de sport grand format sont également en forte croissance à tous points de vue, particulièrement depuis 1994.

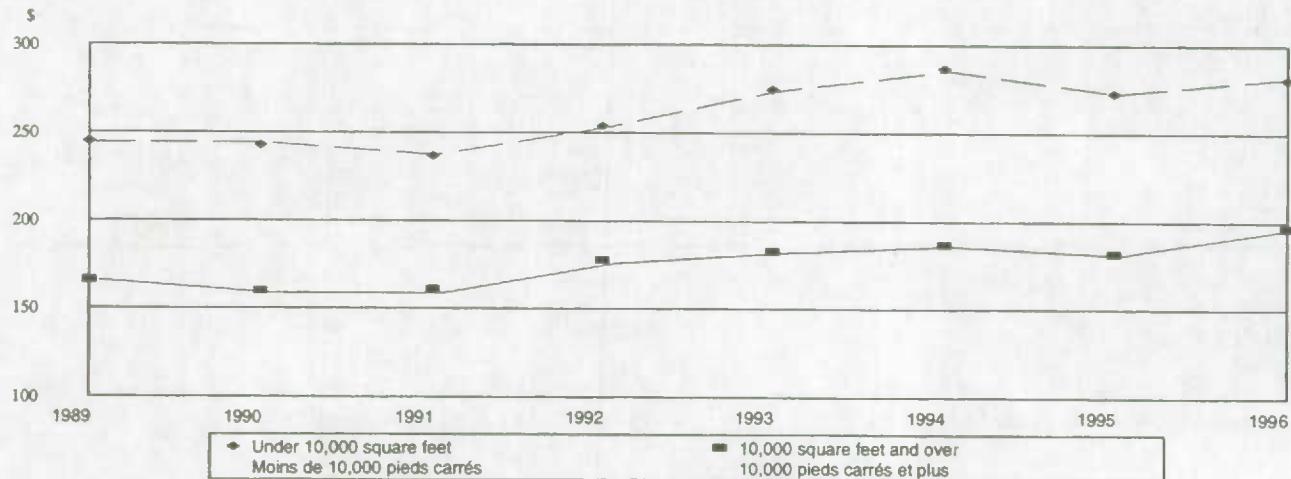
D'autre part, il y a des groupes pour lesquels on assiste à un déclin des magasins à grande surface, ou du moins à une certaine stagnation. C'est particulièrement le cas pour les magasins de meubles de maison et pour les quincailleries et magasins de peinture, vitre et papier peint. Le groupe des magasins de vêtements pour hommes et dames constitue un cas particulier. En effet, les proportions reliées aux magasins pour hommes sont beaucoup plus élevées que celles reliées aux magasins pour dames. Par exemple, les magasins grand format de vêtements pour hommes comptaient en 1996 pour 5.5% de tous les emplacements de cette classe, et leurs ventes occupaient une part de marché de 18.8%. Les chiffres correspondants pour les magasins de vêtements pour dames grand format sont 1.3% et 3.9% respectivement.

Analysis of sales per square foot raises an interesting point. Unlike supermarkets, big-box specialty stores have much lower median sales per square foot than smaller stores (Chart 4). The difference is fairly stable over time, fluctuating within a range of \$75 to \$100. Even more important, the trend is the same in nearly every group.

L'analyse des ventes par pied carré fait ressortir un point intéressant. Contrairement aux supermarchés, les magasins spécialisés à grande surface affichent des ventes médianes par pied carré qui sont de beaucoup inférieures à celles des magasins de plus petite taille (Graphique 4). L'écart est assez stable dans le temps, variant dans une fourchette comprise entre \$75 et \$100. Plus important encore, cette tendance est la même pour à peu près tous les groupes de magasins pris individuellement.

Chart 4

Median Sales per Square Foot of Specialty Stores, Canada, 1989-1996.



GENERAL MERCHANDISE STORES

The proportion of big box general merchandise stores remained stable at about 19% until 1992, then rose slowly to nearly 24% in 1996 (Chart 5). The pattern is similar for the percentage of floor space accounted for by large-format stores. The proportion of total sales grew more rapidly, climbing from 60% in 1989 to 70% seven years later. It is interesting to note that the increase in the various percentages is due almost entirely to stores in the 90,000 to 150,000 square foot range. For example, the proportion of total sales accounted for by these stores grew by 18 percentage points between 1989 and 1996.

Graphique 4

Ventes médianes par pied carré des magasins spécialisés, Canada, 1989-1996.

MAGASINS DE MARCHANDESSES DIVERSES

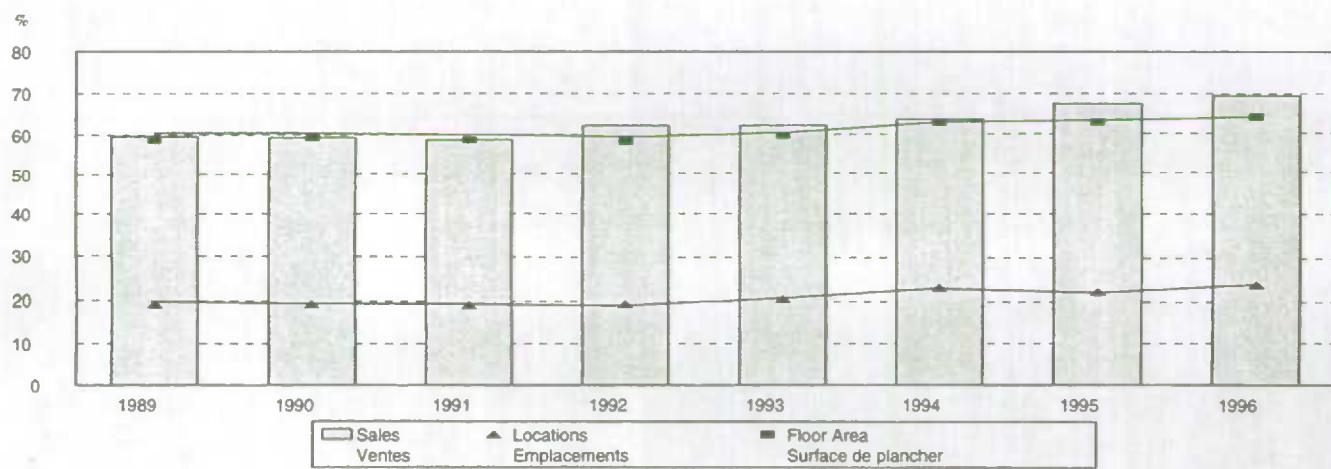
La proportion des grands magasins de marchandises diverses se caractérise par une stabilité jusqu'en 1992, soit autour de 19%, suivie d'une croissance jusqu'en 1996 pour atteindre près de 24% (Graphique 5). Un profil semblable est observé pour la proportion de surface de plancher associée à ces magasins. La hausse de la proportion des ventes est cependant plus marquée, passant de 60% en 1989 à 70% sept ans plus tard. Fait intéressant, la croissance des diverses proportions est presque uniquement attribuable aux magasins dont la taille se situe entre 90,000 et 150,000 pieds carrés. Par exemple, la proportion des ventes de ces derniers s'est accrue de près de 18 points de pourcentage entre 1989 et 1996.

Chart 5

Big Boxes' Market Share of General Merchandise Stores, Canada, 1989-1996.

Graphique 5

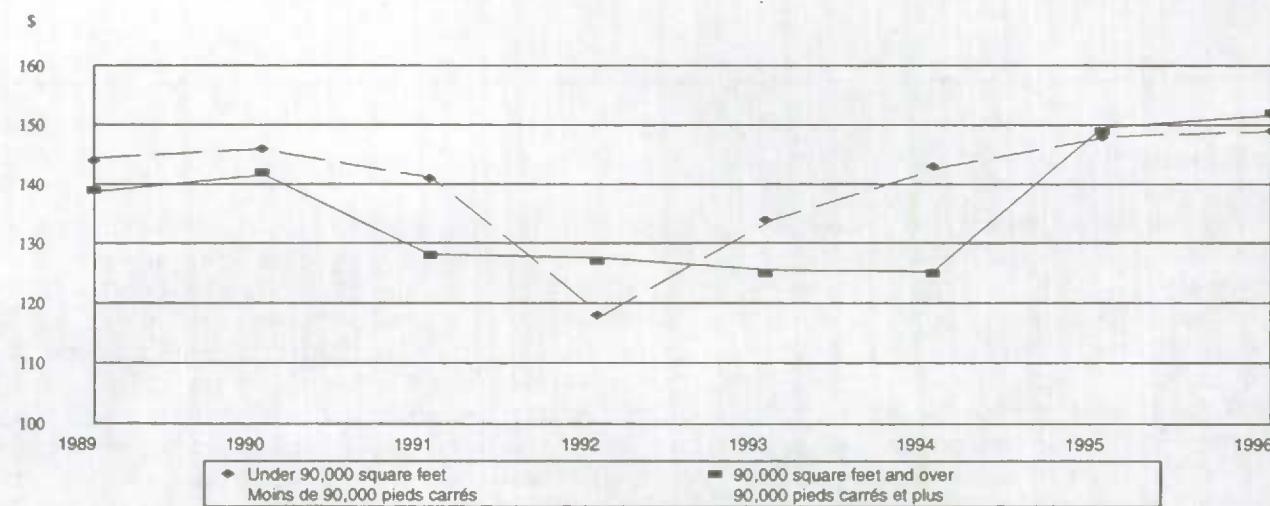
Part de marché des magasins à grande surface des magasins de marchandises diverses, Canada, 1989-1996.

**Chart 6**

Median Sales per Square Foot of General Merchandise Stores, Canada, 1989-1996.

Graphique 6

Ventes médianes par pied carré des magasins de marchandises diverses, Canada, 1989-1996.



Median sales per square foot remained very steady over time, ranging between \$115 and \$155 (Chart 6). For most of the period under study, the indicator was higher for smaller stores, but the trend reversed in 1992, 1995 and 1996.

REGIONAL DIFFERENCES

In big-box retailing, as in many other fields, there are a number of regional differences. This analysis will be confined to our analysis to supermarkets and general merchandise stores in 1996.

SUPERMARKETS

Large supermarkets are more solidly entrenched in western Canada. For example, the proportion of outlets with floor space of 50,000 square feet or more is only 11% in Ontario, compared with over 20% in all provinces combined to the west of Ontario. Similarly, their proportion of total sales is just 23.7% in Ontario, half of what it is in the West.

The explanation for this difference may lie in population density. Since the population is more heavily concentrated in Ontario than in the Prairies for example, it seems reasonable to conclude that the latter region's needs are better served by big boxes. Conversely, smaller stores located much closer together are better suited to Ontario, where there are probably fewer large tracts of land, at least in urban areas. Another factor is higher population growth in British Columbia and Alberta which may lead to a more dynamic market place.

GENERAL MERCHANDISE STORES

In 1996, stores under 90,000 square feet were proportionally much more common in the Atlantic region than elsewhere in the country (Text Table 2). The region consisting of British Columbia and the territories had the smallest proportion of stores with less than 90,000 square feet. Not surprisingly, the sales of stores with less than 90,000 square feet were proportionally higher in the Atlantic region. The fact that a relatively modest percentage of the stores in Quebec (18.8%) accounted for a large portion of total sales (75.1%) indicates a high degree of concentration. Moreover, the highest percentage of total sales accounted for by larger stores was in Quebec.

Les ventes médianes par pied carré ont été très stables dans le temps. Elles ont varié à l'intérieur d'une fourchette comprise entre \$115 et \$155 (Graphique 6). Pour la plus grande partie de la période d'étude, l'indicateur a été plus élevé pour les magasins de taille réduite. Cette tendance s'est cependant inversée en 1992, 1995 et 1996.

CONTRASTES RÉGIONAUX

Comme dans bien d'autres domaines, il existe certaines disparités régionales. Cette analyse est limitée aux supermarchés d'alimentation et aux magasins de marchandises diverses pour l'année 1996.

SUPERMARCHÉS D'ALIMENTATION

Les supermarchés grand format sont plus solidement implantés dans l'Ouest du pays. Par exemple, la proportion du nombre d'emplacements de 50,000 pieds carrés et plus n'est que de 11% en Ontario alors qu'elle dépasse 20% partout à l'ouest de cette province. De même, la proportion des ventes de ces magasins n'est que de 23.7% en Ontario, soit la moitié moins que dans les régions plus à l'ouest.

On peut chercher une explication à cette situation du côté de la concentration de la population. La densité de population étant bien supérieure en Ontario que dans les Prairies par exemple, on peut penser que les grandes surfaces servent mieux les besoins dans cette région. À l'opposé, de plus petites surfaces, mais beaucoup plus rapprochées, conviennent mieux en Ontario, où la disponibilité de grands terrains est par ailleurs probablement plus restreinte, du moins en milieu urbain. Un autre facteur est la forte croissance de la population en Colombie-Britannique et en Alberta qui pourrait mené à un marché d'affaire plus dynamique.

MAGASINS DE MARCHANDISES DIVERSES

En 1996, les magasins de 90,000 pieds carrés et moins sont proportionnellement beaucoup plus nombreux dans la région de l'Atlantique que partout ailleurs (Tableau explicatif 2). C'est dans la région comprenant la Colombie-Britannique ainsi que les territoires que l'on retrouve la plus faible proportion de magasins d'une superficie inférieure à 90,000 pieds carrés. On observe sans surprise que les ventes des magasins de moins de 90,000 pieds carrés sont, toutes proportions gardées, plus importantes dans l'Atlantique. Une importante proportion des ventes au Québec (75.1%) est effectuée par une proportion relativement modeste des magasins (18.8%), indiquant un fort degré de concentration. C'est d'ailleurs dans cette région où les ventes associées aux magasins de plus grand format sont les plus importantes.

Text Table 2.

Distribution of stores, floor space and sales in each region and selected census metropolitan areas, of general merchandise stores with 90,000 square feet and over, 1996.

Tableau explicatif 2.

Répartition des emplacements, de la surface de plancher et des ventes par région et pour certaines régions métropolitaines de recensement des magasins de marchandises diverses de 90,000 pieds carrés et plus, 1996.

| Regions - Régions | Locations/ Emplacements (%) | Floor Area/ Surface de plancher (%) | Sales/ Ventes (%) |
|---|-----------------------------------|--|-------------------------|
| Atlantic - Atlantique | 13.8 | 43.9 | 50.4 |
| Quebec - Québec | 18.8 | 64.8 | 75.1 |
| Ontario | 27.6 | 65.7 | 68.7 |
| The Prairies - Les prairies | 27.8 | 69.0 | 70.3 |
| British-Columbia, Yukon and Northwest Territories - Colombie-Britannique, Yukon et les Territoires du Nord-Ouest | 30.6 | 66.9 | 72.2 |
| Selected census metropolitan areas - Certaines régions métropolitaines de recensement | | | |
| Toronto | 33.8 | 75.0 | 76.2 |
| Montreal - Montréal | 28.0 | 76.6 | 83.7 |
| Vancouver | 61.4 | 82.3 | 87.6 |
| Ottawa-Hull | 36.0 | 68.3 | 76.7 |
| Edmonton | 63.0 | 84.4 | 87.0 |
| Calgary | 64.7 | 85.9 | 91.1 |
| Quebec - Québec | 25.5 | 73.7 | 87.4 |
| Winnipeg | 42.1 | 78.1 | 82.1 |

In general, the number of stores with 90,000 square feet or more and the sales they account for are proportionally higher in CMAs than in the encompassing regions. This is not unexpected since smaller stores can be expected to be more common in smaller cities or communities. It is, however, surprising that while larger stores in Quebec have the highest market share in terms of sales, two western cities - Calgary and Vancouver top the list at the CMA level.

En général, le nombre de magasins de 90,000 pieds carrés et plus et leurs ventes associées sont proportionnellement plus importants dans les RMR que dans les régions dont elles font partie. Cette remarque n'est pas surprenante puisqu'on doit s'attendre à trouver les magasins de taille plus modeste en plus grande proportion dans de plus petites villes ou localités. Fait étonnant, si la part de marché des magasins de plus grand format au niveau des ventes est la plus élevée au Québec, ce sont deux villes de l'Ouest qui viennent en tête de peloton, soit Calgary et Vancouver.

TRENDS

The retail trade sector is undergoing increasingly rapid change, and it is difficult to anticipate what it will look like in a few years. Nevertheless, by observing developments in the United States, it is possible to get some idea of the trends for the Canadian market. For example, some retail trade specialties have not been fully exploited by big boxes in Canada.

There is a definite trend toward "power centre" consisting of a number of big boxes. This concept, already widespread in the United States, is quickly taking hold in Canada. A power centre is usually anchored by one or two strong attractors, either food retailers or general merchandise stores, surrounded by a few specialty big boxes. These centres may also include a number of services, such as banks and restaurants, and recreational outlets, such as movie theatre complexes.

SUMMARY

In two of the three store categories studied, the number of large-format outlets grew rapidly between 1989 and 1996; expansion was much slower in the general merchandise group. Similarly, the big boxes' market share in terms of sales increased substantially in most cases. Proportionately, sales usually grew more quickly than the number of outlets. The percentage of large-format specialty stores fluctuated considerably: it rose in 1989-90, fell between 1990 and 1992, and rose again after that.

Regionally, in the supermarkets and general merchandise categories, there are proportionally more big boxes in the western part of the country than in the Atlantic provinces, Quebec and Ontario.

With regard to performance, large-format supermarkets have appreciably higher median sales per square foot than other supermarkets. Yet the opposite is true of the various specialty store groups, whether they are taken individually or together. The general merchandise stores' median sales per unit of floor space remained in a narrow range throughout the period studied.

It is important to keep in mind that even though the stores were divided into relatively homogeneous groups as a precautionary measure, there is some distortion in the results. Quite often, a certain percentage of the kinds of products typically sold by one group is sold by stores in other groups. For example, food products are sold by

TENDANCES

Le secteur du commerce au détail connaît des changements de plus en plus rapides, de sorte qu'il est difficile d'anticiper ce qu'il sera dans quelques années. Néanmoins, en observant ce qui se passe aux États-Unis, il est possible de dégager des tendances pour le marché canadien. Par exemple, certaines spécialités du secteur de détail n'ont pas encore été beaucoup exploitées au Canada par les grandes surfaces.

D'autre part, un phénomène qui prend de plus en plus d'importance est le regroupement de grandes surfaces en mégacentre commercial. Ce concept, déjà très répandu aux États-Unis, s'implante assez rapidement au Canada. Un mégacentre commercial a généralement pour noyau un ou deux attracteurs puissants, soit des détaillants en alimentation ou encore des magasins de marchandises diverses. Autour de ce noyau se greffent quelques grandes surfaces spécialisées dans un secteur donné. Enfin, certains services auxiliaires peuvent également s'ajouter à cet ensemble, comme des services bancaires ou des restaurants, de même que des équipements de loisir, tels des complexes de salles de cinéma.

RÉSUMÉ

La croissance du nombre de magasins grand format au niveau national a été très importante pour 2 des 3 catégories de magasins étudiés entre 1989 et 1996. Une croissance plutôt timide caractérise le groupe des magasins de marchandises diverses. De la même manière, la part de marché des grandes surfaces au niveau des ventes a augmenté de façon importante dans la plupart des cas. Le plus souvent, les ventes ont proportionnellement crû plus rapidement que le nombre d'emplacements. La croissance des magasins spécialisés grand format a connu des fluctuations: hausse en 1989 - 1990, suivie d'un déclin entre 1990 et 1992 puis d'une nouvelle hausse par la suite.

Au niveau régional, pour ce qui est des supermarchés d'alimentation et des magasins de marchandises diverses, il existe, toutes proportions gardées, plus de magasins à très grande surface dans l'Ouest du pays que dans l'Atlantique, le Québec et l'Ontario.

Côté performance, les supermarchés grand format affichent des ventes médianes par pied carré nettement plus élevées que les autres supermarchés. Par contre, on observe exactement l'inverse en ce qui concerne les groupes de magasins spécialisés. Dans ce dernier cas, la tendance est la même, que les groupes soient pris individuellement ou ensemble. Les magasins de marchandises diverses ont des ventes médianes par unité de surface qui se situent dans une étroite fourchette tout au long de la période d'étude.

Il faut être conscient que, malgré les précautions prises en répartissant les magasins dans des groupes relativement homogènes, il existe une certaine distorsion au niveau des résultats. En effet, un certain pourcentage de la marchandise caractéristique d'un groupe donné est bien souvent vendu par des magasins d'autres groupes. Par exemple, les produits alimentaires

Furthermore, the concept of the big-box store is still evolving and could easily undergo major changes in the future.

des magasins de marchandises diverses. D'autre part, le concept de magasin à grande surface évolue dans le temps et demeure sujet à des modifications futures.

REFERENCES

DOCUMENTS CONSULTÉS

- [1] Jones, Ken; Evans, Wendy; Smith, Christine. New Formats in the Canadian Retail Economy, Centre for the Study of Commercial Activity, Ryerson Polytechnic University, Toronto, 1994.
- [2] Jones, Ken; Simmons, Jim. Location, Location, Location: Analyzing the Retail Environment, Nelson Canada, Scarborough, 1993.
- [3] Kubas Consultants. The Future of Canada's Mass Merchants, 1996 Edition, novembre 1995.
- [4] N. Barry Lyon Consultants Ltd. La vente au détail nouvelle formule et l'intérêt public, préparé pour le Ministère des affaires municipales de l'Ontario, 1994.
- [5] Statistics Canada. General Social Survey, Analysis Series, cycle 1: Health and Social Support, 1985, catalogue no. 11-612E, Ottawa, Canada, 1987. - Statistique Canada. Enquête sociale générale, série analytique #1: Santé et aide du milieu, 1985, N° 11-612F au catalogue, Ottawa, Canada, 1987.
- [6] Statistics Canada. General Social Survey, Analysis Series, cycle 8: Health Status of Canadians, catalogue no. 11-612E, Ottawa, Canada, 1994. - Statistique Canada. Enquête sociale générale, série analytique #8: L'état de santé des Canadiens, N° 11-612F au catalogue, Ottawa, Canada, 1994.
- [7] Statistics Canada. Financial Performance Indicators for Canadian Business, catalogue nos. 61F0058XPE, 61F0059XPE and 61F0060XPF (3 volumes), Ottawa, Canada, 1996. - Statistique Canada. Indicateurs de performance financière des entreprises canadiennes, N°s 61F0058XPF, 61F0059XPF et 61F0060XPF au catalogue (3 volumes), Ottawa, Canada, 1996.
- [8] Statistics Canada. Retail Chain and Department Stores, catalogue no. 63-210-XPB, Ottawa, Canada, 1989 to 1995. - Statistique Canada. Magasins de détail à succursales et les grands magasins, N° 63-210-XPB au catalogue, Ottawa, Canada, 1989 à 1995.
- [9] Statistics Canada. Canada's Culture, Heritage and Identity : A Statistical Perspective, catalogue no. 87-211-XPB, Ottawa, Canada, 1997 (original source: National Population Health Survey, 1994-1995). - Statistique Canada. Le Canada, sa culture, son patrimoine, et son identité : Perspective statistique, N° 87-211-XPB au catalogue, Ottawa, Canada, 1997 (source originale: Enquête nationale sur la santé de la population, 1994-1995).
- [10] Tordjman, André. Le commerce de détail américain, Les éditions d'organisation, Paris, 1988.

Text Table I.

Historical Statistics on Sales of Department Stores, Chain Stores and Independent Stores, as a Percentage of Total Retail Trade, Canada, 1935-1996

Tableau explicatif I.

Statistiques historiques sur les ventes des grands magasins, des magasins à succursales et des magasins indépendants, par rapport à l'ensemble du commerce de détail, Canada, 1935-1996

| No. | Year Année | Total retail trade Ventes totales au détail | Department store sales Ventes des grands magasins | Chain store sales Ventes des magasins à succursales | Independent store sales Ventes des magasins indépendants | As a percentage of total retail trade Par rapport aux ventes totales au détail | | |
|-----|---------------|--|--|--|---|---|--|---|
| | | | | | | Department store sales Ventes des grands magasins | Chain store sales Ventes des magasins à succursales | Independent store sales Ventes des magasins indépendants |
| | | | | | | Thousands of dollars - milliers de dollars | | |
| 1 | 1935 | 1,863,275 | 208,472 | 364,130 | 1,290,673 | 11.2 | 19.5 | 69.3 |
| 2 | 1940 | 2,598,095 | 269,313 | 508,554 | 1,820,228 | 10.4 | 19.6 | 70.0 |
| 3 | 1945 | 3,955,062 | 428,192 | 876,209 | 2,650,661 | 10.8 | 22.2 | 67.0 |
| 4 | 1950 | 8,317,398 | 766,397 | 1,559,693 | 5,991,308 | 9.2 | 18.8 | 72.0 |
| 5 | 1955 | 11,780,537 | 1,010,670 | 2,353,955 | 8,415,912 | 8.6 | 20.0 | 71.4 |
| 6 | 1960 | 15,381,416 | 1,312,546 | 3,468,413 | 10,600,457 | 8.5 | 22.5 | 68.9 |
| 7 | 1965 | 20,445,616 | 1,818,049 | 4,683,159 | 13,944,407 | 8.9 | 22.9 | 68.2 |
| 8 | 1970 | 27,631,816 | 2,852,320 | 7,746,909 | 17,032,587 | 10.3 | 28.0 | 61.6 |
| 9 | 1975 | 51,181,528 | 5,828,141 | 15,905,757 | 29,447,630 | 11.4 | 31.1 | 57.5 |
| 10 | 1976 | 56,716,573 | 6,514,325 | 17,180,568 | 33,021,680 | 11.5 | 30.3 | 58.2 |
| 11 | 1977 | 61,553,769 | 6,960,460 | 18,959,534 | 35,633,775 | 11.3 | 30.8 | 57.9 |
| 12 | 1978 | 68,911,365 | 7,790,490 | 21,125,753 | 39,995,122 | 11.3 | 30.7 | 58.0 |
| 13 | 1979 | 77,216,624 | 8,652,972 | 23,552,121 | 45,011,531 | 11.2 | 30.5 | 58.3 |
| 14 | 1980 | 84,432,555 | 9,597,256 | 26,343,735 | 48,491,564 | 11.4 | 31.2 | 57.4 |
| 15 | 1981 | 94,196,164 | 10,295,178 | 29,609,737 | 54,291,249 | 10.9 | 31.4 | 57.7 |
| 16 | 1982 | 97,861,894 | 10,284,895 | 32,688,635 | 54,888,364 | 10.5 | 33.4 | 56.1 |
| 17 | 1983 | 106,542,674 | 11,001,426 | 35,437,820 | 60,103,428 | 10.3 | 33.3 | 56.4 |
| 18 | 1984 | 116,726,575 | 11,576,014 | 38,865,041 | 66,285,520 | 9.9 | 33.3 | 56.8 |
| 19 | 1985 | 129,597,093 | 12,261,128 | 42,197,656 | 75,138,309 | 9.5 | 32.6 | 58.0 |
| 20 | 1986 | 140,150,410 | 12,902,694 | 45,374,612 | 81,873,104 | 9.2 | 32.4 | 58.4 |
| 21 | 1987 | 154,190,353 | 12,951,527 | 49,573,816 | 91,665,010 | 8.4 | 32.2 | 59.4 |
| 22 | 1988 | 165,931,455 | 13,310,848 | 52,450,950 | 100,169,657 | 8.0 | 31.6 | 60.4 |
| 23 | 1989 | 189,301,700 | 13,985,600 | 55,405,367 | 119,910,733 | 7.4 | 29.3 | 63.3 |
| 24 | 1990 | 192,558,300 | 14,141,308 | 58,226,583 | 120,190,409 | 7.3 | 30.2 | 62.4 |
| 25 | 1991 | 181,614,439 | 12,919,268 | 57,221,844 | 111,473,327 | 7.1 | 31.5 | 61.4 |
| 26 | 1992 | 185,169,503 | 13,133,432 | 58,666,772 | 113,369,299 | 7.1 | 31.7 | 61.2 |
| 27 | 1993 | 193,324,749 | 12,740,827 | 62,406,124 | 118,177,798 | 6.6 | 32.3 | 61.1 |
| 28 | 1994 | 207,840,624 | 13,293,126 | 65,082,494 | 129,465,004 | 6.4 | 31.3 | 62.3 |
| 29 | 1995 | 213,773,669 | 13,959,414 | 67,646,818 | 132,167,437 | 6.6 | 31.6 | 61.8 |
| 30 | 1996 | 220,430,831 | 14,781,718 | 70,898,465 | 134,750,648 | 6.7 | 32.2 | 61.1 |

See Appendix III for explanation of adjustments to the data.

Voir l'appendice III pour l'explication des modifications apportées aux données.

Text Table II.

Retail Chain Store Sales (excluding department stores), by Trade Group and Selected Industry Class, Canada, 1993-1996

| No. | | 1993 | | 1994 | |
|-----------|---|-------------------|--------------|-------------------|--------------|
| | | Sales | Distribution | Sales | Distribution |
| | | Ventes | % | Ventes | % |
| | | \$'000 | | \$'000 | |
| 1 | Food, beverage and drug group | 31,451,809 | 50.4 | 31,952,423 | 49.1 |
| 2 | Supermarkets and grocery stores | 22,455,715 | 36.0 | 23,204,732 | 35.7 |
| 3 | Liquor, wine and beer stores | 5,750,814 | 9.2 | 5,470,013 | 8.4 |
| 4 | Pharmacies ¹ | 2,830,865 | 4.5 | 2,845,580 | 4.4 |
| 5 | Other food stores ² | 414,415 | 0.7 | 432,097 | 0.7 |
| 6 | Shoe, apparel, fabric and yarn group | 7,674,275 | 12.3 | 8,074,258 | 12.4 |
| 7 | Shoe stores | 1,017,716 | 1.6 | 1,100,709 | 1.7 |
| 8 | Men's clothing stores | 940,945 | 1.5 | 943,284 | 1.4 |
| 9 | Women's clothing stores | 2,741,430 | 4.4 | 2,797,046 | 4.3 |
| 10 | Other clothing stores, n.e.c. | 2,504,582 | 4.0 | 2,689,063 | 4.1 |
| 11 | Other stores ³ | 469,602 | 0.8 | 544,155 | 0.8 |
| 12 | Household furniture, appliances and furnishings group | 3,854,567 | 6.2 | 4,346,639 | 6.7 |
| 13 | Household furniture stores ⁴ | 1,764,783 | 2.8 | 1,898,963 | 2.9 |
| 14 | Other household furnishings stores ⁵ | 2,089,784 | 3.3 | 2,447,676 | 3.8 |
| 15 | Automotive vehicles, parts and accessories, sales and services group | 7,790,343 | 12.5 | 7,877,733 | 12.1 |
| 16 | Gasoline service stations and garages | 6,545,986 | 10.5 | 6,577,339 | 10.1 |
| 17 | Other automotive businesses ⁶ | 1,244,357 | 2.0 | 1,300,394 | 2.0 |
| 18 | General retail merchandising group | 6,197,666 | 9.9 | 6,911,316 | 10.6 |
| 19 | General stores | 3,365,261 | 5.4 | 4,039,377 | 6.2 |
| 20 | Other general merchandise stores | 2,832,405 | 4.5 | 2,871,939 | 4.4 |
| 21 | Other retail stores group | 5,437,464 | 8.7 | 5,920,125 | 9.1 |
| 22 | Jewellery stores | 418,256 | 0.7 | 358,794 | 0.6 |
| 23 | Other retail stores ⁷ | 5,019,208 | 8.0 | 5,561,331 | 8.5 |
| 24 | TOTAL CHAIN STORE SALES | 62,406,124 | 100.0 | 65,082,494 | 100.0 |

¹ Includes: pharmacies; patent medicine and toiletries stores.² Includes: bakery products stores; candy and nut stores; fruit and vegetable stores; meat markets; other specialty food stores. n.e.c.³ Includes: children's clothing stores; fur stores; fabric and yarn stores.⁴ Includes: household furniture stores (with or without appliances and furnishings).⁵ Includes: appliance, television, radio and stereo stores and repair shops; floor covering stores; drapery stores; other household furnishings stores.⁶ Includes: automobile (new and used) dealers; home and auto supply stores; tire, battery, parts and accessories stores; paint and body repair shops; muffler replacement shops; motor vehicle glass replacement shops; other motor vehicle repair shops; other motor vehicle services.⁷ Includes: book and stationery stores; florist shops; lawn and garden centres; hardware stores; paint, glass and wallpaper stores; sporting goods stores; bicycle shops; musical instrument stores; record and tape stores; camera and photographic supply stores; toy and hobby stores; gift, novelty and souvenir stores; second-hand merchandise stores; opticians' shops; art galleries and artist's supply stores; luggage and leather goods stores; monument and tombstone dealers; pet stores; mobile home dealers; other retail stores, n.e.c.

Tableau explicatif II.

Ventes des magasins de détail à succursales (sans les grands magasins), par groupe de genre de commerce et certaines classes industrielles, Canada, 1993-1996

| 1995 | | 1996 | | N° |
|-----------------|-----------------------------|-----------------|-----------------------------|--|
| Sales Ventes | Distribution Répartition | Sales Ventes | Distribution Répartition | |
| \$'000 | % | \$'000 | % | |
| 32,390,324 | 47.9 | 34,675,605 | 48.9 | Groupe des aliments, boissons et médicaments |
| 23,988,262 | 35.5 | 25,934,279 | 36.6 | Supermarchés d'alimentation et épicerie |
| x | x | x | x | Magasins de spiritueux, de vin et de bière |
| 2,833,587 | 4.2 | 2,898,625 | 4.1 | Pharmacies ¹ |
| x | x | x | x | Autres magasins d'alimentation ² |
| 8,376,282 | 12.4 | 8,575,951 | 12.1 | Groupe des chaussures, vêtements, tissus et filés |
| 1,230,997 | 1.8 | 1,162,068 | 1.6 | Magasins de chaussures |
| 861,488 | 1.3 | 849,585 | 1.2 | Magasins de vêtements pour hommes |
| 2,866,009 | 4.2 | 2,809,777 | 4.0 | Magasins de vêtements pour dames |
| 2,843,662 | 4.2 | 3,198,342 | 4.5 | Autres magasins de vêtements, n.c.a. |
| 574,125 | 0.8 | 556,179 | 0.8 | Autres magasins ³ |
| 4,516,451 | 6.7 | 4,858,596 | 6.9 | Groupe des meubles, appareils et accessoires d'ameublement de maison |
| 1,934,257 | 2.9 | 2,098,401 | 3.0 | Magasins de meubles de maison ⁴ |
| 2,582,194 | 3.8 | 2,760,195 | 3.9 | Autres magasins d'accessoires d'ameublement ⁵ |
| 8,841,818 | 13.1 | 9,557,174 | 13.5 | Groupe des véhicules automobiles, pièces et accessoires, vente et service |
| 7,534,874 | 11.1 | 8,336,943 | 11.8 | Stations-service et garages |
| 1,306,944 | 1.9 | 1,220,231 | 1.7 | Autres commerces de l'automobile ⁶ |
| 7,338,225 | 10.8 | 7,090,748 | 10.0 | Groupe des magasins de marchandises diverses |
| 4,761,439 | 7.0 | 4,515,769 | 6.4 | Magasins généraux |
| 2,576,786 | 3.8 | 2,574,978 | 3.6 | Autres magasins de marchandises diverses |
| 6,183,718 | 9.1 | 6,140,391 | 8.7 | Groupe des autres magasins de détail |
| 405,153 | 0.6 | 410,338 | 0.6 | Bijouteries |
| 5,778,565 | 8.5 | 5,730,053 | 8.1 | Autres magasins de détail ⁷ |
| 67,646,818 | 100.0 | 70,898,465 | 100.0 | TOTAL DES VENTES DES MAGASINS À SUCCURSALES |

¹ Comprend: les pharmacies; les magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette.

² Comprend: les boulangeries-pâtisseries; les confiseries et magasins de noix; les magasins de fruits et légumes; les marchés de viandes; les autres magasins d'alimentation spécialisés, n.c.a.

³ Comprend: les magasins de vêtements pour enfants; les magasins de fourrures; les magasins de tissus et filés.

⁴ Comprend: les magasins de meubles de maison (avec ou sans appareils ménagers et accessoires d'ameublement).

⁵ Comprend: les magasins et les ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques; les magasins de revêtements de sol; les magasins de tentures; les autres magasins d'accessoires d'ameublement.

⁶ Comprend: les concessionnaires d'automobiles (neuves et d'occasion); les magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile; les magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires; les ateliers de peinture et de carrosserie; les ateliers de remplacement de silencieux; les ateliers de remplacement de glaces pour véhicules automobiles; les autres ateliers de réparation de véhicules automobiles; les autres services pour véhicules automobiles, n.c.a.

⁷ Comprend: les librairies et papeteries; les fleuristes; les centres de jardinage, les quincailleries; les magasins de peinture, de vitre et de papier-peinture; les magasins d'articles de sport; les magasins de bicyclettes; les magasins d'instruments de musique; les magasins de disques et de bandes magnétiques; les magasins d'appareils et de fournitures photographiques; les magasins de jouets et d'articles de loisir; les magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs; les magasins de marchandises d'occasion; les opticiens; les galeries d'art et magasins de fournitures pour artistes; les magasins de bagage et de maroquinerie; les magasins de monuments funéraires et de pierres tombales; les magasins d'animaux de maison; les marchands de maisons mobiles; les autres magasins de vente au détail, n.c.a.

Text Table III.

Retail Chains (excluding department stores),
Canada: Percentage Distribution by Selected
Characteristic, 1993-1996

Tableau explicatif III.

Chaînes de magasins de détail (sans les grands magasins),
Canada: répartition en pourcentage selon certaines
caractéristiques, 1993-1996

| No. | | 1993 | | 1994 | | 1995 | | 1996 | | |
|---|--|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--|
| | | Number | Sales | Number | Sales | Number | Sales | Number | Sales | |
| | | Nombre | Ventes | Nombre | Ventes | Nombre | Ventes | Nombre | Ventes | |
| per cent - pourcentage | | | | | | | | | | |
| By type of operation - Par genre d'exploitation | | | | | | | | | | |
| 1 Local - Locales | | 23.6 | 4.1 | 17.5 | 2.9 | 17.9 | 2.9 | 15.9 | 2.4 | |
| 2 Provincial - Provinciales | | 42.1 | 31.7 | 47.8 | 32.9 | 47.4 | 32.5 | 49.0 | 32.7 | |
| 3 National - Nationales | | 34.4 | 64.3 | 34.7 | 64.1 | 34.7 | 64.6 | 35.1 | 64.9 | |
| 4 Total | | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | |
| By annual sales volume - Selon le volume des ventes annuelles | | | | | | | | | | |
| 5 Under - Moins de \$5,000,000 | | 41.4 | 2.2 | 39.9 | 2.0 | 41.1 | 1.9 | 39.9 | 1.8 | |
| 6 \$ 5,000,000 - \$24,999,999 | | 35.5 | 7.9 | 36.9 | 7.8 | 35.2 | 7.3 | 36.2 | 7.0 | |
| 7 25,000,000 - 99,999,999 | | 14.3 | 13.6 | 14.1 | 12.7 | 14.4 | 12.8 | 14.4 | 12.2 | |
| 8 100,000,000 and over - et plus | | 8.8 | 76.3 | 9.2 | 77.5 | 9.3 | 78.0 | 9.5 | 79.0 | |
| 9 Total | | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | |
| By number of stores operated - Selon le nombre de magasins exploités | | | | | | | | | | |
| 10 4 - 9 stores - magasins | | 57.3 | 10.0 | 54.0 | 9.0 | 54.1 | 8.3 | 55.2 | 7.8 | |
| 11 10 - 49 stores - magasins | | 28.9 | 21.5 | 31.6 | 21.7 | 31.3 | 22.2 | 30.7 | 23.1 | |
| 12 50 - 99 stores - magasins | | 6.7 | 22.3 | 6.7 | 23.6 | 7.0 | 21.3 | 7.0 | 21.5 | |
| 13 100 stores and over - magasins et plus | | 7.1 | 46.2 | 7.7 | 45.6 | 7.6 | 48.2 | 7.1 | 47.6 | |
| 14 Total | | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | |

Text Table IV.

Cost of Goods Sold and Gross Profit, as a Percentage of Total Sales, by Selected Industry Class, Canada, 1996

Tableau explicatif IV.

Coût des marchandises vendues et profit brut, par rapport aux ventes totales, selon certaines classes industrielles, Canada, 1996

| No. | | Cost of goods sold | | Gross Profit | | |
|---|---|--------------------|---------|--------------|---------|--|
| | | Prix de revient | | Profit brut | | |
| | | Median | Average | Median | Average | |
| | | Médiane | Moyenne | Médiane | Moyenne | |
| per cent - pourcentage | | | | | | |
| Food, Beverage and drug group - Groupe des aliments, boissons et médicaments | | | | | | |
| 1 | Supermarkets - Supermarchés d'alimentation | 77.8 | 78.3 | 22.2 | 21.7 | |
| 2 | Grocery stores - Epiceries | 75.8 | 74.2 | 24.2 | 25.8 | |
| 3 | Bakery products stores - Produits de boulangerie | x | x | x | x | |
| 4 | Other food stores ¹ - Autres magasins d'alimentation ¹ | 57.4 | 54.9 | 42.6 | 45.1 | |
| 5 | Pharmacies ³ | 72.5 | 69.2 | 27.5 | 30.8 | |
| Shoe, apparel, fabric and yarn group - Groupe des chaussures, vêtements, tissus et fils | | | | | | |
| 6 | Shoe stores - Magasins de chaussures | 55.4 | 55.3 | 44.6 | 44.7 | |
| 7 | Men's clothing stores - Magasins de vêtements pour hommes | 54.1 | 55.0 | 45.9 | 45.0 | |
| 8 | Women's clothing stores - Magasins de vêtements pour dames | 52.9 | 52.9 | 47.1 | 47.1 | |
| 9 | Children's clothing stores - Magasins de vêtements pour enfants | 57.7 | 55.8 | 42.3 | 44.2 | |
| 10 | Other clothing stores, n.e.c. - Autres magasins de vêtements, n.c.a. | 56.1 | 56.5 | 43.9 | 43.5 | |
| 11 | Fabric and yarn stores - Magasins de tissus et fils | 53.6 | 53.5 | 46.4 | 46.5 | |
| Household furniture,appliances and furnishings group - Groupe des meubles,appareils et accessoires d'ameublement de maison | | | | | | |
| 12 | Household furniture stores (with or without appliances) - Magasins de meubles de maison (avec ou sans appareils ménagers) | 63.7 | 61.8 | 36.3 | 38.2 | |
| 13 | Floor covering and drapery stores - Magasins de revêtements de sol et de tenture | 62.8 | 57.0 | 37.2 | 43.0 | |
| 14 | Other household furnishings stores ³ - Autres magasins d'accessoires d'ameublement ³ | 64.3 | 63.3 | 35.7 | 36.7 | |
| Automotive vehicles, parts and accessories group, sales and services - Groupe des véhicules automobiles, pièces et accessoires, vente et service | | | | | | |
| 15 | Gasoline service stations and garages - Stations-service et garages | 86.5 | 77.8 | 13.5 | 22.2 | |
| 16 | Tire, battery, parts and accessories stores and home and auto supply stores - Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires et magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile | 63.0 | 62.6 | 37.0 | 37.4 | |
| 17 | All other automotive businesses ⁴ - Tous les autres commerces de l'automobile ⁴ | 40.7 | 46.5 | 59.3 | 53.5 | |
| General retail merchandising group - Groupe des magasins de marchandises diverses | | | | | | |
| 18 | Department stores - Grands magasins | 67.0 | 68.5 | 33.0 | 31.5 | |
| 19 | General stores - Magasins généraux | 82.4 | 74.0 | 17.6 | 26.0 | |
| 20 | Other general merchandise stores ⁵ - Autres magasins de marchandises diverses ⁵ | 67.7 | 67.9 | 32.3 | 32.1 | |
| Other retail stores group - Groupe des autres magasins de détail | | | | | | |
| 21 | Book and stationery stores - Librairies et papeteries | 59.3 | 57.9 | 40.7 | 42.1 | |
| 22 | Sporting goods stores ⁶ - Magasins d'articles de sport ⁶ | 63.9 | 61.8 | 36.1 | 38.2 | |
| 23 | Record and tape stores - Magasins de disques et de bandes magnétiques | 67.4 | 68.6 | 32.6 | 31.4 | |
| 24 | Jewellery stores - Bijouteries | 50.0 | 49.8 | 50.0 | 50.2 | |
| 25 | Toy and hobby stores - Magasins de jouets et d'articles de loisirs | 53.8 | 57.2 | 46.2 | 42.8 | |
| 26 | Gift, novelty and souvenir shops - Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisies et de souvenirs | 50.2 | 49.1 | 49.8 | 50.9 | |
| 27 | Opticians' shops - Opticiens | 35.6 | 36.5 | 64.4 | 63.5 | |
| 28 | Luggage and leather goods stores - Magasins de bagages et maroquinerie | 51.7 | 51.4 | 48.3 | 48.6 | |
| 29 | Pet stores - Magasins d'animaux de maison | 59.4 | 58.7 | 40.6 | 41.3 | |
| 30 | All other stores ⁷ - Tous les autres magasins ⁷ | 52.1 | 48.7 | 47.9 | 51.3 | |

¹ Includes: candy and nut stores; fruit and vegetable stores; other specialty food stores not elsewhere classified. - Comprend: les confiseries et les magasins de noix; les magasins de fruits et légumes; les autres magasins d'alimentation spécialisés, n.c.a.

² Includes: pharmacies; patent medicine and toiletries stores . Comprend: les pharmacies; les magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette.

³ Includes: appliance, television, radio and stereo stores and repair shops; other household furnishings stores not elsewhere classified. - Comprend: les magasins et les ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision, de radio et d'appareils stéréophoniques; les autres magasins d'accessoires d'ameublement, n.c.a.

⁴ Includes: automobile (new and used) dealers; muffler replacement shops; motor vehicle glass replacement shops; paint and body repair shops; other motor vehicle repair shops; other motor vehicle services, n.e.c. - Comprend: les concessionnaires d'automobiles (neuves et d'occasion); les ateliers de remplacement de silencieux; les ateliers de remplacement de glaces pour véhicules automobiles; les ateliers de peinture et de carrosserie; les autres ateliers de réparation de véhicules automobiles; les autres services pour véhicules automobiles, n.c.a.

⁵ Includes: variety stores and general merchandise stores. - Comprend: les bazars et les magasins de marchandises diverses.

⁶ Includes: sporting goods stores; bicycle shops. - Comprend: les magasins d'articles de sport; les magasins de bicyclettes.

⁷ Includes: florist shops, lawn and garden centres; hardware stores; paint, glass and wallpaper stores; musical instrument stores; camera and photographic supply stores; second-hand merchandise stores; art galleries and artists' supply stores; monument and tombstone dealers; other retail stores not elsewhere classified. - Comprend: les fleuristes; les centres de jardinage; les quincailleries; les magasins de peinture, de vitre et de papier-peinture; les magasins d'instruments de musique; les magasins d'appareils et de fournitures photographiques; les magasins de marchandises d'occasion; les galeries d'art et magasins de fournitures pour artistes; les magasins de monuments funéraires et de pierres tombales; les autres magasins de vente au détail non classés ailleurs.

Chain Stores

Magasins à succursales

Table 1.

Historical Statistics of Retail Chains (excluding department stores), Canada, 1935 - 1996

Tableau 1.

Statistiques historiques sur les chaînes de magasins de détail (sans les grands magasins), Canada, 1935 - 1996

| No. | Year Année | Number of chains Nombre de chaînes | Number of stores Nombre de magasins | | Sales Ventes | | Employee Earnings and Benefits ¹ Rémunération et avantages sociaux des employés ¹ | Accounts outstanding at year end Créances actives à la fin de l'année | Inventory at year end for stores and warehouses Stocks à la fin de l'année pour magasins et entrepôts |
|-----|---------------|---------------------------------------|--|---------|------------------------------|--|--|--|--|
| | | | Average Moyenne | Maximum | Total value Valeur totale | Average per store Moyenne par magasin | | | |
| | | | No. - nbré | | | \$'000 | | | |
| 1 | 1935 | 445 | 7,666 | 8,022 | 364,130 | 47 | 36,382 | 30,189 | 55,062 |
| 2 | 1940 | 451 | 7,131 | 7,522 | 508,554 | 71 | 46,462 | 43,230 | 80,256 |
| 3 | 1945 | 429 | 6,580 | 6,705 | 876,209 | 133 | 68,196 | 16,368 | 97,260 |
| 4 | 1950 | 423 | 7,155 | 7,483 | 1,559,693 | 218 | 129,334 | 65,000 | 219,584 |
| 5 | 1955 | 496 | 8,274 | 8,734 | 2,353,955 | 285 | 199,611 | 127,362 | 268,953 |
| 6 | 1960 | 537 | 9,954 | 10,594 | 3,468,413 | 348 | 382,099 | 175,048 | 398,758 |
| 7 | 1965 | 602 | 10,677 | 11,240 | 4,683,159 | 439 | 508,756 | 179,283 | 501,870 |
| 8 | 1970 | 661 | 14,330 | 15,156 | 7,746,909 | 541 | 877,286 | 382,346 | 863,847 |
| 9 | 1975 | 853 | 19,490 | 20,815 | 15,905,757 | 816 | 1,740,032 | 469,950 | 1,635,999 |
| 10 | 1976 | 827 | 19,741 | 21,359 | 17,180,568 | 870 | 2,016,958 | 419,631 | 1,770,559 |
| 11 | 1977 | 825 | 20,014 | 21,305 | 18,959,534 | 947 | 2,260,153 | 439,782 | 1,996,820 |
| 12 | 1978 | 848 | 20,817 | 22,022 | 21,125,753 | 1,015 | 2,472,113 | 454,669 | 2,374,751 |
| 13 | 1979 | 842 | 21,499 | 22,563 | 23,552,121 | 1,095 | 2,808,282 | 499,138 | 2,733,575 |
| 14 | 1980 | 834 | 22,378 | 23,408 | 26,343,735 | 1,177 | 3,107,406 | 529,025 | 2,945,233 |
| 15 | 1981 | 876 | 23,922 | 25,378 | 29,609,737 | 1,238 | .. | .. | 3,343,184 |
| 16 | 1982 | 1,001 | 25,786 | 27,094 | 32,688,635 | 1,268 | .. | .. | 3,426,341 |
| 17 | 1983 | 1,145 | 26,966 | 28,202 | 35,437,820 | 1,314 | 4,263,385 | .. | 3,927,284 |
| 18 | 1984 | 1,235 | 28,836 | 30,261 | 38,865,041 | 1,348 | 4,663,397 | .. | 4,343,169 |
| 19 | 1985 | 1,292 | 30,665 | 32,284 | 42,197,656 | 1,376 | 4,914,140 | .. | 4,681,518 |
| 20 | 1986 | 1,267 | 31,840 | 33,603 | 45,374,612 | 1,425 | 5,340,545 | .. | 5,258,413 |
| 21 | 1987 | 1,308 | 34,492 | 36,327 | 49,573,816 | 1,437 | 5,807,554 | .. | 5,497,830 |
| 22 | 1988 | 1,187 | 35,300 | 36,986 | 52,450,950 | 1,486 | 6,274,864 | .. | 5,799,372 |
| 23 | 1989 | 1,122 | 35,633 | 37,550 | 55,405,367 | 1,555 | 6,576,965 | .. | 6,247,494 |
| 24 | 1990 | 1,152 | 37,129 | 39,269 | 58,226,583 | 1,568 | 6,903,103 | .. | 6,240,248 |
| 25 | 1991 | 1,108 | 36,759 | 38,698 | 57,221,844 | 1,557 | 6,870,862 | .. | 5,983,563 |
| 26 | 1992 | 1,105 | 36,664 | 38,805 | 58,666,772 | 1,600 | 6,962,504 | .. | 5,701,571 |
| 27 | 1993 | 1,210 | 36,363 | 38,007 | 62,406,124 | 1,716 | 7,710,131 | .. | 5,986,789 |
| 28 | 1994 | 1,188 | 35,983 | 38,143 | 65,082,494 | 1,809 | 8,282,445 | .. | 6,732,313 |
| 29 | 1995 | 1,193 | 35,508 | 37,880 | 67,646,818 | 1,905 | 8,539,467 | .. | 7,019,035 |
| 30 | 1996 | 1,189 | 35,835 | 38,177 | 70,898,465 | 1,978 | 8,405,560 | .. | 7,154,599 |

¹ Data prior to 1960 relate to store employees only.¹ Avant 1960, les données représentaient les employés de magasin seulement.

Table 2.

Principal Statistics of Retail Chains (excluding department stores), Canada, by Industry Class, 1996

| Industry class No. | Chains Chaînes | | Stores Magasins | |
|--|-------------------|--|--------------------|---------------|
| | Number Nombre | Percentage distribution of chains Répartition proportionnelle des chaînes | Average | Maximum |
| | | | Moyenne | |
| TOTAL | 1,189 | 100.0 | 35,835 | 38,177 |
| Food, beverage and drug group | | | | |
| 1 Supermarkets | 43 | 3.6 | 1,447 | 1,556 |
| 2 Grocery stores | 35 | 2.9 | 2,413 | 2,628 |
| 3 Bakery products stores | 10 | 0.8 | 100 | 111 |
| 4 Candy and nut stores | 9 | 0.8 | 269 | 284 |
| 5 Other food stores ¹ | 16 | 1.3 | 261 | 271 |
| 6 Liquor and beer stores | 14 | 1.2 | 1,908 | 1,935 |
| 7 Wine stores | 3 | 0.3 | 283 | 308 |
| 8 Pharmacies ² | 58 | 4.9 | 800 | 832 |
| Shoe, apparel, fabric and yarn group | | | | |
| 9 Shoe stores | 66 | 5.6 | 1,774 | 1,872 |
| 10 Men's clothing stores | 41 | 3.5 | 843 | 889 |
| 11 Women's clothing stores | 115 | 9.7 | 4,699 | 5,226 |
| 12 Children's clothing stores | 13 | 1.1 | 317 | 355 |
| 13 Fur stores | 3 | 0.3 | 21 | 22 |
| 14 Other clothing stores, n.e.c. | 90 | 7.6 | 2,626 | 2,795 |
| 15 Fabric and yarn stores | 16 | 1.3 | 269 | 283 |
| Household furniture, appliances and furnishings group | | | | |
| 16 Household furniture stores (with appliances and furnishings) | 26 | 2.2 | 318 | 343 |
| 17 Household furniture stores (without appliances and furnishings) | 26 | 2.2 | 268 | 290 |
| 18 Appliance ³ , television, radio and stereo stores ⁴ | 25 | 2.1 | 1,071 | 1,094 |
| 19 Floor covering stores and drapery stores | 10 | 0.8 | 100 | 105 |
| 20 Other household furnishings stores ⁴ | 25 | 2.1 | 444 | 470 |
| Automotive vehicles, parts and accessories group, sales and services | | | | |
| 21 Automotive (new and used) dealers | 6 | 0.5 | 29 | 30 |
| 22 Gasoline service stations and garages | 73 | 6.1 | 4,993 | 5,283 |
| 23 Tire, battery, parts and accessories store and home and auto supply stores | 16 | 1.3 | 185 | 215 |
| 24 Other motor vehicle services and repair shops ⁵ | 31 | 2.6 | 656 | 670 |
| General retail merchandising group | | | | |
| 25 General stores | 9 | 0.8 | 208 | 215 |
| 26 Other general merchandise stores (variety and general merchandise stores) | 33 | 2.8 | 2,652 | 2,690 |
| Other retail stores group | | | | |
| 27 Book and stationery stores | 30 | 2.5 | 994 | 1,114 |
| 28 Florist shops | 10 | 0.8 | 54 | 57 |
| 29 Hardware stores | 9 | 0.8 | 49 | 55 |
| 30 Paint, glass and wallpaper stores | 10 | 0.8 | 279 | 286 |
| 31 Sporting goods stores ⁶ | 35 | 2.9 | 795 | 854 |
| 32 Record and tape stores | 19 | 1.6 | 486 | 507 |
| 33 Jewellery stores | 38 | 3.2 | 616 | 668 |
| 34 Camera and photographic supply stores | 17 | 1.4 | 516 | 569 |
| 35 Toy and hobby stores | 12 | 1.0 | 212 | 218 |
| 36 Gift, novelty and souvenir stores | 35 | 2.9 | 442 | 479 |
| 37 Second-hand merchandise stores | 35 | 2.9 | 287 | 320 |
| 38 Opticians' shops | 39 | 3.3 | 704 | 730 |
| 39 Luggage and leather goods stores | 17 | 1.4 | 291 | 327 |
| 40 Pet stores | 28 | 2.4 | 268 | 289 |
| 41 Other retail stores ⁷ | 43 | 3.6 | 888 | 932 |

See footnotes at end of tables

Tableau 2.

Statistiques principales des chaînes de magasins de détail (sans les grands magasins), Canada, par classe industrielle, 1996

| Sales Ventes | | Employee Earnings and Benefits | | Inventory at year end for stores and warehouses | Classe industrielle | N° |
|-------------------|---|---|--|---|---|----|
| Value Valeur | Distribution of sales Répartition des ventes | Rémunération et avantages sociaux des employés | Stocks à la fin de l'année pour magasins et entrepôts | | | |
| \$'000 | % | \$'000 | \$'000 | 7,154,599 | TOTAL | |
| 70,898,465 | | | | | | |
| | | | | | Groupe des aliments, boissons et médicaments | |
| 23,771,980 | 33.5 | 2,837,110 | 1,129,232 | | Supermarchés d'alimentation | 1 |
| 2,162,300 | 3.0 | 294,132 | 142,555 | | Épiceries | 2 |
| x | x | x | x | | Boulangeries - pâtisseries | 3 |
| x | x | x | x | | Confiseries et magasins de noix | 4 |
| 317,501 | 0.4 | 50,426 | 20,925 | | Autres magasins d'alimentation ¹ | 5 |
| 5,294,429 | 7.5 | 460,932 | 361,807 | | Magasins de spiritueux et de bière | 6 |
| x | x | x | x | | Magasins de vin | 7 |
| 2,898,625 | 4.1 | 433,903 | 489,651 | | Pharmacies ² | 8 |
| | | | | | | |
| 1,162,068 | | | | | | |
| 849,585 | 1.2 | 204,730 | 285,313 | | Magasins de chaussures | 9 |
| 2,809,777 | 4.0 | 144,955 | 173,041 | | Magasins de vêtements pour hommes | 10 |
| 260,294 | 0.4 | 515,542 | 357,293 | | Magasins de vêtements pour dames | 11 |
| 26,898 | — | 36,076 | 29,239 | | Magasins de vêtements pour enfants | 12 |
| 3,198,342 | 4.5 | 5,554 | 3,678 | | Magasins de fourrures | 13 |
| 268,987 | 0.4 | 496,979 | 544,025 | | Autre magasins de vêtements, n.c.a. | 14 |
| | | 59,153 | 55,078 | | Magasins de tissus et de filés | 15 |
| | | | | | | |
| 1,432,028 | | | | | | |
| 666,373 | 2.0 | 217,977 | 220,637 | | Groupe des meubles, appareils et accessoires d'ameublement de maison | |
| 2,224,501 | 0.9 | 87,513 | 112,014 | | Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement) | 16 |
| 129,478 | 3.1 | 266,036 | 466,757 | | Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement) | 17 |
| 406,216 | 0.2 | 25,628 | 16,618 | | Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques ³ | 18 |
| | 0.6 | 121,727 | 102,219 | | Magasins de revêtements de sol et de tentures | 19 |
| | | | | | Autres magasins d'accessoires d'ameublement ⁴ | 20 |
| | | | | | | |
| 4,515,769 | | | | | | |
| 2,574,978 | 6.4 | 280,874 | 359,030 | | Groupe des véhicules automobiles, pièces et accessoires, vente et service | |
| | 3.6 | 264,325 | 401,325 | | Concessionnaires d'automobiles (neuves et d'occasion) | 21 |
| 485,688 | 0.7 | 30,902 | 115,834 | | Stations-service et garages | 22 |
| 8,336,943 | 11.8 | 278,578 | 73,415 | | Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires et magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile | 23 |
| 302,912 | 0.4 | 50,537 | | | Autres services pour véhicules automobiles et ateliers de réparation ⁵ | 24 |
| 431,631 | 0.6 | 127,804 | | | | |
| | | | | | Groupe des magasins de marchandises diverses | |
| | | | | | Magasins généraux | 25 |
| | | | | | Autres magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses) | 26 |
| | | | | | | |
| 779,801 | | | | | | |
| 13,930 | 1.1 | 124,629 | 194,508 | | Groupe des autres magasins de détail | |
| 102,605 | — | 3,607 | 1,436 | | Librairies et papeteries | 27 |
| 110,475 | 0.1 | 17,850 | 23,321 | | Fleuristes | 28 |
| 1,089,376 | 1.5 | 22,344 | 22,681 | | Quincailleries | 29 |
| 611,946 | 0.9 | 157,401 | 247,408 | | Magasins de peinture, de vitre et de papier-peint | 30 |
| 410,338 | 0.6 | 66,412 | 150,112 | | Magasins d'articles de sport ⁶ | 31 |
| 264,735 | 0.4 | 89,246 | 149,297 | | Magasins de disques et de bandes magnétiques | 32 |
| 540,006 | 0.8 | 59,754 | 40,241 | | Bijouteries | 33 |
| 418,845 | 0.6 | 66,003 | 154,819 | | Magasins d'appareils et de fournitures photographiques | 34 |
| 200,081 | 0.3 | 63,766 | 78,593 | | Magasins de jouets et d'articles de loisir | 35 |
| 376,752 | 0.5 | 82,840 | 150,446 | | Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs | 36 |
| 124,509 | 0.2 | 28,656 | 44,406 | | Magasins de marchandises d'occasion | 37 |
| 129,098 | 0.2 | 23,280 | 48,227 | | Opticiens | 38 |
| 967,894 | 1.4 | 150,347 | 63,740 | | Magasins de bagages et de maroquinerie | 39 |
| | | | 22,566 | | Magasins d'animaux de maison | 40 |
| | | | 370,310 | | Autres magasins de vente au détail ⁷ | 41 |

Voir notes à la fin des tableaux.

Table 3.

Retail Chains (excluding department stores), by Province, 1995 and 1996

Tableau 3.

Chaînes de magasins de détail (sans les grands magasins), par province, 1995 et 1996

| Province | | 1995 | 1996 | Percentage change 1996/1995 |
|--|------------|------------|------------|---------------------------------------|
| | | | | Variation en pourcentage 1996/1995 |
| CANADA | | | | |
| 1 Chains ¹ - Chaînes ¹ | No. - nbre | 1,193 | 1,189 | |
| 2 Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 37,880 | 38,177 | |
| 3 Sales - Total - Ventes | \$'000 | 67,646,818 | 70,898,465 | 4.8 |
| Newfoundland - Terre-Neuve: | | | | |
| 4 Chains - Chaînes | No. - nbre | 123 | 115 | |
| 5 Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 704 | 689 | |
| 6 Sales - Total - Ventes | \$'000 | 1,082,555 | 1,141,357 | 5.4 |
| Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard: | | | | |
| 7 Chains - Chaînes | No. - nbre | 47 | 45 | |
| 8 Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 126 | 134 | |
| 9 Sales - Total - Ventes | \$'000 | 210,391 | 233,613 | 11.0 |
| Nova Scotia - Nouvelle-Écosse: | | | | |
| 10 Chains - Chaînes | No. - nbre | 176 | 177 | |
| 11 Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 1,200 | 1,220 | |
| 12 Sales - Total - Ventes | \$'000 | 2,100,852 | 2,188,851 | 4.2 |
| New Brunswick - Nouveau-Brunswick: | | | | |
| 13 Chains - Chaînes | No. - nbre | 152 | 155 | |
| 14 Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 882 | 875 | |
| 15 Sales - Total - Ventes | \$'000 | 1,303,281 | 1,366,400 | 4.8 |
| Québec: | | | | |
| 16 Chains - Chaînes | No. - nbre | 425 | 418 | |
| 17 Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 8,542 | 8,641 | |
| 18 Sales - Total - Ventes | \$'000 | 11,877,770 | 12,796,056 | 7.7 |
| Ontario: | | | | |
| 19 Chains - Chaînes | No. - nbre | 570 | 553 | |
| 20 Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 14,610 | 14,858 | |
| 21 Sales - Total - Ventes | \$'000 | 26,464,726 | 27,691,562 | 4.6 |
| Manitoba: | | | | |
| 22 Chains - Chaînes | No. - nbre | 222 | 223 | |
| 23 Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 1,437 | 1,426 | |
| 24 Sales - Total - Ventes | \$'000 | 2,726,810 | 2,813,595 | 3.2 |
| Saskatchewan: | | | | |
| 25 Chains - Chaînes | No. - nbre | 201 | 199 | |
| 26 Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 1,430 | 1,419 | |
| 27 Sales - Total - Ventes | \$'000 | 2,161,502 | 2,212,180 | 2.3 |
| Alberta: | | | | |
| 28 Chains - Chaînes | No. - nbre | 347 | 341 | |
| 29 Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 4,126 | 4,070 | |
| 30 Sales - Total - Ventes | \$'000 | 7,996,684 | 8,565,912 | 7.1 |
| British Columbia - Colombie-Britannique: | | | | |
| 31 Chains - Chaînes | No. - nbre | 369 | 370 | |
| 32 Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 4,743 | 4,761 | |
| 33 Sales - Total - Ventes | \$'000 | 11,469,432 | 11,637,333 | 1.5 |
| Yukon and Northwest Territories² - Yukon et Territoires du Nord-Ouest²: | | | | |
| 34 Chains - Chaînes | No. - nbre | 21 | 25 | |
| 35 Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 80 | 84 | |
| 36 Sales - Total - Ventes | \$'000 | 252,813 | 251,606 | -0.5 |

¹ The aggregate of the number of chains by province does not add to the Canada total since many chains operate in more than one province and are counted once only at the Canada level.

¹ La somme des chaînes par province ne correspond pas au total du Canada du fait qu'un grand nombre d'entre elles opèrent dans plus d'une province mais ne sont comptées qu'une fois au niveau national.

² See Appendix II. Differences in Historical Data.

² Voir Appendice II. Divergences dans les données chronologiques.

Table 4.

Retail Chains (excluding department stores), by Number of Stores Operated, Canada, 1995 and 1996

| No. | Number of stores operated Nombre de magasins exploités | Chains | | Stores (maximum) Magasins (maximum) | | Sales Ventes | |
|--------------|---|--------------|--------------|--|--------------|-------------------|--------------|
| | | No. - nbre | % | No. - nbre | % | \$'000 | % |
| 1995: | | | | | | | |
| 1 | 4 - 9 stores - magasins | 645 | 54.1 | 3,700 | 9.8 | 5,599,716 | 8.3 |
| 2 | 10 - 49 stores - magasins | 374 | 31.3 | 7,693 | 20.3 | 15,014,623 | 22.2 |
| 3 | 50 - 99 stores - magasins | 83 | 7.0 | 5,718 | 15.1 | 14,434,835 | 21.3 |
| 4 | 100 - 199 stores - magasins | 60 | 5.0 | 8,160 | 21.5 | 10,970,836 | 16.2 |
| 5 | 200 - 299 stores - magasins | 16 | 1.3 | 3,932 | 10.4 | 10,269,524 | 15.2 |
| 6 | 300 stores and over - magasins et plus | 15 | 1.3 | 8,677 | 22.9 | 11,357,285 | 16.8 |
| 7 | Total | 1,193 | 100.0 | 37,880 | 100.0 | 67,646,818 | 100.0 |
| 1996: | | | | | | | |
| 8 | 4 - 9 stores - magasins | 656 | 55.2 | 3,754 | 9.8 | 5,537,512 | 7.8 |
| 9 | 10 - 49 stores - magasins | 365 | 30.7 | 7,605 | 19.9 | 16,406,751 | 23.1 |
| 10 | 50 - 99 stores - magasins | 83 | 7.0 | 5,855 | 15.3 | 15,229,361 | 21.5 |
| 11 | 100 - 199 stores - magasins | 54 | 4.5 | 7,521 | 19.7 | 11,413,653 | 16.1 |
| 12 | 200 - 299 stores - magasins | 16 | 1.3 | 3,980 | 10.4 | 10,023,842 | 14.1 |
| 13 | 300 stores and over - magasins et plus | 15 | 1.3 | 9,462 | 24.8 | 12,287,347 | 17.3 |
| 14 | Total | 1,189 | 100.0 | 38,177 | 100.0 | 70,898,465 | 100.0 |

Tableau 4.

Chaînes de magasins de détail (sans les grands magasins), selon le nombre de magasins exploités, Canada, 1995 et 1996

Table 5.

Retail Chains (excluding department stores), by Annual Sales Volume, Canada, 1995 and 1996

| No. | Annual sales volume Volume des ventes annuelles | Chains | | Stores (maximum) Magasins (maximum) | | Sales Ventes | |
|--------------|--|--------------|--------------|--|--------------|-------------------|--------------|
| | | No. - nbre | % | No. - nbre | % | \$'000 | % |
| 1995: | | | | | | | |
| 1 | Under - Moins de \$2,000,000 | 148 | 12.4 | 841 | 2.2 | 192,224 | 0.3 |
| 2 | \$ 2,000,000 - \$ 4,999,999 | 342 | 28.7 | 2,609 | 6.9 | 1,125,376 | 1.7 |
| 3 | 5,000,000 - 24,999,999 | 420 | 35.2 | 6,347 | 16.8 | 4,923,616 | 7.3 |
| 4 | 25,000,000 - 99,999,999 | 172 | 14.4 | 9,400 | 24.8 | 8,625,548 | 12.8 |
| 5 | 100,000,000 and over - et plus | 111 | 9.3 | 18,683 | 49.3 | 52,780,054 | 78.0 |
| 6 | Total | 1,193 | 100.0 | 37,880 | 100.0 | 67,646,818 | 100.0 |
| 1996: | | | | | | | |
| 7 | Under - Moins de \$2,000,000 | 156 | 13.1 | 899 | 2.4 | 200,304 | 0.3 |
| 8 | \$ 2,000,000 - \$ 4,999,999 | 319 | 26.8 | 2,391 | 6.3 | 1,047,895 | 1.5 |
| 9 | 5,000,000 - 24,999,999 | 430 | 36.2 | 6,389 | 16.7 | 4,936,433 | 7.0 |
| 10 | 25,000,000 - 99,999,999 | 171 | 14.4 | 9,202 | 24.1 | 8,680,764 | 12.2 |
| 11 | 100,000,000 and over - et plus | 113 | 9.5 | 19,296 | 50.5 | 56,033,069 | 79.0 |
| 12 | Total | 1,189 | 100.0 | 38,177 | 100.0 | 70,898,465 | 100.0 |

Tableau 5.

Chaînes de magasins de détail (sans les grands magasins), selon le volume des ventes annuelles, Canada, 1995 et 1996

Table 6.

Retail Chains (excluding department stores), by Number of Stores Operated, by Selected Industry Class, Canada, 1996

| No. | Industry class | 4-9 stores - magasins | | | 10-29 stores - magasins | | |
|-----|---|-----------------------|-----------------------|---------------------------|-------------------------|-----------------------|---------------------------|
| | | Chains | Stores (maximum) | Distribution of sales | Chains | Stores (maximum) | Distribution of sales |
| | | Chaînes | Magasins (maximum) | Répartition des ventes | Chaînes | Magasins (maximum) | Répartition des ventes |
| | | No. - nbre | | % | No. - nbre | | % |
| 1 | Bakery products stores | 8 | 40 | x | 1 | 29 | x |
| 2 | Other food stores ¹ | 9 | 54 | 71.8 | 6 | 77 | x |
| 3 | Liquor and beer stores | 4 | 18 | x | 2 | 47 | x |
| 4 | Men's clothing stores | 19 | 116 | 8.7 | 17 | 279 | 36.8 |
| 5 | Children's clothing stores | 5 | 28 | 9.9 | 4 | 73 | 21.8 |
| 6 | Other clothing stores, n.e.c. | 41 | 255 | 6.9 | 23 | 407 | 15.0 |
| 7 | Household furniture stores (with appliances and furnishings) | 17 | 86 | 13.8 | 5 | 70 | x |
| 8 | Household furniture stores (without appliances and furnishings) | 20 | 98 | 22.9 | 3 | 46 | x |
| 9 | Appliance, television, radio and stereo stores ² | 13 | 69 | 6.9 | 6 | 104 | 15.0 |
| 10 | Floor covering stores and drapery stores | 6 | 28 | 38.1 | 3 | 47 | x |
| 11 | Other household furnishings stores ⁴ | 11 | 60 | 16.3 | 11 | 178 | 42.5 |
| 12 | Automotive (new and used) dealers | 6 | 30 | 100.0 | - | - | - |
| 13 | Gasoline service stations and garages | 28 | 151 | 2.8 | 21 | 309 | 5.6 |
| 14 | Other motor vehicle services and repair shops ⁵ | 20 | 112 | 17.3 | 5 | 73 | 12.4 |
| 15 | General stores | 4 | 23 | 1.5 | 3 | 64 | x |
| 16 | Other general merchandise stores (variety and general merchandise stores) | 15 | 79 | 2.1 | 10 | 210 | 6.9 |
| 17 | Book and stationery stores | 16 | 90 | 11.8 | 7 | 73 | 8.6 |
| 18 | Paint, glass and wallpaper stores | 5 | 26 | 11.3 | 1 | 13 | x |
| 19 | Sporting goods stores ⁶ | 20 | 103 | 22.6 | 8 | 150 | 24.0 |
| 20 | Record and tape stores | 7 | 38 | 13.0 | 6 | 103 | 8.8 |
| 21 | Jewellery stores | 24 | 134 | 16.0 | 9 | 147 | 13.8 |
| 22 | Camera and photographic supply stores | 10 | 61 | 17.6 | 4 | 67 | 6.4 |
| 23 | Toy and hobby stores | 7 | 46 | 7.8 | 3 | 41 | x |
| 24 | Gift, novelty and souvenir stores | 23 | 138 | 57.4 | 8 | 105 | 19.9 |
| 25 | Second-hand merchandise stores | 28 | 172 | 32.4 | 5 | 69 | x |
| 26 | Opticians' shops | 24 | 151 | 15.7 | 8 | 158 | 30.6 |
| 27 | Luggage and leather goods stores | 8 | 47 | 22.6 | 7 | 110 | x |
| 28 | Pet stores | 21 | 119 | 61.2 | 5 | 85 | x |
| 29 | Other retail stores ⁷ | 27 | 158 | 18.1 | 13 | 231 | 21.5 |

See footnotes at end of tables

Tableau 6.

Chaines de magasins de détail (sans les grands magasins), selon le nombre de magasins exploités, pour certaines classes industrielles, Canada, 1996

| 30 and over - et plus | | | Total | | | Classe industrielle | N° |
|-----------------------|-----------------------|---------------------------|------------|-----------------------|-----------|--|----|
| Chains | Stores (maximum) | Distribution of sales | Chains | Stores (maximum) | Sales | | |
| Chaines | Magasins (maximum) | Répartition des ventes | Chaines | Magasins (maximum) | Ventes | | |
| No. - nbre | | % | No. - nbre | | \$'000 | | |
| 1 | 42 | x | 10 | 111 | x | Boulangeries - pâtisseries | 1 |
| 1 | 140 | x | 16 | 271 | 317,501 | Autres magasins d'alimentation ¹ | 2 |
| 8 | 1,870 | 97.5 | 14 | 1,935 | 5,294,429 | Magasins de spiritueux et de bière | 3 |
| 5 | 494 | 54.6 | 41 | 889 | 849,585 | Magasins de vêtements pour hommes | 4 |
| 4 | 254 | 68.2 | 13 | 355 | 260,294 | Magasins de vêtements pour enfants | 5 |
| 26 | 2,133 | 78.1 | 90 | 2,795 | 3,198,342 | Autre magasins de vêtements, n.c.a. | 6 |
| 4 | 187 | x | 26 | 343 | 1,432,028 | Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement) | 7 |
| 3 | 146 | x | 26 | 290 | 666,373 | Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement) | 8 |
| 6 | 921 | 78.1 | 25 | 1,094 | 2,224,501 | Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques ³ | 9 |
| 1 | 30 | x | 10 | 105 | 129,478 | Magasins de revêtements de sol et de tentures | 10 |
| 3 | 232 | 41.2 | 25 | 470 | 406,216 | Autres magasins d'accessoires d'ameublement ⁴ | 11 |
| - | - | - | 6 | 30 | 485,688 | Concessionnaires d'automobiles (neuves et d'occasion) | 12 |
| 24 | 4,823 | 91.7 | 73 | 5,283 | 8,336,943 | Stations-service et garages | 13 |
| 6 | 485 | 70.3 | 31 | 670 | 431,631 | Autres services pour véhicules automobiles et ateliers de réparation ⁵ | 14 |
| 2 | 128 | x | 9 | 215 | 4,515,769 | Magasins généraux | 15 |
| 8 | 2,401 | 91.0 | 33 | 2,690 | 2,574,978 | Autres magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses) | 16 |
| 7 | 951 | 79.6 | 30 | 1,114 | 779,801 | Librairies et papeteries | 17 |
| 4 | 247 | x | 10 | 286 | 110,475 | Magasins de peinture, de vitre et de papier-peint | 18 |
| 7 | 601 | 53.3 | 35 | 854 | 1,089,376 | Magasins d'articles de sport ⁶ | 19 |
| 6 | 366 | 78.2 | 19 | 507 | 611,946 | Magasins de disques et de bandes magnétiques | 20 |
| 5 | 387 | 70.2 | 38 | 668 | 410,338 | Bijouteries | 21 |
| 3 | 441 | 76.0 | 17 | 569 | 264,735 | Magasins d'appareils et de fournitures photographiques | 22 |
| 2 | 131 | x | 12 | 218 | 540,006 | Magasins de jouets et d'articles de loisir | 23 |
| 4 | 236 | 22.7 | 35 | 479 | 418,845 | Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs | 24 |
| 2 | 79 | x | 35 | 320 | 200,081 | Magasins de marchandises d'occasion | 25 |
| 7 | 421 | 53.7 | 39 | 730 | 376,752 | Opticiens | 26 |
| 2 | 170 | x | 17 | 327 | 124,509 | Magasins de bagages et de maroquinerie | 27 |
| 2 | 85 | x | 28 | 289 | 129,098 | Magasins d'animaux de maison | 28 |
| 3 | 543 | 60.4 | 43 | 932 | 967,894 | Autres magasins de ventes au détail ⁷ | 29 |

Voir notes à la fin des tableaux.

Table 7.

Retail Chains (excluding department stores), by Annual Sales Volume, by Selected Industry Class, Canada, 1996

| Industry class No. | Under - Moins de \$2,000,000 | | | \$2,000,000 - \$4,999,999 | | |
|--|------------------------------|--|---|---------------------------|--|---|
| | Chains Chaines | Stores (maximum) Magasins (maximum) | Distribution of sales Répartition des ventes | Chains Chaines | Stores (maximum) Magasins (maximum) | Distribution of sales Répartition des ventes |
| | No. - nbre | % | No. - nbre | % | | |
| 1 Bakery products stores | 4 | 18 | x | 3 | 15 | x |
| 2 Other food stores ¹ | 2 | 11 | x | 3 | 23 | x |
| 3 Liquor and beer stores | 1 | 4 | x | 1 | 4 | x |
| 4 Men's clothing stores | 1 | 6 | x | 15 | 91 | x |
| 5 Children's clothing stores | - | - | - | 3 | 17 | x |
| 6 Other clothing stores, n.e.c. | 5 | 27 | 0.2 | 28 | 181 | 2.8 |
| 7 Household furniture stores (with appliances and furnishings) | - | - | - | 3 | 16 | x |
| 8 Household furniture stores (without appliances and furnishings) | 1 | 5 | x | 6 | 30 | x |
| 9 Appliance, television, radio and stereo stores ³ | 2 | 46 | x | - | - | - |
| 10 Floor covering stores and drapery stores | - | - | - | 2 | 8 | x |
| 11 Other household furnishing stores ⁴ | 3 | 18 | x | 8 | 87 | x |
| 12 Automotive (new and used) dealers | - | - | - | - | - | - |
| 13 Gasoline service stations and garages | 3 | 15 | 0.1 | 8 | 37 | 0.4 |
| 14 Other motor vehicle services and repair shops ⁵ | 4 | 17 | 1.1 | 12 | 70 | 9.6 |
| 15 General stores | - | - | - | 1 | 4 | x |
| 16 Other general merchandise stores (variety and general merchandise stores) | 6 | 32 | 0.3 | 6 | 41 | 0.8 |
| 17 Book and stationery stores | 2 | 12 | x | 12 | 114 | x |
| 18 Paint, glass and wallpaper stores | 2 | 10 | x | 3 | 23 | x |
| 19 Sporting goods stores ⁶ | 2 | 10 | x | 9 | 42 | x |
| 20 Record and tape stores | 2 | 9 | x | 3 | 23 | x |
| 21 Jewellery stores | 10 | 51 | 2.8 | 17 | 143 | 14.9 |
| 22 Camera and photographic supply stores | 5 | 35 | 2.0 | 4 | 40 | 4.4 |
| 23 Toy and hobby stores | 3 | 27 | 0.6 | 5 | 34 | 2.7 |
| 24 Gift, novelty and souvenir stores | 7 | 36 | 2.4 | 18 | 144 | 14.1 |
| 25 Second-hand merchandise stores | 18 | 100 | 8.7 | 11 | 89 | 17.7 |
| 26 Opticians' shops | 11 | 60 | 4.3 | 15 | 118 | 13.5 |
| 27 Luggage and leather goods stores | 1 | 4 | x | 11 | 116 | 26.4 |
| 28 Pet stores | 9 | 48 | 9.4 | 7 | 43 | 14.0 |
| 29 Other retail stores ⁷ | 7 | 43 | 1.0 | 12 | 88 | 4.0 |

See footnotes at end of tables.

Tableau 7.

Chaînes de magasins de détail (sans les grands magasins), selon le volume des ventes annuelles, pour certaines classes industrielles, Canada, 1996

| \$5,000,000 and over - et plus | | | Total | | | Classe industrielle | N° |
|--------------------------------|-----------------------|---------------------------|------------|-----------------------|-----------|--|----|
| Chains | Stores (maximum) | Distribution of sales | Chains | Stores (maximum) | Sales | | |
| Chaines | Magasins (maximum) | Répartition des ventes | Chaines | Magasins (maximum) | Ventes | | |
| No. - nbre | | % | No. - nbre | | \$'000 | | |
| 3 | 78 | x | 10 | 111 | x | Boulangeries - pâtisseries | 1 |
| 11 | 237 | 96.1 | 16 | 271 | 317,501 | Autres magasins d'alimentation ¹ | 2 |
| 12 | 1,927 | 99.9 | 14 | 1,935 | 5,294,429 | Magasins de spiritueux et de bière | 3 |
| 25 | 792 | 94.1 | 41 | 889 | 849,585 | Magasins de vêtements pour hommes | 4 |
| 10 | 338 | x | 13 | 355 | 260,294 | Magasins de vêtements pour enfants | 5 |
| 57 | 2,587 | 97.1 | 90 | 2,795 | 3,198,342 | Autre magasins de vêtements, n.c.a. | 6 |
| 23 | 327 | x | 26 | 343 | 1,432,028 | Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement) | 7 |
| 19 | 255 | 97.2 | 26 | 290 | 666,373 | Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement) | 8 |
| 23 | 1,048 | x | 25 | 1,094 | 2,224,501 | Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques ³ | 9 |
| 8 | 97 | x | 10 | 105 | 129,478 | Magasins de revêtements de sol et de tentures | 10 |
| 14 | 365 | 91.9 | 25 | 470 | 406,216 | Autres magasins d'accessoires d'ameublement ⁴ | 11 |
| 6 | 30 | 100.0 | 6 | 30 | 485,688 | Concessionnaires d'automobiles (neuves et d'occasion) | 12 |
| 62 | 5,231 | 99.6 | 73 | 5,283 | 8,336,943 | Stations-service et garages | 13 |
| 15 | 583 | 89.3 | 31 | 670 | 431,631 | Autres services pour véhicules automobiles et ateliers de réparation ⁵ | 14 |
| 8 | 211 | x | 9 | 215 | 4,515,769 | Magasins généraux | 15 |
| 21 | 2,617 | 98.9 | 33 | 2,690 | 2,574,978 | Autres magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses) | 16 |
| 16 | 988 | 94.6 | 30 | 1,114 | 779,801 | Librairies et papeteries | 17 |
| 5 | 253 | 90.0 | 10 | 286 | 110,475 | Magasins de peinture, de vitre et de papier-peint | 18 |
| 24 | 802 | 96.7 | 35 | 854 | 1,089,376 | Magasins d'articles de sport ⁶ | 19 |
| 14 | 475 | 97.7 | 19 | 507 | 611,946 | Magasins de disques et de bandes magnétiques | 20 |
| 11 | 474 | 82.3 | 38 | 668 | 410,338 | Bijouteries | 21 |
| 8 | 494 | 93.6 | 17 | 569 | 264,735 | Magasins d'appareils et de fournitures photographiques | 22 |
| 4 | 157 | 96.7 | 12 | 218 | 540,006 | Magasins de jouets et d'articles de loisir | 23 |
| 10 | 299 | 83.5 | 35 | 479 | 418,845 | Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs | 24 |
| 6 | 131 | 73.6 | 35 | 320 | 200,081 | Magasins de marchandises d'occasion | 25 |
| 13 | 552 | 82.2 | 39 | 730 | 376,752 | Opticiens | 26 |
| 5 | 207 | x | 17 | 327 | 124,509 | Magasins de bagages et de maroquinerie | 27 |
| 12 | 198 | 76.5 | 28 | 289 | 129,098 | Magasins d'animaux de maison | 28 |
| 24 | 801 | 95.0 | 43 | 932 | 967,894 | Autres magasins de ventes au détail ⁷ | 29 |

Voir notes à la fin des tableaux.

Table 8.

Retail Chains (excluding department stores), Total Floor Area, by Selected Industry Class and Selected Respondents, Canada, 1996⁸

| No. | Industry class | Chains | Stores | Total sales | Total floor area | Average sales per square metre |
|-----|---|------------|---------------|-------------------|-------------------|---------------------------------|
| | | Chaînes | Magasins | Ventes totales | Superficie totale | Ventes moyennes par mètre carré |
| | | No. - nbre | | \$'000 | m ² | \$ |
| | TOTAL | 882 | 22,932 | 48,223,856 | 13,133,938 | 4,169 |
| | Food, beverage and drug group | | | | | |
| 1 | Supermarkets | 40 | 1,292 | 20,987,432 | 4,095,667 | 5,013 |
| 2 | Grocery stores | 30 | 1,881 | 1,590,924 | 385,893 | 4,078 |
| 3 | Bakery products stores | 7 | 63 | x | 8,783 | x |
| 4 | Candy and nut stores | 6 | 243 | x | 21,747 | x |
| 5 | Other food stores ¹ | 13 | 188 | 258,589 | 55,544 | 4,019 |
| 6 | Liquor and beer stores | 12 | 1,296 | 3,496,593 | 558,535 | 6,651 |
| 7 | Wine stores | 3 | 240 | x | 9,861 | x |
| 8 | Pharmacies ² | 49 | 731 | 2,605,557 | 399,574 | 7,725 |
| | Shoe, apparel, fabric and yarn group | | | | | |
| 9 | Shoe stores | 57 | 1,530 | 1,003,053 | 314,860 | 3,737 |
| 10 | Men's clothing stores | 37 | 804 | 799,727 | 257,880 | 3,448 |
| 11 | Women's clothing stores | 98 | 3,435 | 2,031,211 | 689,783 | 3,343 |
| 12 | Children's clothing stores | 10 | 218 | 158,488 | 60,463 | 3,251 |
| 13 | Other clothing stores, n.e.c. | 82 | 2,431 | 2,718,951 | 1,216,341 | 3,100 |
| 14 | Fabric and yarn stores | 14 | 229 | 229,650 | 187,975 | 1,368 |
| | Household furniture, appliances and furnishings group | | | | | |
| 15 | Household furniture stores (with appliances and furnishings) | 19 | 284 | 1,340,765 | 659,103 | 2,151 |
| 16 | Household furniture stores (without appliances and furnishings) | 19 | 206 | 582,483 | 338,662 | 3,400 |
| 17 | Appliance, television, radio and stereo stores ³ | 21 | 916 | 1,097,803 | 297,874 | 5,426 |
| 18 | Floor covering stores and drapery stores | 6 | 67 | 62,898 | 52,924 | 1,780 |
| 19 | Other household furnishings stores ⁴ | 18 | 300 | 227,789 | 99,887 | 3,772 |
| | General retail merchandising group | | | | | |
| 20 | General stores | 9 | 183 | 2,943,806 | 417,464 | 4,486 |
| 21 | Other general merchandise stores (variety and general merchandise stores) | 29 | 989 | 1,337,905 | 1,065,838 | 1,807 |
| | Other retail stores group | | | | | |
| 22 | Book and stationery stores | 26 | 811 | x | 177,630 | x |
| 23 | Florist shops | 6 | 32 | 8,609 | 5,341 | 1,898 |
| 24 | Paint, glass and wallpaper stores | 9 | 260 | 93,176 | 94,654 | 1,167 |
| 25 | Sporting goods stores ⁵ | 28 | 518 | 708,554 | 310,205 | 3,570 |
| 26 | Record and tape stores | 16 | 457 | 579,650 | 107,919 | 5,257 |
| 27 | Jewellery stores | 26 | 453 | 283,229 | 52,748 | 6,770 |
| 28 | Camera and photographic supply stores | 14 | 393 | 215,501 | 43,567 | 5,239 |
| 29 | Toy and hobby stores | 10 | 180 | 497,269 | 289,906 | 2,147 |
| 30 | Gift, novelty and souvenir stores | 31 | 339 | 370,118 | 67,674 | 5,424 |
| 31 | Second-hand merchandise stores | 32 | 239 | 169,565 | 223,047 | 915 |
| 32 | Opticians' shops | 36 | 592 | 340,593 | 92,282 | 5,506 |
| 33 | Luggage and leather goods stores | 15 | 234 | 91,657 | 24,533 | 4,391 |
| 34 | Pet stores | 23 | 175 | 98,950 | 46,013 | 2,798 |
| 35 | Other retail stores ⁷ | 31 | 723 | 631,806 | 403,761 | 5,543 |

See footnotes at end of tables

Tableau 8.

Chaînes de magasins de détail (sans les grands magasins), superficie totale, selon certaines classes industrielles et certains répondants, Canada, 1996⁸

| Median sales per square metre Ventes médianes par mètre carré | Total floor area Superficie totale | Average sales per square foot Ventes moyennes par pied carré | Median sales per square foot Ventes médianes par pied carré | Classe industrielle | N° |
|--|---------------------------------------|---|--|--|----|
| | \$ ft ² - pi ² | \$ | \$ | | |
| 3,217 | 141,225,137 | 388 | 299 | TOTAL | |
| | | | | Groupe des aliments, boissons et médicaments | |
| 4,817 | 44,039,426 | 466 | 448 | Supermarchés d'alimentation | 1 |
| 3,372 | 4,149,388 | 379 | 314 | Épiceries | 2 |
| x | 94,445 | x | x | Boulangeries - pâtisseries | 3 |
| x | 233,838 | x | x | Confiseries et magasins de noix | 4 |
| 3,040 | 597,246 | 374 | 283 | Autres magasins d'alimentation ¹ | 5 |
| 6,159 | 6,005,753 | 619 | 573 | Magasins de spiritueux et de bière | 6 |
| x | 106,032 | x | x | Magasins de vin | 7 |
| 6,276 | 4,296,495 | 718 | 584 | Pharmacies ² | 8 |
| | | | | Groupe des chaussures, vêtements, tissus et filés | |
| 3,110 | 3,385,596 | 347 | 289 | Magasins de chaussures | 9 |
| 2,954 | 2,772,906 | 321 | 275 | Magasins de vêtements pour hommes | 10 |
| 3,068 | 7,417,024 | 311 | 285 | Magasins de vêtements pour dames | 11 |
| 2,749 | 650,135 | 302 | 256 | Magasins de vêtements pour enfants | 12 |
| 2,608 | 13,078,940 | 288 | 243 | Autre magasins de vêtements, n.c.a. | 13 |
| 1,316 | 2,021,240 | 127 | 122 | Magasins de tissus et de filés | 14 |
| | | | | Groupe des meubles, appareils et accessoires d'ameublement de maison | |
| 1,454 | 7,087,125 | 200 | 135 | Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement) | 15 |
| 1,368 | 3,641,528 | 316 | 127 | Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement) | 16 |
| 4,236 | 3,202,946 | 505 | 394 | Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques ³ | 17 |
| 1,229 | 569,073 | 166 | 114 | Magasins de revêtements de sol et de tentures | 18 |
| 2,959 | 1,074,050 | 351 | 275 | Autres magasins d'accessoires d'ameublement ⁴ | 19 |
| | | | | Groupe des magasins de marchandises diverses | |
| 3,916 | 4,488,855 | 417 | 364 | Magasins généraux | 20 |
| 1,498 | 11,460,624 | 168 | 139 | Autres magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses) | 21 |
| | | | | Groupe des autres magasins de détail | |
| x | 1,909,995 | x | x | Librairies et papeteries | 22 |
| 1,830 | 57,433 | 177 | 170 | Fleuristes | 23 |
| 859 | 1,017,783 | 109 | 80 | Magasins de peinture, de vitre et de papier-peint | 24 |
| 2,876 | 3,335,537 | 332 | 267 | Magasins d'articles de sport ⁵ | 25 |
| 4,747 | 1,160,423 | 489 | 441 | Magasins de disques et de bandes magnétiques | 26 |
| 5,214 | 567,184 | 630 | 485 | Bijouteries | 27 |
| 4,498 | 468,465 | 487 | 418 | Magasins d'appareils et de fournitures photographiques | 28 |
| 1,941 | 3,117,267 | 200 | 181 | Magasins de jouets et d'articles de loisir | 29 |
| 4,505 | 727,677 | 504 | 419 | Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs | 30 |
| 800 | 2,398,350 | 85 | 74 | Magasins de marchandises d'occasion | 31 |
| 3,557 | 992,278 | 512 | 331 | Opticiens | 32 |
| 3,493 | 263,799 | 408 | 325 | Magasins de bagages et de maroquinerie | 33 |
| 2,094 | 494,768 | 260 | 195 | Magasins d'animaux de maison | 34 |
| 2,549 | 4,341,513 | 515 | 237 | Autres magasins de ventes au détail ⁷ | 35 |

Voir notes à la fin des tableaux.

Table 9.

Retail Chains (excluding department stores), Floor Area Accessible to the Public, by Selected Industry Class and Selected Respondents, Canada, 1996⁸

| No. | Industry class | Chains | Stores | Total sales | Floor area accessible to the public | Average sales per square metre |
|-----|---|------------|---------------|-------------------|-------------------------------------|---------------------------------|
| | | Chaines | Magasins | Ventes totales | Superficie accessible au public | Ventes moyennes par mètre carré |
| | | No. - nbre | | \$'000 | m ² | \$ |
| | TOTAL | 880 | 22,881 | 47,977,444 | 10,217,023 | 5,663 |
| | Food, beverage and drug group | | | | | |
| 1 | Supermarkets | 39 | 1,287 | 20,769,607 | 2,935,444 | 6,938 |
| 2 | Grocery stores | 30 | 1,881 | 1,590,924 | 327,291 | 5,017 |
| 3 | Bakery products stores | 6 | 60 | x | 6,604 | x |
| 4 | Candy and nut stores | 6 | 241 | x | 18,053 | x |
| 5 | Other food stores ¹ | 13 | 187 | 257,870 | 45,291 | 4,367 |
| 6 | Liquor and beer stores | 12 | 1,294 | 3,490,647 | 308,878 | 22,571 |
| 7 | Wine stores | 3 | 240 | x | 8,666 | x |
| 8 | Pharmacies ² | 49 | 727 | 2,603,741 | 334,987 | 10,203 |
| | Shoe, apparel, fabric and yarn group | | | | | |
| 9 | Shoe stores | 57 | 1,527 | 1,002,715 | 279,881 | 4,496 |
| 10 | Men's clothing stores | 37 | 802 | 799,300 | 244,309 | 3,579 |
| 11 | Women's clothing stores | 98 | 3,429 | 2,029,978 | 642,006 | 3,461 |
| 12 | Children's clothing stores | 10 | 217 | 158,251 | 57,854 | 3,414 |
| 13 | Other clothing stores, n.e.c. | 82 | 2,429 | 2,717,543 | 1,059,020 | 3,285 |
| 14 | Fabric and yarn stores | 14 | 229 | 229,650 | 166,711 | 1,495 |
| | Household furniture, appliances and furnishings group | | | | | |
| 15 | Household furniture stores (with appliances and furnishings) | 19 | 284 | 1,340,765 | 452,747 | 2,599 |
| 16 | Household furniture stores (without appliances and furnishings) | 19 | 204 | 579,101 | 269,745 | 2,484 |
| 17 | Appliance, television, radio and stereo stores ³ | 21 | 913 | 1,092,571 | 254,703 | 5,842 |
| 18 | Floor covering stores and drapery stores | 6 | 67 | 62,898 | 46,983 | 1,946 |
| 19 | Other household furnishings stores ⁴ | 18 | 300 | 227,789 | 88,933 | 3,874 |
| | General retail merchandising group | | | | | |
| 20 | General stores | 9 | 183 | 2,943,806 | 339,635 | 6,547 |
| 21 | Other general merchandise stores (variety and general merchandise stores) | 29 | 988 | 1,337,585 | 838,508 | 2,628 |
| | Other retail stores group | | | | | |
| 22 | Book and stationery stores | 26 | 809 | x | 161,638 | x |
| 23 | Florist shops | 6 | 32 | 8,609 | 3,537 | 3,227 |
| 24 | Paint, glass and wallpaper stores | 9 | 260 | 93,176 | 89,200 | 1,429 |
| 25 | Sporting goods stores ⁵ | 28 | 515 | 705,930 | 268,526 | 4,613 |
| 26 | Record and tape stores | 16 | 456 | 579,644 | 99,442 | 5,572 |
| 27 | Jewellery stores | 26 | 451 | 282,746 | 50,168 | 6,926 |
| 28 | Camera and photographic supply stores | 14 | 393 | 215,501 | 40,354 | 5,487 |
| 29 | Toy and hobby stores | 10 | 179 | 497,269 | 185,166 | 2,622 |
| 30 | Gift, novelty and souvenir stores | 31 | 338 | 370,116 | 61,254 | 5,803 |
| 31 | Second-hand merchandise stores | 32 | 238 | 168,706 | 187,293 | 1,184 |
| 32 | Opticians' shops | 36 | 592 | 340,593 | 77,821 | 6,180 |
| 33 | Luggage and leather goods stores | 15 | 232 | 91,474 | 23,032 | 4,621 |
| 34 | Pet stores | 23 | 174 | 98,600 | 40,079 | 2,989 |
| 35 | Other retail stores ⁷ | 31 | 723 | 631,806 | 203,265 | 7,062 |

See footnotes at end of tables

Tableau 9.

Chaines de magasins de détail (sans les grands magasins), superficie accessible au public, selon certaines classes industrielles et certains répondants, Canada, 1996⁸

| Median sales per square metre | Floor area accessible to the public | Average sales per square foot | Median sales per square foot | Classe industrielle | N° |
|-------------------------------|-------------------------------------|-------------------------------|------------------------------|--|----|
| | | | | | |
| \$ | ft ² - pi ² | \$ | \$ | | |
| 3,611 | 109,860,467 | 527 | 336 | TOTAL | |
| | | | | Groupe des aliments, boissons et médicaments | |
| 6,627 | 31,563,909 | 645 | 616 | Supermarchés d'alimentation | 1 |
| 3,994 | 3,519,253 | 467 | 371 | Épiceries | 2 |
| x | 71,011 | x | x | Boulangeries - pâtisseries | 3 |
| x | 194,113 | x | x | Confiseries et magasins de noix | 4 |
| 3,215 | 487,002 | 406 | 299 | Autres magasins d'alimentation ¹ | 5 |
| 9,959 | 3,321,268 | 2,099 | 926 | Magasins de spiritueux et de bière | 6 |
| x | 93,182 | x | x | Magasins de vin | 7 |
| 7,273 | 3,602,009 | 949 | 676 | Pharmacies ² | 8 |
| | | | | Groupe des chaussures, vêtements, tissus et filés | |
| 3,592 | 3,009,473 | 418 | 334 | Magasins de chaussures | 9 |
| 3,036 | 2,626,978 | 333 | 282 | Magasins de vêtements pour hommes | 10 |
| 3,143 | 6,903,290 | 322 | 292 | Magasins de vêtements pour dames | 11 |
| 2,981 | 622,091 | 317 | 277 | Magasins de vêtements pour enfants | 12 |
| 2,732 | 11,387,310 | 306 | 254 | Autre magasins de vêtements, n.c.a. | 13 |
| 1,428 | 1,792,593 | 139 | 133 | Magasins de tissus et de filés | 14 |
| | | | | Groupe des meubles, appareils et accessoires d'ameublement de maison | |
| 1,704 | 4,868,242 | 242 | 158 | Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement) | 15 |
| 1,656 | 2,900,487 | 231 | 154 | Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement) | 16 |
| 4,488 | 2,738,743 | 543 | 417 | Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques ³ | 17 |
| 1,368 | 505,190 | 181 | 127 | Magasins de revêtements de sol et de tentures | 18 |
| 3,024 | 956,271 | 360 | 281 | Autres magasins d'accessoires d'ameublement ⁴ | 19 |
| | | | | Groupe des magasins de marchandises diverses | |
| 6,223 | 3,651,993 | 609 | 579 | Magasins généraux | 20 |
| 1,832 | 9,016,212 | 244 | 170 | Autres magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses) | 21 |
| | | | | Groupe des autres magasins de détail | |
| x | 1,738,044 | x | x | Librairies et papeteries | 22 |
| 2,127 | 38,028 | 300 | 198 | Fleuristes | 23 |
| 883 | 959,142 | 133 | 82 | Magasins de peinture, de vitre et de papier-peint | 24 |
| 3,575 | 2,887,379 | 429 | 332 | Magasins d'articles de sport ⁶ | 25 |
| 4,955 | 1,069,272 | 518 | 461 | Magasins de disques et de bandes magnétiques | 26 |
| 5,246 | 539,445 | 644 | 488 | Bijouteries | 27 |
| 4,595 | 433,919 | 510 | 427 | Magasins d'appareils et de fournitures photographiques | 28 |
| 2,464 | 1,991,033 | 244 | 229 | Magasins de jouets et d'articles de loisir | 29 |
| 4,794 | 658,642 | 540 | 446 | Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs | 30 |
| 934 | 2,013,899 | 110 | 87 | Magasins de marchandises d'occasion | 31 |
| 4,192 | 836,787 | 575 | 390 | Opticiens | 32 |
| 3,570 | 247,654 | 430 | 332 | Magasins de bagages et de maroquinerie | 33 |
| 2,230 | 430,956 | 278 | 207 | Magasins d'animaux de maison | 34 |
| 4,311 | 2,185,647 | 657 | 401 | Autres magasins de ventes au détail ⁷ | 35 |

Voir notes à la fin des tableaux.

Table 10.

Tableau 10.

Retail Chains (excluding department stores), by
Selected Industry Class, Canada, 1995 and 1996

Chaînes de magasins de détail (sans les grands magasins),
selon certaines classes industrielles, Canada, 1995 et 1996

| No. | Industry class Classe industrielle | | 1995 | 1996 | Percentage change 1996/1995 |
|-----|---|----------------------|------------|------------|--|
| | | | | | Variation en pourcentage 1996/1995 |
| 1 | Supermarkets and grocery stores - Supermarchés d'alimentation et épicerie: | | | | |
| 1 | Chains - Chaînes | No. - nbre | 78 | 78 | |
| 2 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre \$'000 | 3,816 | 4,184 | |
| 3 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | 23,988,262 | 25,934,279 | 8.1 |
| 4 | Liquor and Beer Stores - Magasins de spiritueux et de bière: | | | | |
| 4 | Chains - Chaînes | No. - nbre | 13 | 14 | |
| 5 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre \$'000 | 1,930 | 1,935 | |
| 6 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | 5,044,503 | 5,294,429 | 5.0 |
| 7 | Pharmacies ² : | | | | |
| 7 | Chains - Chaînes | No. - nbre | 63 | 58 | |
| 8 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre \$'000 | 853 | 832 | |
| 9 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | 2,833,587 | 2,898,625 | 2.3 |
| 10 | Shoe stores - Magasins de chaussures: | | | | |
| 10 | Chains - Chaînes | No. - nbre | 70 | 66 | |
| 11 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre \$'000 | 1,991 | 1,872 | |
| 12 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | 1,230,997 | 1,162,068 | -5.6 |
| 13 | Men's clothing stores - Magasins de vêtements pour hommes: | | | | |
| 13 | Chains - Chaînes | No. - nbre | 42 | 41 | |
| 14 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre \$'000 | 924 | 889 | |
| 15 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | 861,488 | 849,585 | -1.4 |
| 16 | Women's clothing stores - Magasins de vêtements pour dames: | | | | |
| 16 | Chains - Chaînes | No. - nbre | 130 | 115 | |
| 17 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre \$'000 | 5,119 | 5,226 | |
| 18 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | 2,866,009 | 2,809,777 | -2.0 |
| 19 | Other clothing stores, n.e.c. - Autres magasins de vêtements, n.c.a.: | | | | |
| 19 | Chains - Chaînes | No. - nbre | 85 | 90 | |
| 20 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre \$'000 | 2,731 | 2,795 | |
| 21 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | 2,843,662 | 3,198,342 | 12.5 |
| 22 | Furniture stores (with appliances and furnishings) - Magasins de meubles (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement): | | | | |
| 22 | Chains - Chaînes | No. - nbre | 24 | 26 | |
| 23 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre \$'000 | 330 | 343 | |
| 24 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | 1,317,915 | 1,432,028 | 8.7 |
| 25 | Furniture stores (without appliances and furnishings) - Magasins de meubles (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement): | | | | |
| 25 | Chains - Chaînes | No. - nbre | 25 | 26 | |
| 26 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre \$'000 | 301 | 290 | |
| 27 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | 616,342 | 666,373 | 8.1 |

See footnotes at end of table.

Voir notes à la fin des tableaux.

Table 10.

Retail Chains (excluding department stores), by Selected Industry Class, Canada, 1995 and 1996 - Concluded

| No. | Industry class Classe industrielle | | | 1995 | 1996 | Percentage change 1996/1995 |
|-----|--|--------|------------|-----------|-----------|--|
| | | | | | | Variation en pourcentage 1996/1995 |
| 28 | Service stations and garages - Stations-service et garages: | | No. - nbre | 73 | 73 | |
| 29 | Chains - Chaînes | | No. - nbre | 5,375 | 5,283 | |
| 30 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | \$'000 | | 7,534,874 | 8,336,943 | 10.6 |
| | Sales - Total - Ventes | | | | | |
| 31 | General Stores - Magasins généraux: | | No. - nbre | 10 | 9 | |
| 32 | Chains - Chaînes | | No. - nbre | 220 | 215 | |
| 33 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | \$'000 | | 4,761,439 | 4,515,769 | -5.2 |
| | Sales - Total - Ventes | | | | | |
| 34 | Other general merchandise stores - Autres magasins de marchandises diverses: | | No. - nbre | 34 | 33 | |
| 35 | Chains - Chaînes | | No. - nbre | 2,760 | 2,690 | |
| 36 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | \$'000 | | 2,576,786 | 2,574,978 | -0.1 |
| | Sales - Total - Ventes | | | | | |
| 37 | Book and stationery stores - Librairies et papeteries: | | No. - nbre | 32 | 30 | |
| 38 | Chains - Chaînes | | No. - nbre | 1,210 | 1,114 | |
| 39 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | \$'000 | | 747,185 | 779,801 | 4.4 |
| | Sales - Total - Ventes | | | | | |
| 40 | Jewellery Stores - Bijouteries: | | No. - nbre | 37 | 38 | |
| 41 | Chains - Chaînes | | No. - nbre | 651 | 668 | |
| 42 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | \$'000 | | 405,153 | 410,338 | 1.3 |
| | Sales - Total - Ventes | | | | | |

Tableau 10.

Châînes de magasins de détail (sans les grands magasins), selon certaines classes industrielles, Canada, 1995 et 1996 - fin

Table 11.

Retail Chains (excluding department stores), by Type of Operation, Canada, 1995 and 1996

| No. | Type of operation Genre d'exploitation | Chains | | Stores (maximum) | | Sales | |
|--------------|---|--------------|--------------|------------------|--------------|-------------------|--------------|
| | | No. - nbre | % | No. - nbre | % | \$'000 | % |
| 1995: | | | | | | | |
| 1 | Local - Locales | 213 | 17.9 | 1,536 | 4.1 | 1,931,675 | 2.9 |
| 2 | Provincial - Provinciales | 565 | 47.4 | 10,458 | 27.6 | 21,972,645 | 32.5 |
| 3 | National - Nationales | 415 | 34.8 | 25,886 | 68.3 | 43,742,498 | 64.7 |
| 4 | Total | 1,193 | 100.0 | 37,880 | 100.0 | 67,646,818 | 100.0 |
| 1996: | | | | | | | |
| 5 | Local - Locales | 186 | 15.6 | 1,416 | 3.7 | 1,641,225 | 2.3 |
| 6 | Provincial - Provinciales | 583 | 49.0 | 10,444 | 27.4 | 23,197,721 | 32.7 |
| 7 | National - Nationales | 417 | 35.1 | 26,292 | 68.9 | 46,036,118 | 64.9 |
| 8 | Total | 1,189 | 100.0 | 38,177 | 100.0 | 70,898,465 | 100.0 |

Tableau 11.

Châînes de magasins de détail (sans les grands magasins), selon le genre d'exploitation, Canada, 1995 et 1996

Table 12.

Retail Chain Stores (excluding department stores), by Selected Locality, 1995 and 1996

Tableau 12.

Chaines de magasins de détail (sans les grands magasins), selon certaines agglomérations, 1995 et 1996

| No. | | Stores - Magasins (maximum) | | Sales - Ventes | | Change in sales 1996/1995 |
|--|------------|--------------------------------|------------|----------------|------|---------------------------------|
| | | 1995 | 1996 | 1995 | 1996 | |
| | No. - nbre | \$'000 | | | | % |
| 1 CANADA | 37,880 | 38,177 | 67,646,818 | 70,898,465 | | 4.8 |
| 2 Census metropolitan areas ¹ - Régions métropolitaines de recensement ¹ | 24,933 | 23,956 | 48,001,277 | 48,464,522 | | 1.0 |
| 3 Calgary, Alta. - Alb. | 1,371 | 1,327 | 2,995,102 | 3,213,369 | | 7.3 |
| 4 Chicoutimi-Jonquière, Qué. | 232 | 230 | 239,571 | 303,456 | | 26.7 |
| 5 Edmonton, Alta. - Alb. | 1,524 | 1,429 | 2,979,366 | 2,986,483 | | 0.2 |
| 6 Halifax, N.S. - N.E. | 571 | 548 | 1,105,140 | 1,128,061 | | 2.1 |
| 7 Hamilton, Ont. | 918 | 868 | 1,654,399 | 1,556,097 | | -5.9 |
| 8 Kitchener, Ont. | 561 | 529 | 1,233,640 | 1,189,296 | | -3.6 |
| 9 London, Ont. | 782 | 745 | 1,261,540 | 1,264,595 | | 0.2 |
| 10 Montréal, Qué. | 4,003 | 3,959 | 6,249,305 | 6,533,475 | | 4.5 |
| 11 Oshawa, Ont. | 317 | 305 | 660,937 | 662,941 | | 0.3 |
| 12 Ottawa-Hull, Ont., Qué. | 1,506 | 1,450 | 2,453,213 | 2,685,691 | | 9.5 |
| 13 Québec, Qué. | 1,130 | 1,091 | 1,672,134 | 1,655,350 | | -1.0 |
| 14 Regina, Sask. | 391 | 374 | 712,757 | 649,081 | | -8.9 |
| 15 Saint John, N.B. - N.-B. | 167 | 157 | 272,391 | 254,809 | | -6.5 |
| 16 Saskatoon, Sask. | 394 | 387 | 729,379 | 747,881 | | 2.5 |
| 17 Sherbrooke, Qué. | 222 | 222 | 387,254 | 407,041 | | 5.1 |
| 18 St. Catharines-Niagara, Ont. | 566 | 543 | 919,783 | 994,530 | | 8.1 |
| 19 St. John's, Nfld. - T.-N. | 263 | 247 | 540,071 | 594,757 | | 10.1 |
| 20 Sudbury, Ont. | 227 | 225 | 294,112 | 308,913 | | 5.0 |
| 21 Thunder Bay, Ont. | 186 | 184 | 401,351 | 370,450 | | -7.7 |
| 22 Toronto, Ont. | 5,139 | 4,838 | 10,810,472 | 10,462,421 | | -3.2 |
| 23 Trois-Rivières, Qué. | 208 | 209 | 380,699 | 390,593 | | 2.6 |
| 24 Vancouver, B.C. - C.-B. | 2,402 | 2,290 | 6,359,065 | 6,272,462 | | -1.4 |
| 25 Victoria, B.C. - C.-B. | 436 | 433 | 746,360 | 776,985 | | 4.1 |
| 26 Windsor, Ont. | 375 | 373 | 809,933 | 886,812 | | 9.5 |
| 27 Winnipeg, Man. | 1,042 | 993 | 2,133,303 | 2,168,971 | | 1.7 |
| 28 Census agglomerations ¹ - Agglomérations de recensement ¹ | 7,284 | 7,133 | 12,524,327 | 12,871,613 | | 2.8 |
| 29 Population, 25,000 and over - et plus | 6,019 | 5,874 | 10,388,484 | 10,633,362 | | 2.4 |
| 30 Alma, Qué. | 53 | 53 | 37,229 | 44,981 | | 20.8 |
| 31 Baie Comeau, Qué. | 48 | 52 | 86,677 | 85,060 | | -1.9 |
| 32 Barrie, Ont. | 207 | 206 | 92,309 | 536,431 | | 9.0 |
| 33 Bathurst, N.B. - N.-B. | 55 | 52 | 58,488 | 51,770 | | -11.5 |
| 34 Belleville, Ont. | 147 | 140 | 207,486 | 224,229 | | 8.1 |
| 35 Brandon, Man. | 89 | 84 | 165,962 | 172,589 | | 4.0 |
| 36 Brantford, Ont. | 158 | 138 | 292,183 | 280,371 | | -4.0 |
| 37 Brockville, Ont. | 74 | 75 | 82,786 | 96,643 | | 16.7 |
| 38 Campbell River, B.C. - C.-B. | 46 | 42 | 91,524 | 81,769 | | -10.7 |
| 39 Charlottetown, P.E.I. - Î.-P.-É. | 72 | 71 | 132,184 | 123,036 | | -6.9 |
| 40 Chatham, Ont. | 95 | 89 | 145,041 | 144,357 | | -0.5 |
| 41 Chilliwack, B.C. - C.-B. | 67 | 68 | 194,773 | 181,573 | | -6.8 |
| 42 Cornerbrook, Nfld. - T.-N. | 66 | 61 | 81,165 | 74,659 | | -8.0 |
| 43 Cornwall, Ont. | 107 | 105 | 107,678 | 104,009 | | -3.4 |
| 44 Courtenay, B.C. - C.-B. | 53 | 50 | 149,139 | 146,614 | | -1.7 |
| 45 Drummondville, Qué. | 108 | 112 | 131,762 | 144,604 | | 9.7 |
| 46 Fort McMurray, Alta. - Alb. | 40 | 41 | 62,678 | 58,640 | | -6.4 |
| 47 Fredericton, N.B. - N.-B. | 139 | 137 | 166,743 | 155,429 | | -6.8 |
| 48 Granby, Qué. | 90 | 82 | 95,223 | 100,673 | | 5.7 |
| 49 Grand Falls, Nfld. - T.-N. | 26 | 29 | 42,997 | 46,107 | | 7.2 |
| 50 Grande Prairie, Alta. - Alb. | 57 | 55 | 155,099 | 176,347 | | 13.7 |
| 51 Guelph, Ont. | 182 | 174 | 304,787 | 302,192 | | -0.9 |
| 52 Joliette, Qué. | 90 | 86 | 68,287 | 87,980 | | 28.8 |
| 53 Kamloops, B.C. - C.-B. | 136 | 132 | 379,155 | 335,854 | | -11.4 |
| 54 Kelowna, B.C. - C.-B. | 192 | 186 | 523,007 | 543,664 | | 3.9 |
| 55 Kingston, Ont. | 244 | 240 | 373,964 | 383,851 | | 2.6 |
| 56 Lethbridge, Alta. - Alb. | 167 | 157 | 333,464 | 320,944 | | -3.8 |

¹ Based on 1986 Census designations - D'après les définitions du recensement de 1986.

Table 12.

Retail Chain Stores (excluding department stores), by Selected Locality, 1995 and 1996 - Continued

Tableau 12.

Chaines de magasins de détail (sans les grands magasins), selon certaines agglomérations, 1995 et 1996 - suite

| No. | | Stores - Magasins (maximum) | Sales - Ventes | | Change in sales 1996/1995 | | | |
|--|------------------------------------|--------------------------------|----------------|------------------|---------------------------------|--|--|--|
| | | | 1995 | 1996 | | | | |
| | | | No. - nbre | \$'000 | | | | |
| Census agglomerations¹ - Continued - Agglomérations de recensement¹ - suite | | | | | | | | |
| Population, 25,000 and over - Concluded - Population, 25,000 et plus - fin | | | | | | | | |
| 57 | Matsqui, B.C. - C.-B. | 138 | 136 | 450,060 | 446,580 | | | |
| 58 | Medicine Hat, Alta. - Alb. | 90 | 95 | 171,578 | 185,276 | | | |
| 59 | Midland, Ont. | 58 | 57 | 78,076 | 77,567 | | | |
| 60 | Moncton, N.B. - N.-B. | 188 | 191 | 350,377 | 372,355 | | | |
| 61 | Moose Jaw, Sask. | 58 | 54 | 81,103 | 104,767 | | | |
| 62 | Nanaimo, B.C. - C.-B. | 146 | 138 | 361,621 | 351,859 | | | |
| 63 | New Glasgow, N.S. - N.-É. | 75 | 79 | 111,346 | 110,441 | | | |
| 64 | North Bay, Ont. | 131 | 132 | 160,940 | 171,906 | | | |
| 65 | Orillia, Ont. | 71 | 69 | 123,622 | 125,190 | | | |
| 66 | Owen Sound, Ont. | 75 | 73 | 102,923 | 105,813 | | | |
| 67 | Penticton, B.C. - C.-B. | 60 | 55 | 94,526 | 64,634 | | | |
| 68 | Peterborough, Ont. | 157 | 150 | 256,478 | 262,453 | | | |
| 69 | Port Alberni, B.C. - C.-B. | 31 | 28 | 60,427 | 50,382 | | | |
| 70 | Prince Albert, Sask. | 82 | 83 | 168,971 | 175,883 | | | |
| 71 | Prince George, B.C. - C.-B. | 127 | 128 | 341,672 | 386,850 | | | |
| 72 | Red Deer, Alta. - Alb. | 158 | 155 | 272,015 | 304,056 | | | |
| 73 | Rimouski, Qué. | 94 | 92 | 131,972 | 123,638 | | | |
| 74 | Rouyn, Qué. | 30 | 31 | 22,828 | 21,826 | | | |
| 75 | Saint-Hyacinthe, Qué. | 80 | 79 | 94,673 | 103,921 | | | |
| 76 | Saint-Jean-sur-Richelieu, Qué. | 100 | 91 | 128,684 | 124,860 | | | |
| 77 | Saint-Jérôme, Qué. | 101 | 100 | 129,993 | 123,185 | | | |
| 78 | Salaberry-de-Valleyfield, Qué. | 59 | 54 | 62,034 | 73,248 | | | |
| 79 | Sarnia, Ont. | 139 | 135 | 236,545 | 241,159 | | | |
| 80 | Sault Ste. Marie, Ont. | 124 | 130 | 203,475 | 217,541 | | | |
| 81 | Sept-Îles, Qué. | 50 | 47 | 59,235 | 58,939 | | | |
| 82 | Shawinigan, Qué. | 72 | 69 | 65,165 | 69,016 | | | |
| 83 | Sorel, Qué. | 66 | 63 | 62,265 | 71,946 | | | |
| 84 | Stratford, Ont. | 61 | 54 | 104,500 | 103,725 | | | |
| 85 | Sydney, N.S. - N.-É. | 129 | 132 | 255,386 | 262,345 | | | |
| 86 | Thetford Mines, Qué. | 36 | 36 | 46,409 | 50,705 | | | |
| 87 | Timmins, Ont. | 70 | 72 | 75,485 | 126,218 | | | |
| 88 | Truro, N.S. - N.-É. | 66 | 67 | 106,901 | 108,662 | | | |
| 89 | Val d'Or, Qué. | 31 | 32 | 24,002 | 24,153 | | | |
| 90 | Vernon, B.C. - C.-B. | 72 | 72 | 152,885 | 159,990 | | | |
| 91 | Victoriaville, Qué. | 95 | 92 | 88,306 | 93,424 | | | |
| 92 | Williams Lake, B.C. - C.-B. | 45 | 43 | 104,290 | 95,719 | | | |
| 93 | Woodstock, Ont. | 46 | 43 | 85,926 | 78,752 | | | |
| 94 | Population, 10,000 - 24,999 | 1,265 | 1,259 | 2,135,842 | 2,238,251 | | | |
| 95 | Campbellton, N.B. - N.-B. | 36 | 37 | 39,608 | 50,195 | | | |
| 96 | Camrose, Alta. - Alb. | 24 | 25 | 37,598 | 38,409 | | | |
| 97 | Carbonear, Nfld. - T.-N. | 25 | 24 | 38,489 | 36,235 | | | |
| 98 | Cobourg, Ont. | 40 | 38 | 57,804 | 58,597 | | | |
| 99 | Collingwood, Ont. | 23 | 23 | 51,025 | 51,856 | | | |
| 100 | Cowansville, Qué. | 14 | 14 | 10,401 | 10,697 | | | |
| 101 | Cranbrook, B.C. - C.-B. | 43 | 40 | 91,469 | 87,490 | | | |
| 102 | Dawson Creek, B.C. - C.-B. | 24 | 25 | 30,579 | 30,269 | | | |
| 103 | Dolbeau, Qué. | 20 | 23 | 15,848 | 24,771 | | | |
| 104 | Duncan, B.C. - C.-B. | 42 | 36 | 115,617 | 119,406 | | | |
| 105 | Edmundston, N.B. - N.-B. | 28 | 27 | 39,659 | 32,183 | | | |
| 106 | Elliot Lake, Ont. | 14 | 15 | 18,155 | 26,012 | | | |
| 107 | Fort St. John, B.C. - C.-B. | 23 | 24 | 61,877 | 61,709 | | | |
| 108 | Gander, Nfld. - T.-N. | 28 | 29 | 39,554 | 39,206 | | | |
| 109 | Haileybury, Ont. | 25 | 26 | 22,393 | 22,218 | | | |
| 110 | Hawkesbury, Ont. | 26 | 27 | 26,634 | 27,848 | | | |

¹ Based on 1986 Census designations - D'après les définitions du recensement de 1986.

Table 12.

Retail Chain Stores (excluding department stores), by Selected Locality, 1995 and 1996 - Concluded

Tableau 12.

Châînes de magasins de détail (sans les grands magasins), selon certaines agglomérations, 1995 et 1996 - fin

| No. | | Stores - Magasins (maximum) | | Sales - Ventes | | Change in sales 1996/1995 Variation des ventes 1996/1995 | | |
|--|--|--------------------------------|-------|----------------|-----------|---|--|--|
| | | 1995 | 1996 | 1995 | 1996 | | | |
| | | No. - nbré | | \$'000 | % | | | |
| Census agglomerations¹ - Concluded - Agglomérations de recensement¹ - fin | | | | | | | | |
| Population, 10,000 - 24,999 - Concluded - fin | | | | | | | | |
| 111 | Kapuskasing, Ont. | 14 | 15 | 20,317 | 27,091 | 33.3 | | |
| 112 | Kenora, Ont. | 19 | 21 | 70,298 | 67,155 | -4.5 | | |
| 113 | Kirkland Lake, Ont. | 16 | 16 | 19,082 | 27,379 | 43.5 | | |
| 114 | Kitimat, B.C. - C.-B. | 12 | 11 | 34,658 | 32,688 | -5.7 | | |
| 115 | La Tuque, Qué. | 12 | 14 | 20,247 | 21,346 | 5.4 | | |
| 116 | Labrador City, Nfld. - T.-N. | 14 | 14 | 16,265 | 22,762 | 39.9 | | |
| 117 | Lachute, Qué. | 22 | 22 | 12,675 | 12,538 | -1.1 | | |
| 118 | Learnington, Ont. | 29 | 28 | 77,654 | 83,072 | 7.0 | | |
| 119 | Lindsay, Ont. | 45 | 44 | 73,413 | 73,629 | 0.3 | | |
| 120 | Lloydminster, Alta. - Alb./Sask. | 38 | 38 | 94,831 | 101,525 | 7.1 | | |
| 121 | Magog, Qué. | 22 | 24 | 18,163 | 20,711 | 14.0 | | |
| 122 | Matane, Qué. | 30 | 29 | 29,868 | 29,099 | -2.6 | | |
| 123 | Montmagny, Qué. | 17 | 16 | 21,563 | 24,672 | 14.4 | | |
| 124 | North Battleford, Sask. | 33 | 31 | 32,057 | 38,960 | 21.5 | | |
| 125 | Pembroke, Ont. | 43 | 46 | 60,339 | 69,767 | 15.6 | | |
| 126 | Portage La Prairie, Man. | 29 | 28 | 32,207 | 33,883 | 5.2 | | |
| 127 | Powell River, B.C. - C.-B. | 15 | 16 | 44,589 | 41,956 | -5.9 | | |
| 128 | Prince Rupert, B.C. - C.-B. | 20 | 20 | 58,632 | 51,552 | -12.1 | | |
| 129 | Quesnel, B.C. - C.-B. | 27 | 28 | 56,505 | 53,001 | -6.2 | | |
| 130 | Rivière-du-Loup, Qué. | 39 | 39 | 50,178 | 49,356 | -1.6 | | |
| 131 | Saint-Georges, Qué. | 45 | 43 | 40,677 | 64,973 | 59.7 | | |
| 132 | Selkirk, Man. | 17 | 15 | 27,390 | 33,741 | 23.2 | | |
| 133 | Simcoe, Ont. | 34 | 30 | 82,498 | 79,847 | -3.2 | | |
| 134 | Summerside, P.E.I. - I.-P.-É. | 24 | 25 | 46,363 | 47,209 | 1.8 | | |
| 135 | Swift Current, Sask. | 32 | 32 | 62,564 | 64,291 | 2.8 | | |
| 136 | Terrace, B.C. - C.-B. | 29 | 32 | 79,665 | 78,860 | -1.0 | | |
| 137 | Thompson, Man. | 20 | 20 | 50,529 | 47,555 | -5.9 | | |
| 138 | Tillsonburg, Ont. | 37 | 35 | 54,100 | 57,362 | 6.0 | | |
| 139 | Trail, B.C. - C.-B. | 20 | 21 | 26,493 | 27,406 | 3.4 | | |
| 140 | Wallaceburg, Ont. | 11 | 12 | 24,256 | 27,681 | 14.1 | | |
| 141 | Whitehorse, Y.T. - Yuk. | 12 | 12 | 33,042 | 35,046 | 6.1 | | |
| 142 | Yorkton, Sask. | 53 | 49 | 68,014 | 75,038 | 10.3 | | |
| 143 | Other selected localities - Certaines autres localités | 17 | 15 | 14,444 | 14,817 | 2.6 | | |
| 144 | Chibougamau, Qué. | 8 | 7 | 6,125 | 6,130 | 0.1 | | |
| 145 | Flin Flon, Man./Sask. | 9 | 8 | 8,319 | 8,687 | 4.4 | | |
| 146 | All other - Toutes les autres | 5,646 | 7,073 | 7,106,771 | 9,547,512 | 34.3 | | |

¹ Based on 1986 Census designations - D'après les définitions du recensement de 1986.

Supermarket and Grocery Chains

**Chaînes de supermarchés d'alimentation
et d'épicerie**

Table 13.

Historical Statistics of Supermarket and Grocery Chains, Canada, 1979 - 1996

Tableau 13.

Statistiques historiques sur les chaînes de supermarchés d'alimentation et d'épiceries, Canada, 1979 - 1996

| No. | Year Année | Chains Chaînes | Stores Magasins | | Sales Ventes | | Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés | Inventory at year end for stores and warehouses Stocks à la fin de l'année pour magasins et entrepôts |
|-----|---------------|-------------------|--------------------|---------|------------------------------|---|---|---|
| | | | Average Moyenne | Maximum | Total value Valeur totale | Average per store Moyenne par magasin | | |
| | | | No. - nbré | | \$'000 | | | |
| 1 | 1979 | 78 | 3,438 | 3,584 | 10,983,004 | 3,195 | 1,314,214 | 635,191 |
| 2 | 1980 | 80 | 3,591 | 3,779 | 12,081,790 | 3,364 | 1,449,444 | 702,441 |
| 3 | 1981 | 81 | 3,839 | 4,081 | 13,369,400 | 3,483 | .. | 784,825 |
| 4 | 1982 | 86 | 3,921 | 4,149 | 14,500,556 | 3,698 | .. | 825,791 |
| 5 | 1983 | 97 | 3,994 | 4,148 | 15,078,511 | 3,775 | 1,774,029 | 899,394 |
| 6 | 1984 | 110 | 4,151 | 4,329 | 15,852,408 | 3,819 | 1,853,112 | 902,626 |
| 7 | 1985 | 117 | 4,301 | 4,578 | 17,030,396 | 3,960 | 1,948,234 | 1,019,220 |
| 8 | 1986 | 112 | 4,207 | 4,428 | 18,185,000 | 4,323 | 2,121,516 | 1,012,557 |
| 9 | 1987 | 113 | 4,249 | 4,428 | 19,177,565 | 4,513 | 2,189,013 | 1,080,067 |
| 10 | 1988 | 103 | 4,298 | 4,450 | 19,899,935 | 4,630 | 2,414,835 | 1,051,246 |
| 11 | 1989 | 94 | 4,298 | 4,490 | 20,655,286 | 4,806 | 2,426,265 | 1,141,807 |
| 12 | 1990 | 94 | 4,202 | 4,407 | 21,416,101 | 5,097 | 2,509,039 | 1,230,408 |
| 13 | 1991 | 89 | 4,041 | 4,186 | 20,721,440 | 5,128 | 2,439,608 | 1,172,357 |
| 14 | 1992 | 91 | 3,761 | 4,045 | 21,417,765 | 5,695 | 2,518,734 | 1,063,482 |
| 15 | 1993 | 95 | 3,633 | 3,830 | 22,455,715 | 6,181 | 2,891,511 | 1,112,180 |
| 16 | 1994 | 84 | 3,657 | 3,857 | 23,204,732 | 6,345 | 3,110,623 | 1,154,446 |
| 17 | 1995 | 78 | 3,593 | 3,816 | 23,988,262 | 6,676 | 3,219,795 | 1,211,954 |
| 18 | 1996 | 78 | 3,860 | 4,184 | 25,934,279 | 6,719 | 3,131,243 | 1,271,787 |

Table 14.

**Supermarket and Grocery Chains, by Province,
1995 and 1996**

Tableau 14.

**Chaînes de supermarchés d'alimentation et d'épiceries, par
province, 1995 et 1996**

| No. | Province | | 1995 | 1996 | Percentage change 1996/1995 |
|---------------|--|------------|------------|------------|--|
| | | | | | Variation en pourcentage 1996/1995 |
| CANADA | | | | | |
| 1 | Chains¹ - Chaînes¹ | No. - nbre | 78 | 78 | |
| 2 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 3,816 | 4,184 | |
| 3 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | 23,988,262 | 25,934,279 | 8.1 |
| | Newfoundland - Terre-Neuve: | | | | |
| 4 | Chains - Chaînes | No. - nbre | 9 | 9 | |
| 5 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 74 | 73 | |
| 6 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | 452,233 | 461,914 | 2.1 |
| | Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard: | | | | |
| 7 | Chains - Chaînes | No. - nbre | 4 | 4 | |
| 8 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 16 | 18 | |
| 9 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | x | x | x |
| | Nova Scotia - Nouvelle-Écosse: | | | | |
| 10 | Chains - Chaînes | No. - nbre | 5 | 6 | |
| 11 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 95 | 94 | |
| 12 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | 979,244 | 1,027,942 | 5.0 |
| | New Brunswick - Nouveau-Brunswick: | | | | |
| 13 | Chains - Chaînes | No. - nbre | 3 | 3 | |
| 14 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 60 | 57 | |
| 15 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | x | x | x |
| | Québec: | | | | |
| 16 | Chains - Chaînes | No. - nbre | 13 | 16 | |
| 17 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 558 | 633 | |
| 18 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | 3,285,109 | 3,739,329 | 13.8 |
| | Ontario: | | | | |
| 19 | Chains - Chaînes | No. - nbre | 31 | 32 | |
| 20 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 1,828 | 2,148 | |
| 21 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | 8,216,320 | 9,312,759 | 13.3 |
| | Manitoba: | | | | |
| 22 | Chains - Chaînes | No. - nbre | 7 | 7 | |
| 23 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 145 | 147 | |
| 24 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | 1,261,964 | 1,312,476 | 4.0 |
| | Saskatchewan: | | | | |
| 25 | Chains - Chaînes | No. - nbre | 11 | 11 | |
| 26 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 134 | 137 | |
| 27 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | 970,501 | 1,032,655 | 6.4 |
| | Alberta: | | | | |
| 28 | Chains - Chaînes | No. - nbre | 16 | 15 | |
| 29 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 474 | 459 | |
| 30 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | 3,656,711 | 3,909,714 | 6.9 |
| | British Columbia - Colombie-Britannique: | | | | |
| 31 | Chains - Chaînes | No. - nbre | 17 | 14 | |
| 32 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 429 | 415 | |
| 33 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | 4,477,261 | 4,366,153 | -2.5 |
| | Yukon and Northwest Territories - Yukon et Territoires du Nord-Ouest: | | | | |
| 34 | Chains - Chaînes | No. - nbre | 1 | 1 | |
| 35 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 3 | 3 | |
| 36 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | x | x | x |

¹ The aggregate of the number of chains by province does not add to the Canada total since many chains operate in more than one province and are counted once only at the Canada level.

¹ La somme des chaînes par province ne correspond pas au total du Canada du fait qu'un grand nombre d'entre elles opèrent dans plus d'une province mais ne sont comptées qu'une fois au niveau national.

Tableau 15.

Supermarket and Grocery Chains, by Number of Stores Operated, Canada, 1995 and 1996

| No. | Number of stores operated Nombre de magasins exploités | Chains Chaines | | Stores (maximum) Magasins (maximum) | | Sales Ventes | |
|--------------|---|-------------------|--------------|--|--------------|-------------------|--------------|
| | | No. - nbre | % | No. - nbre | % | \$'000 | % |
| 1995: | | | | | | | |
| 1 | 4 - 9 stores - magasins | 37 | 47.4 | 212 | 5.6 | 1,139,697 | 4.8 |
| 2 | 10 - 49 stores - magasins | 24 | 30.8 | 422 | 11.1 | 2,314,465 | 9.6 |
| 3 | 50 - 99 stores - magasins | 8 | 10.3 | 534 | 14.0 | 8,202,247 | 34.2 |
| 4 | 100 - 249 stores - magasins | 5 | 6.4 | 825 | 21.6 | 10,678,348 | 44.5 |
| 5 | 250 stores and over - magasins et plus | 4 | 5.1 | 1,823 | 47.8 | 1,653,505 | 6.9 |
| 6 | Total | 78 | 100.0 | 3,816 | 100.0 | 23,988,262 | 100.0 |
| 1996: | | | | | | | |
| 7 | 4 - 9 stores - magasins | 38 | 48.7 | 229 | 5.5 | 1,180,010 | 4.6 |
| 8 | 10 - 49 stores - magasins | 24 | 30.8 | 472 | 11.3 | 3,200,571 | 12.3 |
| 9 | 50 - 99 stores - magasins | 7 | 9.0 | 494 | 11.8 | 8,682,647 | 33.5 |
| 10 | 100 - 249 stores - magasins | 5 | 6.4 | 798 | 19.1 | x | x |
| 11 | 250 stores and over - magasins et plus | 4 | 5.1 | 2,191 | 52.4 | x | x |
| 12 | Total | 78 | 100.0 | 4,184 | 100.0 | 25,934,279 | 100.0 |

Tableau 16.

Supermarket and Grocery Chains, by Annual Sales Volume, Canada, 1995 and 1996

| No. | Annual sales volume Volume des ventes annuelles | Chains Chaines | | Stores (maximum) Magasins (maximum) | | Sales Ventes | |
|--------------|--|-------------------|--------------|--|--------------|-------------------|--------------|
| | | No. - nbre | % | No. - nbre | % | \$'000 | % |
| 1995: | | | | | | | |
| 1 | Under - Moins de \$20,000,000 | 30 | 38.5 | 213 | 5.6 | 218,657 | 0.9 |
| 2 | \$ 20,000,000 - \$ 39,999,999 | 12 | 15.4 | 141 | 3.7 | 354,522 | 1.5 |
| 3 | 40,000,000 - 199,999,999 | 18 | 23.1 | 439 | 11.5 | 1,518,712 | 6.3 |
| 4 | 200,000,000 - 699,999,999 | 8 | 10.3 | 1,541 | 40.4 | 3,476,577 | 14.5 |
| 5 | 700,000,000 and over - et plus | 10 | 12.8 | 1,482 | 38.8 | 18,419,794 | 76.8 |
| 6 | Total | 78 | 100.0 | 3,816 | 100.0 | 23,988,262 | 100.0 |
| 1996: | | | | | | | |
| 7 | Under - Moins de \$20,000,000 | 32 | 41.0 | 222 | 5.3 | 261,668 | 1.0 |
| 8 | \$ 20,000,000 - \$ 39,999,999 | 8 | 10.3 | 96 | 2.3 | 238,510 | 0.9 |
| 9 | 40,000,000 - 199,999,999 | 19 | 24.4 | 393 | 9.4 | 1,813,453 | 7.0 |
| 10 | 200,000,000 - 699,999,999 | 7 | 9.0 | 1,899 | 45.4 | 3,072,732 | 11.8 |
| 11 | 700,000,000 and over - et plus | 12 | 15.4 | 1,574 | 37.6 | 20,547,917 | 79.2 |
| 12 | Total | 78 | 100.0 | 4,184 | 100.0 | 25,934,279 | 100.0 |

Tableau 17.

Supermarket and Grocery Chain Stores, by Annual Sales Volume, Canada, 1995 and 1996

| No. | Annual sales volume Volume des ventes annuelles | Stores (maximum) Magasins (maximum) | | Sales Ventes | |
|--------------|--|--|--------------|-------------------|--------------|
| | | No. - nbre | % | No. - nbre | % |
| 1995: | | | | | |
| 1 | Under - Moins de \$400,000 | 341 | 8.9 | 88,674 | 0.4 |
| 2 | \$ 400,000 - \$ 999,999 | 1,545 | 40.5 | 1,060,825 | 4.4 |
| 3 | 1,000,000 - 4,999,999 | 753 | 19.7 | 1,715,116 | 7.1 |
| 4 | 5,000,000 - 7,999,999 | 172 | 4.5 | 1,123,644 | 4.7 |
| 5 | 8,000,000 - 11,999,999 | 296 | 7.8 | 2,954,143 | 12.3 |
| 6 | 12,000,000 and over - et plus | 709 | 18.6 | 17,045,861 | 71.1 |
| 7 | Total | 3,816 | 100.0 | 23,988,262 | 100.0 |
| 1996: | | | | | |
| 8 | Under - Moins de \$400,000 | 679 | 16.2 | 104,060 | 0.4 |
| 9 | \$ 400,000 - \$ 999,999 | 1,444 | 34.5 | 985,689 | 3.8 |
| 10 | 1,000,000 - 4,999,999 | 797 | 19.0 | 1,779,145 | 6.9 |
| 11 | 5,000,000 - 7,999,999 | 162 | 3.9 | 1,062,295 | 4.1 |
| 12 | 8,000,000 - 11,999,999 | 333 | 8.0 | 3,322,902 | 12.8 |
| 13 | 12,000,000 and over - et plus | 769 | 18.4 | 18,680,187 | 72.0 |
| 14 | Total | 4,184 | 100.0 | 25,934,279 | 100.0 |

Tableau 15.

Chaines de supermarchés d'alimentation et d'épiceries, selon le nombre de magasins exploités, Canada, 1995 et 1996

Table 18.

Supermarket and Grocery Chain Stores, by Selected Locality, 1995 and 1996

Tableau 18.

Succursales des chaînes de supermarchés d'alimentation et d'épicerie, selon certaines agglomérations, 1995 et 1996

| No. | | Stores - Magasins (maximum) | | Sales - Ventes | | Change in sales 1996/1995 |
|-----|---|--------------------------------|--------------|-------------------|-------------------|---------------------------------|
| | | 1995 | 1996 | 1995 | 1996 | |
| | No. - nbre | \$'000 | | | | % |
| 1 | CANADA | 3,816 | 4,184 | 23,988,262 | 25,934,279 | 8.1 |
| 2 | Census metropolitan areas¹ - Régions métropolitaines de recensement¹ | 2,454 | 2,399 | 16,274,487 | 16,897,102 | 3.8 |
| 3 | Calgary, Alta. - Alb. | 176 | 175 | 1,446,825 | 1,526,598 | 5.5 |
| 4 | Chicoutimi-Jonquière, Qué. | 7 | 7 | x | x | x |
| 5 | Edmonton, Alta. - Alb. | 165 | 141 | 1,285,499 | 1,297,156 | 0.9 |
| 6 | Halifax, N.S. - N.É. | 35 | 37 | 504,393 | 526,307 | 4.3 |
| 7 | Hamilton, Ont. | 91 | 77 | 414,790 | 375,671 | -9.4 |
| 8 | Kitchener, Ont. | 89 | 83 | 499,668 | 528,814 | 5.8 |
| 9 | London, Ont. | 74 | 69 | 388,288 | 408,191 | 5.1 |
| 10 | Montréal, Qué. | 315 | 380 | 1,519,288 | 1,699,017 | 11.8 |
| 11 | Oshawa, Ont. | 62 | 56 | 266,909 | 272,869 | 2.2 |
| 12 | Ottawa-Hull, Ont., Qué. | 143 | 150 | 677,083 | 886,331 | 30.9 |
| 13 | Québec, Qué. | 66 | 62 | 433,443 | 452,592 | 4.4 |
| 14 | Regina, Sask. | 34 | 36 | x | x | x |
| 15 | Saint John, N.B. - N.-B. | 12 | 11 | x | x | x |
| 16 | Saskatoon, Sask. | 38 | 40 | x | x | x |
| 17 | Sherbrooke, Qué. | 18 | 19 | 125,803 | 139,588 | 11.0 |
| 18 | St. Catharines-Niagara, Ont. | 138 | 128 | 336,366 | 400,231 | 19.0 |
| 19 | St. John's, Nfld. - T.-N. | 28 | 28 | x | x | x |
| 20 | Sudbury, Ont. | 15 | 15 | 53,198 | 77,461 | 45.6 |
| 21 | Thunder Bay, Ont. | 36 | 32 | 233,426 | 213,414 | -8.6 |
| 22 | Toronto, Ont. | 496 | 448 | 2,996,821 | 3,009,213 | 0.4 |
| 23 | Trois-Rivières, Qué. | 10 | 9 | x | x | x |
| 24 | Vancouver, B.C. - C.-B. | 204 | 189 | 2,360,786 | 2,231,401 | -5.5 |
| 25 | Victoria, B.C. - C.-B. | 23 | 23 | 171,037 | 179,709 | 5.1 |
| 26 | Windsor, Ont. | 63 | 66 | 292,776 | 329,875 | 12.7 |
| 27 | Winnipeg, Man. | 116 | 118 | 1,026,742 | 1,051,355 | 2.4 |
| | Census agglomerations¹ - Agglomérations de recensement¹ | | | | | |
| 28 | Population, 25,000 and over - et plus | 590 | 563 | 4,289,812 | 4,407,339 | 2.7 |
| 29 | Alma, Qué. | 1 | 1 | x | x | x |
| 30 | Baie Comeau, Qué. | 3 | 3 | x | x | x |
| 31 | Barrie, Ont. | 23 | 21 | 120,722 | 120,572 | -0.1 |
| 32 | Bathurst, N.B. - N.-B. | 2 | 1 | x | x | x |
| 33 | Belleville, Ont. | 19 | 19 | 57,823 | 78,268 | 35.4 |
| 34 | Brandon, Man. | 8 | 8 | 96,798 | 102,326 | 5.7 |
| 35 | Brantford, Ont. | 18 | 16 | 129,520 | 120,459 | -7.0 |
| 36 | Brockville, Ont. | 7 | 7 | 20,479 | 29,222 | 42.7 |
| 37 | Campbell River, B.C. - C.-B. | 5 | 5 | x | x | x |
| 38 | Charlottetown, P.E.I. - I.-P.-É. | 10 | 10 | 61,519 | 62,066 | 0.9 |
| 39 | Chatham, Ont. | 13 | 13 | 61,053 | 64,561 | 5.7 |
| 40 | Chilliwack, B.C. - C.-B. | 6 | 6 | x | x | x |
| 41 | Cornerbrook, Nfld. - T.-N. | 6 | 6 | 40,658 | 40,753 | 0.2 |
| 42 | Cornwall, Ont. | 11 | 10 | 30,224 | 27,443 | -9.2 |
| 43 | Courtenay, B.C. - C.-B. | 7 | 6 | 94,185 | 98,941 | 5.0 |
| 44 | Drummondville, Qué. | 6 | 8 | x | x | x |
| 45 | Fort McMurray, Alta. - Alb. | 2 | 2 | x | x | x |
| 46 | Fredericton, N.B. - N.-B. | 7 | 7 | x | x | x |
| 47 | Granby, Qué. | 4 | 4 | x | x | x |
| 48 | Grand Falls, Nfld. - T.-N. | 4 | 4 | 20,533 | 23,334 | 13.6 |
| 49 | Grande Prairie, Alta. - Alb. | 6 | 6 | 89,981 | 94,446 | 5.0 |
| 50 | Guelph, Ont. | 24 | 20 | 148,906 | 143,698 | -3.5 |
| 51 | Joliette, Qué. | 4 | 3 | x | x | x |
| 52 | Kamloops, B.C. - C.-B. | 16 | 13 | 131,343 | 114,082 | -13.1 |
| 53 | Kelowna, B.C. - C.-B. | 15 | 16 | 177,669 | 177,842 | 0.1 |
| 54 | Kingston, Ont. | 28 | 27 | 108,406 | 124,587 | 14.9 |
| 55 | Lethbridge, Alta. - Alb. | 11 | 11 | 111,325 | 114,519 | 2.9 |

¹ Based on 1986 Census designations - D'après les définitions du recensement de 1986.

Tableau 18.

Supermarket and Grocery Chain Stores, by Selected Locality, 1995 and 1996 - Concluded

| No. | | Stores - Magasins (maximum) | Sales - Ventes | | Change in sales 1996/1995 Variation des ventes 1996/1995 | | | |
|--|--------------------------------|--------------------------------|----------------|-----------|---|-------|--|--|
| | | | 1995 | 1996 | | | | |
| | | | No. - nbre | \$'000 | | | | |
| Census agglomerations¹ - Concluded - Agglomérations de recensement¹ - fin | | | | | | | | |
| Population, 25,000 and over - Concluded - Population, 25,000 et plus - fin | | | | | | | | |
| 56 | Matsqui, B.C. - C.-B. | 11 | 13 | x | 155,585 | x | | |
| 57 | Medicine Hat, Alta. - Alb. | 10 | 10 | 95,774 | 105,064 | 9.7 | | |
| 58 | Midland, Ont. | 10 | 10 | 25,442 | 26,241 | 3.1 | | |
| 59 | Moncton, N.B. - N.-B. | 9 | 9 | x | x | x | | |
| 60 | Moose Jaw, Sask. | 9 | 9 | 50,068 | 68,345 | 36.5 | | |
| 61 | Nanaimo, B.C. - C.-B. | 8 | 8 | x | x | x | | |
| 62 | New Glasgow, N.S. - N.-É. | 8 | 8 | 61,764 | 56,901 | -7.9 | | |
| 63 | North Bay, Ont. | 23 | 22 | 68,217 | 78,366 | 14.9 | | |
| 64 | Orillia, Ont. | 12 | 11 | 60,537 | 61,062 | 0.9 | | |
| 65 | Owen Sound, Ont. | 14 | 13 | 48,331 | 49,184 | 1.8 | | |
| 66 | Penticton, B.C. - C.-B. | 6 | 4 | 52,492 | x | x | | |
| 67 | Peterborough, Ont. | 19 | 16 | 107,731 | 109,793 | 1.9 | | |
| 68 | Port Alberni, B.C. - C.-B. | 5 | 5 | x | x | x | | |
| 69 | Prince Albert, Sask. | 8 | 8 | x | x | x | | |
| 70 | Prince George, B.C. - C.-B. | 21 | 20 | 141,396 | 165,478 | 17.0 | | |
| 71 | Red Deer, Alta. - Alb. | 13 | 13 | x | x | x | | |
| 72 | Rimouski, Qué. | 3 | 3 | x | x | x | | |
| 73 | Rouyn, Qué. | - | - | - | - | - | | |
| 74 | Saint-Hyacinthe, Qué. | 3 | 5 | x | x | x | | |
| 75 | Saint-Jean-sur-Richelieu, Qué. | 7 | 7 | x | x | x | | |
| 76 | Saint-Jérôme, Qué. | 8 | 5 | x | x | x | | |
| 77 | Salaberry-de-Valleyfield, Qué. | 4 | 4 | x | x | x | | |
| 78 | Sarnia, Ont. | 33 | 29 | 106,933 | 105,632 | -1.2 | | |
| 79 | Sault Ste. Marie, Ont. | 11 | 13 | x | x | x | | |
| 80 | Sept-Îles, Qué. | 3 | 2 | x | x | x | | |
| 81 | Shawinigan, Qué. | 3 | 3 | x | x | x | | |
| 82 | Sorel, Qué. | 3 | 3 | x | x | x | | |
| 83 | Stratford, Ont. | 10 | 8 | 53,846 | 54,546 | 1.3 | | |
| 84 | Sydney, N.S. - N.-É. | 16 | 15 | x | x | x | | |
| 85 | Thetford Mines, Qué. | 3 | 3 | x | x | x | | |
| 86 | Timmins, Ont. | 2 | 5 | x | x | x | | |
| 87 | Tuoro, N.S. - N.-É. | 3 | 3 | x | x | x | | |
| 88 | Val d'Or, Qué. | - | - | - | - | - | | |
| 89 | Vernon, B.C. - C.-B. | 6 | 6 | x | x | x | | |
| 90 | Victoriaville, Qué. | 3 | 3 | x | x | x | | |
| 91 | Williams Lake, B.C. - C.-B. | 6 | 5 | x | x | x | | |
| 92 | Woodstock, Ont. | 11 | 9 | 40,552 | 32,708 | -19.3 | | |
| 93 | All other - Toutes les autres | 772 | 1,222 | 3,423,963 | 4,629,838 | 35.2 | | |

¹ Based on 1986 Census designations - D'après les définitions du recensement de 1986.

Tableau 18.

Succursales des chaînes de supermarchés d'alimentation et d'épiceries, selon certaines agglomérations, 1995 et 1996 - fin

Shoe Chains

Chaînes de magasins de chaussures

Table 19.

**Historical Statistics of Shoe Chains, Canada,
1979 - 1996**

Tableau 19.

**Statistiques historiques sur les chaînes de magasins de
chaussures, Canada, 1979 - 1996**

| No. | Year Année | Chains Chaînes | Stores Magasins | | Sales Ventes | | Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés | Inventory at year end for stores and warehouses Stocks à la fin de l'année pour magasins et entrepôts |
|-----|---------------|-------------------|--------------------|------------|------------------------------|---|---|--|
| | | | Average | Maximum | Total value Valeur totale | Average per store Moyenne par magasin | | |
| | | | Moyenne | No. - nbre | \$'000 | | | |
| 1 | 1979 | 72 | 1,916 | 2,043 | 523,381 | 273 | 106,786 | 175,692 |
| 2 | 1980 | 68 | 1,965 | 2,117 | 570,028 | 290 | 115,726 | 188,826 |
| 3 | 1981 | 64 | 2,086 | 2,247 | 658,689 | 316 | .. | 247,818 |
| 4 | 1982 | 65 | 2,230 | 2,337 | 697,117 | 313 | .. | 198,973 |
| 5 | 1983 | 64 | 2,219 | 2,345 | 756,861 | 341 | 144,179 | 211,911 |
| 6 | 1984 | 71 | 2,240 | 2,331 | 844,943 | 377 | 150,105 | 230,683 |
| 7 | 1985 | 80 | 2,344 | 2,464 | 946,275 | 404 | 163,855 | 254,442 |
| 8 | 1986 | 79 | 2,365 | 2,522 | 1,010,072 | 427 | 173,815 | 274,024 |
| 9 | 1987 | 81 | 2,465 | 2,643 | 1,059,438 | 430 | 187,516 | 271,267 |
| 10 | 1988 | 64 | 2,421 | 2,549 | 1,070,406 | 442 | 182,634 | 269,674 |
| 11 | 1989 | 58 | 2,417 | 2,603 | 1,148,444 | 475 | 190,464 | 289,987 |
| 12 | 1990 | 62 | 2,308 | 2,560 | 1,130,588 | 490 | 195,061 | 291,400 |
| 13 | 1991 | 52 | 2,134 | 2,304 | 1,003,478 | 470 | 181,168 | 259,381 |
| 14 | 1992 | 51 | 2,152 | 2,321 | 966,946 | 449 | 174,750 | 252,273 |
| 15 | 1993 | 65 | 1,868 | 1,953 | 1,017,716 | 545 | 180,702 | 271,133 |
| 16 | 1994 | 67 | 1,792 | 1,974 | 1,100,709 | 614 | 195,279 | 284,411 |
| 17 | 1995 | 70 | 1,839 | 1,991 | 1,230,997 | 669 | 215,026 | 273,842 |
| 18 | 1996 | 66 | 1,774 | 1,872 | 1,162,068 | 655 | 204,730 | 285,313 |

Table 20.

Shoe Chains, by Province, 1995 and 1996

Tableau 20.

Chaînes de magasins de chaussures, par province,
1995 et 1996

| No. | Province | | 1995 | 1996 | Percentage change 1996/1995 |
|---------------|---|------------|-----------|-----------|---------------------------------------|
| | | | | | Variation en pourcentage 1996/1995 |
| CANADA | | | | | |
| 1 | Chains ¹ - Chaînes ¹ | No. - nbre | 70 | 66 | |
| 2 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 1,991 | 1,872 | |
| 3 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | 1,230,997 | 1,162,068 | -5.6 |
| | Newfoundland - Terre-Neuve: | | | | |
| 4 | Chains - Chaînes | No. - nbre | 8 | 8 | |
| 5 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 30 | 31 | |
| 6 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | x | 14,596 | x |
| | Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard: | | | | |
| 7 | Chains - Chaînes | No. - nbre | 2 | 2 | |
| 8 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 4 | 4 | |
| 9 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | x | x | x |
| | Nova Scotia - Nouvelle-Écosse: | | | | |
| 10 | Chains - Chaînes | No. - nbre | 9 | 9 | |
| 11 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 45 | 44 | |
| 12 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | 20,293 | 19,994 | -1.5 |
| | New Brunswick - Nouveau-Brunswick: | | | | |
| 13 | Chains - Chaînes | No. - nbre | 11 | 11 | |
| 14 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 43 | 39 | |
| 15 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | 20,461 | 18,179 | -11.2 |
| | Québec: | | | | |
| 16 | Chains - Chaînes | No. - nbre | 32 | 30 | |
| 17 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 752 | 686 | |
| 18 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | 441,273 | 420,760 | -4.6 |
| | Ontario: | | | | |
| 19 | Chains - Chaînes | No. - nbre | 45 | 42 | |
| 20 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 660 | 609 | |
| 21 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | 449,970 | 412,596 | -8.3 |
| | Manitoba: | | | | |
| 22 | Chains - Chaînes | No. - nbre | 15 | 16 | |
| 23 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 59 | 64 | |
| 24 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | 35,567 | 38,044 | 7.0 |
| | Saskatchewan: | | | | |
| 25 | Chains - Chaînes | No. - nbre | 9 | 8 | |
| 26 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 43 | 43 | |
| 27 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | 23,510 | 22,881 | -2.7 |
| | Alberta: | | | | |
| 28 | Chains - Chaînes | No. - nbre | 20 | 17 | |
| 29 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 163 | 158 | |
| 30 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | 92,623 | 84,825 | -8.4 |
| | British Columbia - Colombie-Britannique: | | | | |
| 31 | Chains - Chaînes | No. - nbre | 22 | 21 | |
| 32 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 191 | 193 | |
| 33 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | 129,161 | 128,450 | -0.6 |
| | Yukon and Northwest Territories - Yukon et Territoires du Nord-Ouest: | | | | |
| 34 | Chains - Chaînes | No. - nbre | 1 | 1 | |
| 35 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 1 | 1 | |
| 36 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | x | x | x |

¹ The aggregate of the number of chains by province does not add to the Canada total since many chains operate in more than one province and are counted once only at the Canada level.¹ La somme des chaînes par province ne correspond pas au total du Canada du fait qu'un grand nombre d'entre elles opèrent dans plus d'une province mais ne sont comptées qu'une fois au niveau national.

Table 21.

Shoe Chains, by Number of Stores Operated, Canada, 1995 and 1996

| No. | Number of stores operated Nombre de magasins exploités | Chains Chaînes | | Stores (maximum) Magasins (maximum) | | Sales Ventes | |
|--------------|---|-------------------|--------------|--|--------------|------------------|--------------|
| | | No. - nbre | % | No. - nbre | % | \$'000 | % |
| 1995: | | | | | | | |
| 1 | 4 - 9 stores - magasins | 38 | 54.3 | 224 | 11.3 | 137,941 | 11.2 |
| 2 | 10 - 29 stores - magasins | 15 | 21.4 | 238 | 12.0 | 141,542 | 11.5 |
| 3 | 30 - 49 stores - magasins | 6 | 8.6 | 211 | 10.6 | 143,033 | 11.6 |
| 4 | 50 - 99 stores - magasins | 4 | 5.7 | 276 | 13.9 | 143,033 | 11.6 |
| 5 | 100 stores and over - magasins et plus | 7 | 10.0 | 1,042 | 52.3 | 665,449 | 54.1 |
| 6 | Total | 70 | 100.0 | 1,991 | 100.0 | 1,230,997 | 100.0 |
| 1996: | | | | | | | |
| 7 | 4 - 9 stores - magasins | 39 | 59.1 | 229 | 12.2 | 148,958 | 12.8 |
| 8 | 10 - 29 stores - magasins | 10 | 15.2 | 159 | 8.5 | 57,600 | 5.0 |
| 9 | 30 - 49 stores - magasins | 6 | 9.1 | 208 | 11.1 | 192,512 | 16.6 |
| 10 | 50 - 99 stores - magasins | 4 | 6.1 | 276 | 14.7 | 150,085 | 12.9 |
| 11 | 100 stores and over - magasins et plus | 7 | 10.6 | 1,000 | 53.4 | 612,912 | 52.7 |
| 12 | Total | 66 | 100.0 | 1,872 | 100.0 | 1,162,068 | 100.0 |

Table 22.

Shoe Chains, by Annual Sales Volume, Canada, 1995 and 1996

| No. | Annual sales volume Volume des ventes annuelles | Chains Chaînes | | Stores (maximum) Magasins (maximum) | | Sales Ventes | |
|--------------|--|-------------------|--------------|--|--------------|------------------|--------------|
| | | No. - nbre | % | No. - nbre | % | \$'000 | % |
| 1995: | | | | | | | |
| 1 | Under - Moins de \$2,000,000 | 11 | 15.7 | 53 | 2.7 | 15,155 | 1.2 |
| 2 | \$ 2,000,000 - \$ 4,999,999 | 25 | 35.7 | 170 | 8.5 | 82,217 | 6.7 |
| 3 | 5,000,000 - 11,999,999 | 17 | 24.3 | 267 | 13.4 | 135,303 | 11.0 |
| 4 | 12,000,000 - 39,999,999 | 7 | 10.0 | 285 | 14.3 | 170,837 | 13.9 |
| 5 | 40,000,000 and over - et plus | 10 | 14.3 | 1,216 | 61.1 | 827,486 | 67.2 |
| 6 | Total | 70 | 100.0 | 1,991 | 100.0 | 1,230,997 | 100.0 |
| 1996: | | | | | | | |
| 7 | Under - Moins de \$2,000,000 | 10 | 15.2 | 51 | 2.7 | 14,796 | 1.3 |
| 8 | \$ 2,000,000 - \$ 4,999,999 | 26 | 39.4 | 168 | 9.0 | 84,404 | 7.3 |
| 9 | 5,000,000 - 11,999,999 | 13 | 19.7 | 192 | 10.3 | 98,358 | 8.5 |
| 10 | 12,000,000 - 39,999,999 | 7 | 10.6 | 431 | 23.0 | 163,057 | 14.0 |
| 11 | 40,000,000 and over - et plus | 10 | 15.2 | 1,030 | 55.0 | 801,452 | 69.0 |
| 12 | Total | 66 | 100.0 | 1,872 | 100.0 | 1,162,068 | 100.0 |

Table 23.

Shoe Chains Stores, by Annual Sales Volume, Canada, 1995 and 1996

| No. | Annual sales volume Volume des ventes annuelles | Stores (maximum) Magasins (maximum) | | Sales Ventes | |
|--------------|--|--|--------------|------------------|--------------|
| | | No. - nbre | % | No. - nbre | % |
| 1995: | | | | | |
| 1 | Under - Moins de \$100,000 | 71 | 3.6 | 3,076 | 0.2 |
| 2 | \$ 100,000 - \$ 199,999 | 144 | 7.2 | 22,989 | 1.9 |
| 3 | 200,000 - 299,999 | 266 | 13.4 | 66,420 | 5.4 |
| 4 | 300,000 - 499,999 | 553 | 27.8 | 214,805 | 17.4 |
| 5 | 500,000 and over - et plus | 957 | 48.1 | 923,707 | 75.0 |
| 6 | Total | 1,991 | 100.0 | 1,230,997 | 100.0 |
| 1996: | | | | | |
| 7 | Under - Moins de \$100,000 | 109 | 5.8 | 6,327 | 0.5 |
| 8 | \$ 100,000 - \$ 199,999 | 190 | 10.1 | 27,357 | 2.4 |
| 9 | 200,000 - 299,999 | 230 | 12.3 | 56,219 | 4.8 |
| 10 | 300,000 - 499,999 | 426 | 22.8 | 169,644 | 14.6 |
| 11 | 500,000 and over - et plus | 917 | 49.0 | 902,521 | 77.7 |
| 12 | Total | 1,872 | 100.0 | 1,162,068 | 100.0 |

Tableau 21.

Châînes de magasins de chaussures, selon le nombre de magasins exploités, Canada, 1995 et 1996

Tableau 22.

Châînes de magasins de chaussures, selon le volume des ventes annuelles, Canada, 1995 et 1996

Tableau 23.

Succursales des châînes de magasins de chaussures, selon le volume des ventes annuelles, Canada, 1995 et 1996

Table 24.

Shoe Chain Stores, by Selected Locality,
1995 and 1996

Tableau 24.

Succursales des chaînes de magasins de chaussures, selon
certaines agglomérations, 1995 et 1996

| No. | | Stores - Magasins (maximum) | Sales - Ventes | | Change in sales 1996/1995 | |
|-----|--|--------------------------------|----------------|-----------|---------------------------------|-------|
| | | | 1995 | 1996 | | |
| | | No. - nbre | \$'000 | % | | |
| 1 | CANADA | 1,991 | 1,872 | 1,230,997 | 1,162,068 | -5.6 |
| 2 | Census metropolitan areas ¹ - Régions métropolitaines de recensement ¹ | 1,497 | 1,353 | 1,009,233 | 926,699 | -8.2 |
| 3 | Calgary, Alta. - Alb. | 66 | 62 | 42,030 | 39,510 | -6.0 |
| 4 | Chicoutimi-Jonquière, Qué. | 26 | 26 | 12,608 | 12,952 | 2.7 |
| 5 | Edmonton, Alta. - Alb. | 67 | 61 | 36,780 | 30,389 | -17.4 |
| 6 | Halifax, N.S. - N.E. | 21 | 22 | 11,626 | 12,644 | 8.8 |
| 7 | Hamilton, Ont. | 46 | 41 | 28,376 | 24,654 | -13.1 |
| 8 | Kitchener, Ont. | 26 | 20 | 15,229 | 13,149 | -13.7 |
| 9 | London, Ont. | 42 | 37 | 22,620 | 20,085 | -11.2 |
| 10 | Montréal, Qué. | 370 | 318 | 242,318 | 224,622 | -7.3 |
| 11 | Oshawa, Ont. | 8 | 8 | 7,025 | 6,168 | -12.2 |
| 12 | Ottawa-Hull, Ont., Qué. | 76 | 70 | 52,258 | 45,373 | -13.2 |
| 13 | Québec, Qué. | 86 | 77 | 62,622 | 56,414 | -9.9 |
| 14 | Regina, Sask. | 14 | 13 | 8,312 | 7,750 | -6.8 |
| 15 | Saint John, N.B. - N.-B. | 9 | 6 | 4,241 | 3,561 | -16.0 |
| 16 | Saskatoon, Sask. | 16 | 16 | 9,702 | 8,845 | -8.8 |
| 17 | Sherbrooke, Qué. | 20 | 20 | 11,649 | 11,172 | -4.1 |
| 18 | St. Catharines-Niagara, Ont. | 22 | 19 | 11,949 | 8,407 | -29.6 |
| 19 | St. John's, Nfld. - T.-N. | 17 | 17 | x | x | x |
| 20 | Sudbury, Ont. | 9 | 10 | 6,312 | 5,590 | -11.4 |
| 21 | Thunder Bay, Ont. | 6 | 4 | x | x | x |
| 22 | Toronto, Ont. | 316 | 282 | 248,581 | 226,001 | -9.1 |
| 23 | Trois-Rivières, Qué. | 23 | 22 | 13,241 | 12,256 | -7.4 |
| 24 | Vancouver, B.C. - C.-B. | 124 | 111 | 93,987 | 87,780 | -6.6 |
| 25 | Victoria, B.C. - C.-B. | 21 | 25 | 11,607 | 14,048 | 21.0 |
| 26 | Windsor, Ont. | 16 | 12 | 11,095 | 9,452 | -14.8 |
| 27 | Winnipeg, Man. | 50 | 54 | 30,455 | 32,878 | 8.0 |
| | Census agglomerations ¹ - Agglomérations de recensement ¹ | | | | | |
| 28 | Population, 25,000 and over - et plus | 313 | 296 | 152,955 | 137,528 | -10.1 |
| 29 | Alma, Qué. | 6 | 5 | 2,295 | 1,923 | -16.2 |
| 30 | Baie Comeau, Qué. | 8 | 8 | 2,927 | 2,878 | -1.7 |
| 31 | Barnie, Ont. | 7 | 8 | 4,875 | 5,958 | 22.2 |
| 32 | Bathurst, N.B. - N.-B. | 5 | 5 | x | x | x |
| 33 | Belleville, Ont. | 6 | 4 | 3,177 | 2,521 | -20.6 |
| 34 | Brandon, Man. | 2 | 2 | x | x | x |
| 35 | Brantford, Ont. | 8 | 6 | 2,978 | 2,629 | -11.7 |
| 36 | Brockville, Ont. | 3 | 3 | x | x | x |
| 37 | Campbell River, B.C. - C.-B. | 1 | 1 | x | x | x |
| 38 | Charlottetown, P.E.I. - I.-P.-É. | 3 | 3 | x | x | x |
| 39 | Chatham, Ont. | 4 | 4 | 1,875 | 1,722 | -8.2 |
| 40 | Chilliwack, B.C. - C.-B. | 1 | 1 | x | x | x |
| 41 | Cornerbrook, Nfld. - T.-N. | 3 | 3 | x | x | x |
| 42 | Cornwall, Ont. | 5 | 2 | 2,007 | x | x |
| 43 | Courtenay, B.C. - C.-B. | 1 | 1 | x | x | x |
| 44 | Drummondville, Qué. | 10 | 10 | 5,011 | 5,480 | 9.4 |
| 45 | Fort McMurray, Alta. - Alb. | 2 | 2 | x | x | x |
| 46 | Fredericton, N.B. - N.-B. | 8 | 7 | 3,861 | 3,205 | -17.0 |
| 47 | Granby, Qué. | 12 | 9 | 5,032 | 4,792 | -4.8 |
| 48 | Grand Falls, Nfld. - T.-N. | 2 | 3 | x | x | x |
| 49 | Grande Prairie, Alta. - Alb. | 2 | 2 | x | x | x |
| 50 | Guelph, Ont. | 8 | 8 | 5,953 | 4,761 | -20.0 |
| 51 | Joliette, Qué. | 13 | 12 | 6,020 | 5,449 | -9.5 |
| 52 | Kamloops, B.C. - C.-B. | 4 | 5 | 2,338 | 1,922 | -17.8 |
| 53 | Kelowna, B.C. - C.-B. | 6 | 7 | 4,218 | 4,090 | -3.0 |
| 54 | Kingston, Ont. | 8 | 8 | 6,253 | 5,641 | -9.8 |
| 55 | Lethbridge, Alta. - Alb. | 6 | 8 | 3,626 | 3,948 | 8.9 |

¹ Based on 1986 Census designations - D'après les définitions du recensement de 1986.

Table 24.

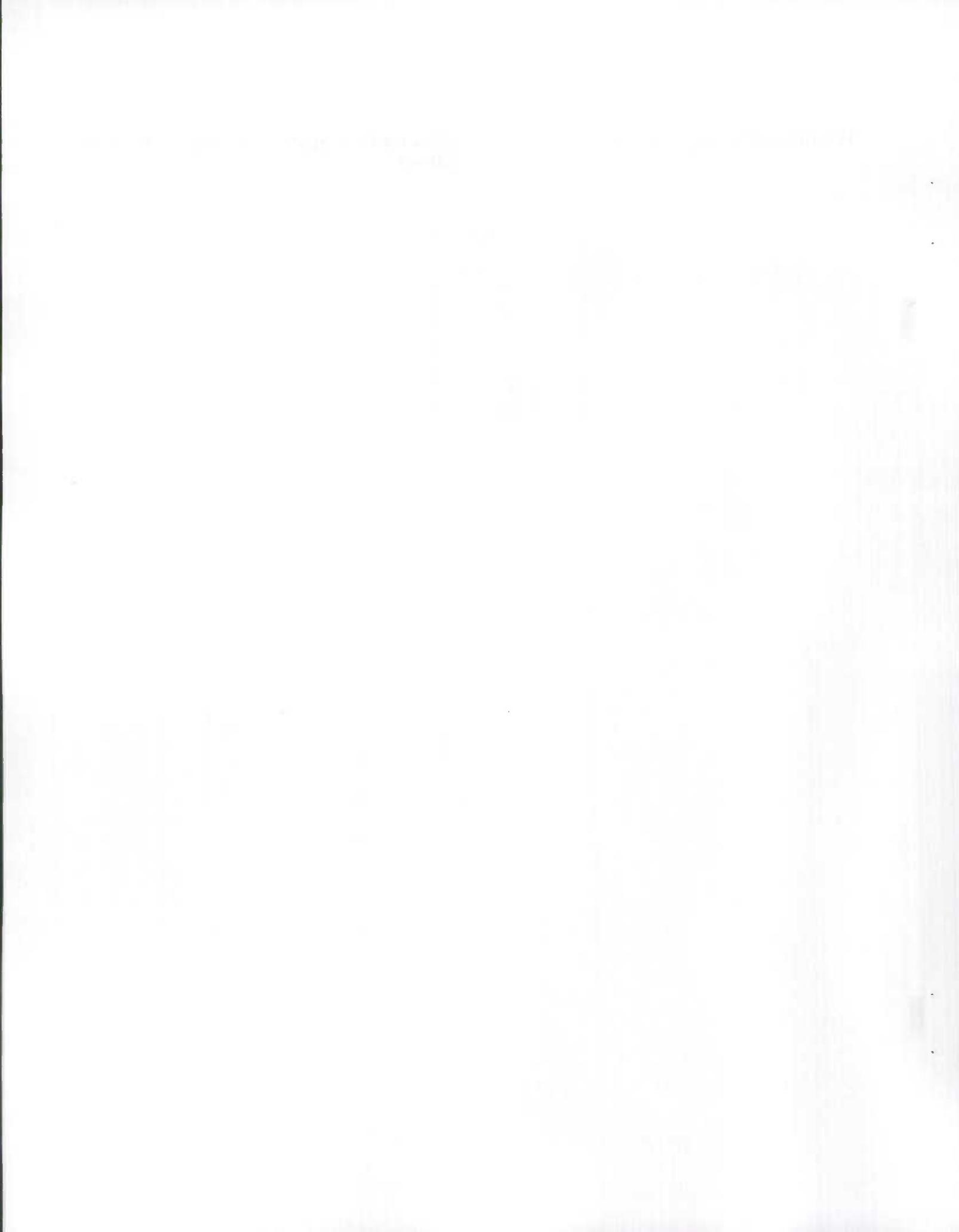
**Shoe Chain Stores, by Selected Locality,
1995 and 1996 - Concluded**

Tableau 24.

**Succursales des chaînes de magasins de chaussures, selon
certaines agglomérations, 1995 et 1996 - fin**

| No. | | Stores - Magasins (maximum) | Sales - Ventes | | Change in sales 1996/1995 | |
|--|--------------------------------|--------------------------------|----------------|--------|--------------------------------------|-------|
| | | | 1995 | 1996 | | |
| | | No. - nbre | \$'000 | % | Variation des ventes 1996/1995 | |
| Census agglomerations¹ - Concluded - Agglomérations de recensement¹ - fin | | | | | | |
| Population, 25,000 and over - Concluded - Population, 25,000 et plus - fin | | | | | | |
| 56 | Matsqui, B.C. - C.-B. | 3 | 3 | 1,512 | 1,448 | -4.2 |
| 57 | Medicine Hat, Alta. - Alb. | 3 | 4 | 1,175 | 989 | -15.8 |
| 58 | Midland, Ont. | 1 | 1 | x | x | x |
| 59 | Moncton, N.B. - N.-B. | 12 | 11 | 7,955 | 7,043 | -11.5 |
| 60 | Moose Jaw, Sask. | 2 | 2 | x | x | x |
| 61 | Nanaimo, B.C. - C.-B. | 4 | 4 | 2,443 | 2,519 | 3.1 |
| 62 | New Glasgow, N.S. - N.-É. | 3 | 3 | x | x | x |
| 63 | North Bay, Ont. | 3 | 3 | x | x | x |
| 64 | Orillia, Ont. | 1 | 1 | x | x | x |
| 65 | Owen Sound, Ont. | 3 | 3 | x | x | x |
| 66 | Penticton, B.C. - C.-B. | 2 | 3 | x | x | x |
| 67 | Peterborough, Ont. | 6 | 5 | 3,896 | 3,432 | -11.9 |
| 68 | Port Alberni, B.C. - C.-B. | 1 | 1 | x | x | x |
| 69 | Prince Albert, Sask. | 4 | 4 | 2,407 | 1,800 | -25.2 |
| 70 | Prince George, B.C. - C.-B. | 4 | 4 | 1,965 | 1,424 | -27.5 |
| 71 | Red Deer, Alta. - Alb. | 7 | 7 | 3,437 | 2,884 | -16.1 |
| 72 | Rimouski, Qué. | 11 | 10 | 4,419 | 4,050 | -8.4 |
| 73 | Rouyn, Qué. | 3 | 3 | x | x | x |
| 74 | Saint-Hyacinthe, Qué. | 9 | 8 | 4,118 | 3,210 | -22.0 |
| 75 | Saint-Jean-sur-Richelieu, Qué. | 12 | 8 | 4,689 | 3,647 | -22.2 |
| 76 | Saint-Jérôme, Qué. | 11 | 10 | 5,243 | 4,824 | -8.0 |
| 77 | Salaberry-de-Valléefield, Qué. | 6 | 4 | 2,291 | x | x |
| 78 | Sarnia, Ont. | 3 | 3 | x | x | x |
| 79 | Sault Ste. Marie, Ont. | 3 | 3 | 1,692 | x | x |
| 80 | Sept-Îles, Qué. | 5 | 5 | 2,394 | 2,444 | 2.1 |
| 81 | Shawinigan, Qué. | 8 | 7 | 3,026 | 2,385 | -21.2 |
| 82 | Sorel, Qué. | 7 | 5 | 2,428 | 1,942 | -20.0 |
| 83 | Stratford, Ont. | 2 | 2 | x | x | x |
| 84 | Sydney, N.S. - N.-É. | 10 | 9 | 4,379 | 4,256 | -2.8 |
| 85 | Thetford Mines, Qué. | 2 | 2 | x | x | x |
| 86 | Timmins, Ont. | 2 | 3 | x | x | x |
| 87 | Truro, N.S. - N.-É. | - | 1 | - | x | x |
| 88 | Val d'Or, Qué. | 4 | 6 | x | 2,651 | x |
| 89 | Vernon, B.C. - C.-B. | 2 | 2 | x | x | x |
| 90 | Victoriaville, Qué. | 8 | 7 | 3,083 | 2,893 | -6.2 |
| 91 | Williams Lake, B.C. - C.-B. | - | - | - | - | - |
| 92 | Woodstock, Ont. | 2 | 2 | x | x | x |
| 93 | All other - Toutes les autres | 181 | 223 | 68,809 | 97,841 | 42.2 |

¹ Based on 1986 Census designations - D'après les définitions du recensement de 1986.



Women's Clothing Chains

**Chaînes de magasins de vêtements pour
dames**

Table 25.

Historical Statistics of Women's Clothing Chains,
Canada, 1979 - 1996

Tableau 25.

Statistiques historiques sur les chaînes de magasins de
vêtements pour dames, Canada, 1979 - 1996

| No. | Year Année | Chains Chaines | Stores | | Sales | | Employee Earnings and Benefits | Inventory at year end for stores and warehouses | | |
|------------|---------------|-------------------|----------|---------|------------------------------|---|--------------------------------------|---|--|--|
| | | | Magasins | | Ventes | | | | | |
| | | | Average | Maximum | Total value Valeur totale | Average per store Moyenne par magasin | | | | |
| No. - nbre | | | | | | | | | | |
| | | | | | | \$'000 | | | | |
| 1 1979 | | 98 | 2,067 | 2,193 | 758,486 | 367 | 144,606 | 117,963 | | |
| 2 1980 | | 100 | 2,199 | 2,295 | 869,398 | 395 | 155,733 | 135,211 | | |
| 3 1981 | | 94 | 2,615 | 2,766 | 1,023,614 | 391 | .. | 181,234 | | |
| 4 1982 | | 120 | 2,986 | 3,095 | 1,189,668 | 398 | .. | 198,400 | | |
| 5 1983 | | 142 | 3,214 | 3,355 | 1,357,167 | 422 | 215,418 | 228,214 | | |
| 6 1984 | | 155 | 3,467 | 3,659 | 1,556,522 | 449 | 246,939 | 265,055 | | |
| 7 1985 | | 165 | 3,820 | 4,056 | 1,822,605 | 477 | 285,600 | 261,417 | | |
| 8 1986 | | 156 | 4,061 | 4,258 | 2,024,732 | 499 | 318,743 | 342,915 | | |
| 9 1987 | | 173 | 4,492 | 4,694 | 2,206,392 | 491 | 358,655 | 308,495 | | |
| 10 1988 | | 129 | 4,610 | 4,840 | 2,295,132 | 498 | 382,467 | 323,730 | | |
| 11 1989 | | 119 | 4,736 | 5,018 | 2,448,280 | 517 | 413,084 | 348,504 | | |
| 12 1990 | | 120 | 4,859 | 5,086 | 2,419,002 | 498 | 422,465 | 364,846 | | |
| 13 1991 | | 114 | 4,708 | 4,901 | 2,341,404 | 497 | 413,672 | 300,999 | | |
| 14 1992 | | 113 | 4,470 | 4,707 | 2,447,793 | 548 | 421,241 | 309,503 | | |
| 15 1993 | | 130 | 4,753 | 4,971 | 2,741,430 | 577 | 478,182 | 318,065 | | |
| 16 1994 | | 128 | 4,580 | 4,889 | 2,797,046 | 611 | 501,246 | 340,462 | | |
| 17 1995 | | 130 | 4,741 | 5,119 | 2,866,009 | 605 | 522,554 | 365,779 | | |
| 18 1996 | | 115 | 4,699 | 5,226 | 2,809,777 | 598 | 515,542 | 357,293 | | |

Table 26.

**Women's Clothing Chains, by Province,
1995 and 1996**

Tableau 26.

**Châînes de magasins de vêtements pour dames, par province,
1995 et 1996**

| No. | Province | | 1995 | 1996 | Percentage change 1996/1995 |
|---------------|--|------------|-----------|-----------|--|
| | | | | | Variation en pourcentage 1996/1995 |
| CANADA | | | | | |
| 1 | Chains¹ - Châînes¹ | No. - nbre | 130 | 115 | |
| 2 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 5,119 | 5,226 | |
| 3 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | 2,866,009 | 2,809,777 | -2.0 |
| | Newfoundland - Terre-Neuve: | | | | |
| 4 | Chains - Châînes | No. - nbre | 25 | 21 | |
| 5 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 116 | 116 | |
| 6 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | 53,332 | 51,351 | -3.7 |
| | Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard: | | | | |
| 7 | Chains - Châînes | No. - nbre | 5 | 4 | |
| 8 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 13 | 13 | |
| 9 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | x | 8,178 | x |
| | Nova Scotia - Nouvelle-Écosse: | | | | |
| 10 | Chains - Châînes | No. - nbre | 27 | 26 | |
| 11 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 181 | 190 | |
| 12 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | 80,096 | 80,949 | 1.1 |
| | New Brunswick - Nouveau-Brunswick: | | | | |
| 13 | Chains - Châînes | No. - nbre | 26 | 24 | |
| 14 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 145 | 156 | |
| 15 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | 71,042 | 69,926 | -1.6 |
| | Québec: | | | | |
| 16 | Chains - Châînes | No. - nbre | 76 | 69 | |
| 17 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 1,418 | 1,455 | |
| 18 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | 742,998 | 737,492 | -0.7 |
| | Ontario: | | | | |
| 19 | Chains - Châînes | No. - nbre | 78 | 67 | |
| 20 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 1,730 | 1,796 | |
| 21 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | 1,092,538 | 1,071,477 | -1.9 |
| | Manitoba: | | | | |
| 22 | Chains - Châînes | No. - nbre | 33 | 30 | |
| 23 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 152 | 151 | |
| 24 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | 87,911 | 85,727 | -2.5 |
| | Saskatchewan: | | | | |
| 25 | Chains - Châînes | No. - nbre | 27 | 26 | |
| 26 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 164 | 172 | |
| 27 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | 79,690 | 75,001 | -5.9 |
| | Alberta: | | | | |
| 28 | Chains - Châînes | No. - nbre | 45 | 43 | |
| 29 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 538 | 524 | |
| 30 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | 292,199 | 286,736 | -1.9 |
| | British Columbia - Colombie-Britannique: | | | | |
| 31 | Chains - Châînes | No. - nbre | 51 | 46 | |
| 32 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 657 | 646 | |
| 33 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | 355,762 | 339,337 | -4.6 |
| | Yukon and Northwest Territories - Yukon et Territoires du Nord-Ouest: | | | | |
| 34 | Chains - Châînes | No. - nbre | 3 | 5 | |
| 35 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 5 | 7 | |
| 36 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | x | 3,604 | x |

¹ The aggregate of the number of chains by province does not add to the Canada total since many chains operate in more than one province and are counted once only at the Canada level.

¹ La somme des châînes par province ne correspond pas au total du Canada du fait qu'un grand nombre d'entre elles opèrent dans plus d'une province mais ne sont comptées qu'une fois au niveau national.

Table 27.

Women's Clothing Chains, by Number of Stores Operated, Canada, 1995 and 1996

| No. | Number of stores operated Nombre de magasins exploités | Chains Chaînes | | Stores (maximum) Magasins (maximum) | | Sales Ventes | |
|--------------|---|-------------------|--------------|--|--------------|------------------|--------------|
| | | No. - nbre | % | No. - nbre | % | \$'000 | % |
| 1995: | | | | | | | |
| 1 | 4 - 9 stores - magasins | 54 | 41.5 | 319 | 6.2 | 167,809 | 5.9 |
| 2 | 10 - 19 stores - magasins | 30 | 23.1 | 444 | 8.7 | 228,023 | 8.0 |
| 3 | 20 - 49 stores - magasins | 19 | 14.6 | 608 | 11.9 | 406,009 | 14.2 |
| 4 | 50 - 99 stores - magasins | 12 | 9.2 | 855 | 16.7 | 453,445 | 15.8 |
| 5 | 100 stores and over - magasins et plus | 15 | 11.5 | 2,893 | 56.5 | 1,610,723 | 56.2 |
| 6 | Total | 130 | 100.0 | 5,119 | 100.0 | 2,866,009 | 100.0 |
| 1996: | | | | | | | |
| 7 | 4 - 9 stores - magasins | 45 | 39.1 | 279 | 5.3 | 143,078 | 5.1 |
| 8 | 10 - 19 stores - magasins | 26 | 22.6 | 375 | 7.2 | 173,680 | 6.2 |
| 9 | 20 - 49 stores - magasins | 19 | 16.5 | 625 | 12.0 | 370,535 | 13.2 |
| 10 | 50 - 99 stores - magasins | 12 | 10.4 | 878 | 16.8 | 601,106 | 21.4 |
| 11 | 100 stores and over - magasins et plus | 13 | 11.3 | 3,069 | 58.7 | 1,521,378 | 54.1 |
| 12 | Total | 115 | 100.0 | 5,226 | 100.0 | 2,809,777 | 100.0 |

Table 28.

Women's Clothing Chains, by Annual Sales Volume, Canada, 1995 and 1996

| No. | Annual sales volume Volume des ventes annuelles | Chains Chaînes | | Stores (maximum) Magasins (maximum) | | Sales Ventes | |
|--------------|--|-------------------|--------------|--|--------------|------------------|--------------|
| | | No. - nbre | % | No. - nbre | % | \$'000 | % |
| 1995: | | | | | | | |
| 1 | Under - Moins de \$2,000,000 | 19 | 14.6 | 112 | 2.2 | 27,267 | 1.0 |
| 2 | \$ 2,000,000 - \$ 4,999,999 | 44 | 33.8 | 393 | 7.7 | 144,327 | 5.0 |
| 3 | 5,000,000 - 9,999,999 | 17 | 13.1 | 253 | 4.9 | 133,169 | 4.6 |
| 4 | 10,000,000 - 19,999,999 | 17 | 13.1 | 487 | 9.5 | 232,930 | 8.1 |
| 5 | 20,000,000 - 49,999,999 | 17 | 13.1 | 1,167 | 22.8 | 559,459 | 19.5 |
| 6 | 50,000,000 and over - et plus | 16 | 12.3 | 2,707 | 52.9 | 1,768,858 | 61.7 |
| 7 | Total | 130 | 100.0 | 5,119 | 100.0 | 2,866,009 | 100.0 |
| 1996: | | | | | | | |
| 8 | Under - Moins de \$2,000,000 | 18 | 15.7 | 116 | 2.2 | 23,561 | 0.8 |
| 9 | \$ 2,000,000 - \$ 4,000,000 | 30 | 26.1 | 343 | 6.6 | 89,878 | 3.2 |
| 10 | 5,000,000 - 9,999,999 | 21 | 18.3 | 315 | 6.0 | 148,463 | 5.3 |
| 11 | 10,000,000 - 19,999,999 | 15 | 13.0 | 337 | 6.4 | 194,284 | 6.9 |
| 12 | 20,000,000 - 49,999,999 | 16 | 13.9 | 1,067 | 20.4 | 546,082 | 19.4 |
| 13 | 50,000,000 and over - et plus | 15 | 13.0 | 3,048 | 58.3 | 1,807,509 | 64.3 |
| 14 | Total | 115 | 100.0 | 5,226 | 100.0 | 2,809,777 | 100.0 |

Table 29.

Women's Clothing Chain Stores, by Annual Sales Volume, Canada, 1995 and 1996

| No. | Annual sales volume Volume des ventes annuelles | Stores (maximum) Magasins (maximum) | | Sales Ventes | |
|--------------|--|--|--------------|------------------|--------------|
| | | No. - nbre | % | \$'000 | % |
| 1995: | | | | | |
| 1 | Under - Moins de \$200,000 | 644 | 12.6 | 76,199 | 2.7 |
| 2 | \$ 200,000 - \$ 299,999 | 584 | 11.4 | 147,247 | 5.1 |
| 3 | 300,000 - 399,999 | 619 | 12.1 | 216,395 | 7.6 |
| 4 | 400,000 - 499,999 | 599 | 11.7 | 269,340 | 9.4 |
| 5 | 500,000 - 699,999 | 1,623 | 31.7 | 939,639 | 32.8 |
| 6 | 700,000 and over - et plus | 1,050 | 20.5 | 1,217,190 | 42.5 |
| 7 | Total | 5,119 | 100.0 | 2,866,009 | 100.0 |
| 1996: | | | | | |
| 8 | Under - Moins de \$200,000 | 605 | 11.6 | 64,899 | 2.3 |
| 9 | \$ 200,000 - \$ 299,999 | 621 | 11.9 | 156,066 | 5.6 |
| 10 | 300,000 - 399,999 | 705 | 13.5 | 248,751 | 8.9 |
| 11 | 400,000 - 499,999 | 1,383 | 26.5 | 632,952 | 22.5 |
| 12 | 500,000 - 699,999 | 900 | 17.2 | 519,936 | 18.5 |
| 13 | 700,000 and over - et plus | 1,012 | 19.4 | 1,187,173 | 42.3 |
| 14 | Total | 5,226 | 100.0 | 2,809,777 | 100.0 |

Tableau 27.

Châînes de magasins de vêtements pour dames, selon le nombre de magasins exploités, Canada, 1995 et 1996

| No. | Nombre de magasins exploités | Chains Chaînes | Stores (maximum) Magasins (maximum) | Sales Ventes |
|-----|------------------------------|-------------------|--|-----------------|
| | | | | |

| | | | | |
|-----|------------------------------|-------------------|--|-----------------|
| No. | Nombre de magasins exploités | Chains Chaînes | Stores (maximum) Magasins (maximum) | Sales Ventes |
| | | | | |

| | | | | |
|-----|------------------------------|-------------------|--|-----------------|
| No. | Nombre de magasins exploités | Chains Chaînes | Stores (maximum) Magasins (maximum) | Sales Ventes |
| | | | | |

| | | | | |
|-----|------------------------------|-------------------|--|-----------------|
| No. | Nombre de magasins exploités | Chains Chaînes | Stores (maximum) Magasins (maximum) | Sales Ventes |
| | | | | |

| | | | | |
|-----|------------------------------|-------------------|--|-----------------|
| No. | Nombre de magasins exploités | Chains Chaînes | Stores (maximum) Magasins (maximum) | Sales Ventes |
| | | | | |

| | | | | |
|-----|------------------------------|-------------------|--|-----------------|
| No. | Nombre de magasins exploités | Chains Chaînes | Stores (maximum) Magasins (maximum) | Sales Ventes |
| | | | | |

| | | | | |
|-----|------------------------------|-------------------|--|-----------------|
| No. | Nombre de magasins exploités | Chains Chaînes | Stores (maximum) Magasins (maximum) | Sales Ventes |
| | | | | |

| | | | | |
|-----|------------------------------|-------------------|--|-----------------|
| No. | Nombre de magasins exploités | Chains Chaînes | Stores (maximum) Magasins (maximum) | Sales Ventes |
| | | | | |

| | | | | |
|-----|------------------------------|-------------------|--|-----------------|
| No. | Nombre de magasins exploités | Chains Chaînes | Stores (maximum) Magasins (maximum) | Sales Ventes |
| | | | | |

| | | | | |
|-----|------------------------------|-------------------|--|-----------------|
| No. | Nombre de magasins exploités | Chains Chaînes | Stores (maximum) Magasins (maximum) | Sales Ventes |
| | | | | |

| | | | | |
|-----|------------------------------|-------------------|--|-----------------|
| No. | Nombre de magasins exploités | Chains Chaînes | Stores (maximum) Magasins (maximum) | Sales Ventes |
| | | | | |

| | | | | |
|-----|------------------------------|-------------------|--|-----------------|
| No. | Nombre de magasins exploités | Chains Chaînes | Stores (maximum) Magasins (maximum) | Sales Ventes |
| | | | | |

| | | | | |
|-----|------------------------------|-------------------|--|-----------------|
| No. | Nombre de magasins exploités | Chains Chaînes | Stores (maximum) Magasins (maximum) | Sales Ventes |
| | | | | |

| | | | | |
|-----|------------------------------|-------------------|--|-----------------|
| No. | Nombre de magasins exploités | Chains Chaînes | Stores (maximum) Magasins (maximum) | Sales Ventes |
| | | | | |

| | | | | |
|-----|------------------------------|-------------------|--|-----------------|
| No. | Nombre de magasins exploités | Chains Chaînes | Stores (maximum) Magasins (maximum) | Sales Ventes |
| | | | | |

| | | | | |
|-----|------------------------------|-------------------|--|-----------------|
| No. | Nombre de magasins exploités | Chains Chaînes | Stores (maximum) Magasins (maximum) | Sales Ventes |
| | | | | |

| | | | | |
|-----|------------------------------|-------------------|--|-----------------|
| No. | Nombre de magasins exploités | Chains Chaînes | Stores (maximum) Magasins (maximum) | Sales Ventes |
| | | | | |

| | | | | |
|-----|------------------------------|-------------------|--|-----------------|
| No. | Nombre de magasins exploités | Chains Chaînes | Stores (maximum) Magasins (maximum) | Sales Ventes |
| | | | | |

| | | | | |
|-----|------------------------------|-------------------|--|-----------------|
| No. | Nombre de magasins exploités | Chains Chaînes | Stores (maximum) Magasins (maximum) | Sales Ventes |
| | | | | |

| | | | | |
|-----|------------------------------|-------------------|--|-----------------|
| No. | Nombre de magasins exploités | Chains Chaînes | Stores (maximum) Magasins (maximum) | Sales Ventes |
| | | | | |

| | | | | |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| No. | Nombre de magasins exploités | Chains Chaînes | Stores (maximum) Magasins (maximum) | Sales Ventes</td |

Table 30.

**Women's Clothing Chain Stores, by Selected Locality,
1995 and 1996**

Tableau 30.

**Succursales des chaînes de magasins de vêtements pour
dames, selon certaines agglomérations, 1995 et 1996**

| No. | | Stores - Magasins (maximum) | Sales - Ventes | | Change in sales 1996/1995 |
|-----|---|--------------------------------|----------------|------------------|---------------------------------|
| | | | 1995 | 1996 | |
| | | No. - nbré | \$'000 | | % |
| 1 | CANADA | 5,119 | 5,226 | 2,866,009 | 2,809,777 |
| 2 | Census metropolitan areas¹ - Régions métropolitaines de recensement¹ | 3,670 | 3,576 | 2,203,931 | 2,089,917 |
| 3 | Calgary, Alta. - Alb. | 193 | 180 | 116,596 | 110,977 |
| 4 | Chicoutimi-Jonquière, Qué. | 56 | 55 | 24,277 | 23,496 |
| 5 | Edmonton, Alta. - Alb. | 222 | 208 | 117,351 | 108,967 |
| 6 | Halifax, N.S. - N.É. | 96 | 91 | 46,647 | 43,338 |
| 7 | Hamilton, Ont. | 115 | 120 | 65,772 | 66,872 |
| 8 | Kitchener, Ont. | 65 | 69 | 40,940 | 39,200 |
| 9 | London, Ont. | 116 | 118 | 66,366 | 65,625 |
| 10 | Montréal, Qué. | 662 | 662 | 395,455 | 376,794 |
| 11 | Oshawa, Ont. | 25 | 27 | 21,939 | 20,484 |
| 12 | Ottawa-Hull, Ont., Qué. | 231 | 227 | 144,699 | 135,567 |
| 13 | Québec, Qué. | 213 | 221 | 110,242 | 115,230 |
| 14 | Réginé, Sask. | 57 | 54 | 27,842 | 23,937 |
| 15 | Saint John, N.B. - N.-B. | 29 | 28 | 15,382 | 13,180 |
| 16 | Saskatoon, Sask. | 64 | 69 | 33,406 | 31,843 |
| 17 | Sherbrooke, Qué. | 44 | 41 | 25,954 | 24,464 |
| 18 | St. Catharines-Niagara, Ont. | 56 | 61 | 33,374 | 32,623 |
| 19 | St. John's, Nfld. - T.-N. | 60 | 51 | 30,449 | 27,320 |
| 20 | Sudbury, Ont. | 35 | 31 | 19,547 | 17,798 |
| 21 | Thunder Bay, Ont. | 24 | 23 | 15,533 | 13,328 |
| 22 | Toronto, Ont. | 666 | 645 | 467,980 | 447,771 |
| 23 | Trois-Rivières, Qué. | 41 | 49 | 24,938 | 25,879 |
| 24 | Vancouver, B.C. - C.-B. | 356 | 320 | 213,318 | 193,610 |
| 25 | Victoria, B.C. - C.-B. | 72 | 64 | 38,344 | 34,073 |
| 26 | Windsor, Ont. | 44 | 43 | 31,832 | 27,470 |
| 27 | Winnipeg, Man. | 128 | 119 | 75,748 | 70,072 |
| | Census agglomerations¹ - Agglomérations de recensement¹ | | | | |
| 28 | Population, 25,000 and over - et plus | 989 | 1,009 | 482,419 | 463,151 |
| 29 | Alma, Qué. | 10 | 8 | x | 3,344 |
| 30 | Baie Comeau, Qué. | 8 | 9 | 3,224 | 3,398 |
| 31 | Barrie, Ont. | 29 | 33 | 18,344 | 17,553 |
| 32 | Bathurst, N.B. - N.-B. | 11 | 13 | 3,985 | 4,470 |
| 33 | Belleville, Ont. | 20 | 19 | 10,938 | 9,182 |
| 34 | Brandon, Man. | 14 | 13 | 8,809 | 8,643 |
| 35 | Brantford, Ont. | 24 | 18 | 12,853 | 10,195 |
| 36 | Brockville, Ont. | 9 | 12 | 4,730 | 5,681 |
| 37 | Campbell River, B.C. - C.-B. | 7 | 7 | x | 2,733 |
| 38 | Charlottetown, P.E.I. - I.-P.-É. | 8 | 8 | 4,954 | 5,359 |
| 39 | Chatham, Ont. | 13 | 13 | 7,112 | 6,421 |
| 40 | Chilliwack, B.C. - C.-B. | 12 | 12 | 5,779 | 5,447 |
| 41 | Cornerbrook, Nfld. - T.-N. | 19 | 19 | 6,608 | 6,590 |
| 42 | Cornwall, Ont. | 16 | 16 | 7,149 | 6,007 |
| 43 | Courtenay, B.C. - C.-B. | 7 | 8 | 3,464 | 3,484 |
| 44 | Drummondville, Qué. | 19 | 22 | 9,349 | 9,651 |
| 45 | Fort McMurray, Alta. - Alb. | 7 | 6 | 2,376 | 2,707 |
| 46 | Fredericton, N.B. - N.-B. | 35 | 35 | 16,868 | 17,170 |
| 47 | Granby, Qué. | 16 | 14 | 7,992 | 7,703 |
| 48 | Grand Falls, Nfld. - T.-N. | 5 | 6 | x | 2,690 |
| 49 | Grande Prairie, Alta. - Alb. | 8 | 8 | 4,572 | 4,679 |
| 50 | Guelph, Ont. | 30 | 31 | 16,575 | 16,358 |
| 51 | Joliette, Qué. | 20 | 22 | 8,831 | 8,437 |
| 52 | Kamloops, B.C. - C.-B. | 22 | 21 | 10,489 | 10,307 |
| 53 | Kelowna, B.C. - C.-B. | 23 | 23 | 13,285 | 12,336 |
| 54 | Kingston, Ont. | 35 | 36 | 19,534 | 18,246 |
| 55 | Lethbridge, Alta. - Alb. | 32 | 30 | 11,360 | 11,944 |

¹ Based on 1986 Census designations - D'après les définitions du recensement de 1986.

Table 30.

**Women's Clothing Chain Stores, by Selected Locality,
1995 and 1996 - Concluded**

| No. | | Stores - Magasins (maximum) | Sales - Ventes | | Change in sales 1996/1995 | | | |
|--|--------------------------------|--------------------------------|----------------|---------|---------------------------------|-------|--|--|
| | | | 1995 | 1996 | | | | |
| | | | No. - nbre | \$'000 | | | | |
| Census agglomerations¹ - Concluded - Agglomérations de recensement¹ - fin | | | | | | | | |
| Population, 25,000 and over - Concluded - Population, 25,000 et plus - fin | | | | | | | | |
| 56 | Matsqui, B.C. - C.-B. | 15 | 15 | 7,695 | 7,081 | -8.0 | | |
| 57 | Medicine Hat, Alta. - Alb. | 13 | 16 | 7,443 | 8,457 | 13.6 | | |
| 58 | Midland, Ont. | 5 | 5 | 2,588 | x | x | | |
| 59 | Moncton, N.B. - N.-B. | 37 | 40 | 21,330 | 20,532 | -3.7 | | |
| 60 | Moose Jaw, Sask. | 11 | 9 | 4,655 | 3,900 | -16.2 | | |
| 61 | Nanaimo, B.C. - C.-B. | 25 | 28 | 11,801 | 12,286 | 4.1 | | |
| 62 | New Glasgow, N.S. - N.-É. | 14 | 17 | 5,573 | 6,012 | 7.9 | | |
| 63 | North Bay, Ont. | 19 | 18 | 9,695 | 8,242 | -15.0 | | |
| 64 | Orillia, Ont. | 9 | 10 | 4,509 | 4,656 | 3.3 | | |
| 65 | Owen Sound, Ont. | 13 | 15 | 6,351 | 6,044 | -4.8 | | |
| 66 | Penticton, B.C. - C.-B. | 9 | 11 | 3,870 | 4,062 | 5.0 | | |
| 67 | Peterborough, Ont. | 20 | 20 | 10,639 | 9,634 | -9.4 | | |
| 68 | Port Alberni, B.C. - C.-B. | 6 | 4 | 2,118 | 1,684 | -20.5 | | |
| 69 | Prince Albert, Sask. | 10 | 12 | 5,023 | 4,823 | -4.0 | | |
| 70 | Prince George, B.C. - C.-B. | 17 | 16 | 10,164 | 8,924 | -12.2 | | |
| 71 | Red Deer, Alta. - Alb. | 28 | 27 | 13,648 | 13,038 | -4.5 | | |
| 72 | Rimouski, Qué. | 23 | 24 | 9,258 | 8,910 | -3.8 | | |
| 73 | Rouyn, Qué. | 8 | 8 | 4,351 | 3,933 | -9.6 | | |
| 74 | Saint-Hyacinthe, Qué. | 14 | 13 | 5,864 | 5,399 | -7.9 | | |
| 75 | Saint-Jean-sur-Richelieu, Qué. | 16 | 13 | 6,180 | 4,492 | -27.3 | | |
| 76 | Saint-Jérôme, Qué. | 23 | 25 | 12,928 | 12,768 | -1.2 | | |
| 77 | Salaberry-de-Valleyfield, Qué. | 10 | 8 | 3,957 | 2,894 | -26.9 | | |
| 78 | Sarnia, Ont. | 14 | 13 | 6,121 | 6,519 | 6.5 | | |
| 79 | Sault Ste. Marie, Ont. | 21 | 23 | 11,200 | 10,551 | -5.8 | | |
| 80 | Sept-Îles, Qué. | 9 | 8 | 2,361 | 2,261 | -4.2 | | |
| 81 | Shawinigan, Qué. | 13 | 14 | 4,833 | 5,037 | 4.2 | | |
| 82 | Sorel, Qué. | 12 | 13 | 6,694 | 6,079 | -9.2 | | |
| 83 | Stratford, Ont. | 8 | 8 | 4,027 | 4,150 | 3.1 | | |
| 84 | Sydney, N.S. - N.-É. | 20 | 20 | 9,211 | 8,488 | -7.8 | | |
| 85 | Thetford Mines, Qué. | 6 | 6 | 5,670 | 5,533 | -2.4 | | |
| 86 | Timmins, Ont. | 17 | 17 | 8,092 | 6,683 | -17.4 | | |
| 87 | Truro, N.S. - N.-É. | 13 | 14 | 5,748 | 5,481 | -4.6 | | |
| 88 | Val d'Or, Qué. | 9 | 8 | 5,142 | 4,620 | -10.2 | | |
| 89 | Vernon, B.C. - C.-B. | 11 | 11 | 4,767 | 4,358 | -8.6 | | |
| 90 | Victoriaville, Qué. | 23 | 26 | 7,565 | 8,519 | 12.6 | | |
| 91 | Williams Lake, B.C. - C.-B. | 8 | 10 | 3,416 | 2,959 | -13.4 | | |
| 92 | Woodstock, Ont. | 1 | 2 | x | x | x | | |
| 93 | All other - Toutes les autres | 460 | 641 | 179,660 | 256,709 | 42.9 | | |

¹ Based on 1986 Census designations - D'après les définitions du recensement de 1986.

Tableau 30.

**Succursales des chaînes de magasins de vêtements pour
dames, selon certaines agglomérations, 1995 et 1996 - fin**

Other General Merchandise Chains
(variety and general merchandise stores)

**Autres chaînes de magasins de
marchandises diverses**
(bazars et magasins de marchandises diverses)

Table 31.

Historical Statistics of Other General Merchandise Chains, Canada, 1979 - 1996

Tableau 31.

Statistiques historiques sur les autres chaînes de magasins de marchandises diverses, Canada, 1979 - 1996

| No. | Year Année | Chains Chaînes | Stores Magasins | | Sales Ventes | | Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés | Inventory at year end for stores and warehouses Stocks à la fin de l'année pour magasins et entrepôts |
|-----|---------------|-------------------|--------------------|---------|------------------------------|---|---|---|
| | | | Average Moyenne | Maximum | Total value Valeur totale | Average per store Moyenne par magasin | | |
| | | | No. - nbre | | \$'000 | | | |
| 1 | 1979 | 36 | 1,977 | 2,052 | 2,195,480 | 1,111 | 349,188 | 549,043 |
| 2 | 1980 | 33 | 2,032 | 2,088 | 2,403,486 | 1,183 | 388,731 | 605,847 |
| 3 | 1981 | 32 | 2,115 | 2,163 | 2,560,926 | 1,211 | .. | 637,943 |
| 4 | 1982 | 28 | 2,144 | 2,200 | 2,577,379 | 1,202 | .. | 588,050 |
| 5 | 1983 | 33 | 2,240 | 2,294 | 2,795,337 | 1,248 | 291,676 | 648,952 |
| 6 | 1984 | 32 | 2,357 | 2,457 | 2,991,460 | 1,269 | 321,474 | 723,069 |
| 7 | 1985 | 32 | 2,449 | 2,535 | 3,204,664 | 1,309 | 320,237 | 755,190 |
| 8 | 1986 | 28 | 2,383 | 2,539 | 3,268,430 | 1,372 | 316,625 | 969,285 |
| 9 | 1987 | 24 | 2,427 | 2,518 | 3,189,269 | 1,314 | 266,783 | 716,344 |
| 10 | 1988 | 27 | 2,482 | 2,562 | 3,259,593 | 1,313 | 290,898 | 739,324 |
| 11 | 1989 | 28 | 2,437 | 2,491 | 3,456,097 | 1,418 | 307,094 | 797,205 |
| 12 | 1990 | 28 | 2,861 | 2,962 | 3,352,594 | 1,172 | 377,418 | 717,739 |
| 13 | 1991 | 30 | 2,896 | 2,975 | 3,164,853 | 1,093 | 321,448 | 754,055 |
| 14 | 1992 | 30 | 2,958 | 3,025 | 2,855,379 | 965 | 326,581 | 614,886 |
| 15 | 1993 | 37 | 2,771 | 2,837 | 2,832,405 | 1,022 | 329,713 | 570,492 |
| 16 | 1994 | 40 | 2,805 | 2,894 | 2,871,939 | 1,024 | 314,767 | 550,842 |
| 17 | 1995 | 34 | 2,666 | 2,760 | 2,576,786 | 967 | 259,474 | 421,822 |
| 18 | 1996 | 33 | 2,652 | 2,690 | 2,574,978 | 971 | 264,325 | 401,325 |

Table 32.

Other General Merchandise Chains, by Province,
1995 and 1996

Tableau 32.

Autres chaînes de magasins de marchandises diverses, par province, 1995 et 1996

| No. | Province | | 1995 | 1996 | Percentage change 1996/1995 |
|-----|--|----------------------|-----------|-----------|--|
| | | | | | Variation en pourcentage 1996/1995 |
| | CANADA | | | | |
| 1 | Chains ¹ - Chaînes ¹ | No. - nbre | 34 | 33 | |
| 2 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre \$'000 | 2,760 | 2,690 | |
| 3 | Sales - Total - Ventes | | 2,576,786 | 2,574,978 | -0.1 |
| | Newfoundland - Terre-Neuve: | | | | |
| 4 | Chains - Chaînes | No. - nbre | 8 | 8 | |
| 5 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre \$'000 | 191 | 189 | |
| 6 | Sales - Total - Ventes | | 145,708 | 136,424 | -6.4 |
| | Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard: | | | | |
| 7 | Chains - Chaînes | No. - nbre | 4 | 4 | |
| 8 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre \$'000 | 16 | 16 | |
| 9 | Sales - Total - Ventes | | x | x | x |
| | Nova Scotia - Nouvelle-Écosse: | | | | |
| 10 | Chains - Chaînes | No. - nbre | 10 | 10 | |
| 11 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre \$'000 | 159 | 155 | |
| 12 | Sales - Total - Ventes | | 156,435 | 140,733 | -10.0 |
| | New Brunswick - Nouveau-Brunswick: | | | | |
| 13 | Chains - Chaînes | No. - nbre | 10 | 10 | |
| 14 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre \$'000 | 145 | 142 | |
| 15 | Sales - Total - Ventes | | 120,595 | 133,882 | 11.0 |
| | Québec: | | | | |
| 16 | Chains - Chaînes | No. - nbre | 14 | 14 | |
| 17 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre \$'000 | 709 | 721 | |
| 18 | Sales - Total - Ventes | | 463,331 | 498,748 | 7.6 |
| | Ontario: | | | | |
| 19 | Chains - Chaînes | No. - nbre | 19 | 17 | |
| 20 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre \$'000 | 890 | 868 | |
| 21 | Sales - Total - Ventes | | 1,068,129 | 1,027,474 | -3.8 |
| | Manitoba: | | | | |
| 22 | Chains - Chaînes | No. - nbre | 6 | 4 | |
| 23 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre \$'000 | 132 | 101 | |
| 24 | Sales - Total - Ventes | | 81,920 | 77,524 | -5.4 |
| | Saskatchewan: | | | | |
| 25 | Chains - Chaînes | No. - nbre | 5 | 4 | |
| 26 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre \$'000 | 153 | 142 | |
| 27 | Sales - Total - Ventes | | 110,197 | 112,814 | 2.4 |
| | Alberta: | | | | |
| 28 | Chains - Chaînes | No. - nbre | 7 | 6 | |
| 29 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre \$'000 | 199 | 186 | |
| 30 | Sales - Total - Ventes | | 184,236 | 186,619 | 1.3 |
| | British Columbia - Colombie-Britannique: | | | | |
| 31 | Chains - Chaînes | No. - nbre | 6 | 7 | |
| 32 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre \$'000 | 162 | 166 | |
| 33 | Sales - Total - Ventes | | 218,850 | 235,974 | 7.8 |
| | Yukon and Northwest Territories² - Yukon et Territoires du Nord-Ouest²: | | | | |
| 34 | Chains - Chaînes | No. - nbre | 1 | 1 | |
| 35 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre \$'000 | 4 | 4 | |
| 36 | Sales - Total - Ventes | | x | x | x |

¹ The aggregate of the number of chains by province does not add to the Canada total since many chains operate in more than one province and are counted once only at the Canada level.

¹ La somme des chaînes par province ne correspond pas au total du Canada du fait qu'un grand nombre d'entre elles opèrent dans plus d'une province mais ne sont comptées qu'une fois au niveau national.

² See Appendix II. Differences in Historical Data.

² Voir Appendice II. Divergences dans les données chronologiques.

Table 33.

Other General Merchandise Chains, by Number of Stores Operated, Canada, 1995 and 1996

| No. | Number of stores operated Nombre de magasins exploités | Chains Chaines | | Stores (maximum) Magasins (maximum) | | Sales Ventes | |
|-----|---|-------------------|-------|--|-------|-----------------|-------|
| | | No. - nbre | % | No. - nbre | % | \$'000 | % |
| | 1995: | | | | | | |
| 1 | 4 - 9 stores - magasins | 15 | 44.1 | 90 | 3.3 | 112,269 | 4.4 |
| 2 | 10 - 49 stores - magasins | 13 | 38.2 | 314 | 11.4 | 195,977 | 7.6 |
| 3 | 50 stores and over - magasins et plus | 6 | 17.6 | 2,356 | 85.4 | 2,268,539 | 88.0 |
| 4 | Total | 34 | 100.0 | 2,760 | 100.0 | 2,576,786 | 100.0 |
| | 1996: | | | | | | |
| 5 | 4 - 9 stores - magasins | 15 | 45.5 | 79 | 2.9 | 53,137 | 2.1 |
| 6 | 10 - 49 stores - magasins | 12 | 36.4 | 287 | 10.7 | 235,661 | 9.2 |
| 7 | 50 stores and over - magasins et plus | 6 | 18.2 | 2,324 | 86.4 | 2,286,180 | 88.8 |
| 8 | Total | 33 | 100.0 | 2,690 | 100.0 | 2,574,978 | 100.0 |

Table 34.

Other General Merchandise Chains, by Annual Sales Volume, Canada, 1995 and 1996

| No. | Annual sales volume Volume des ventes annuelles | Chains Chaines | | Stores (maximum) Magasins (maximum) | | Sales Ventes | |
|-----|--|-------------------|-------|--|-------|-----------------|-------|
| | | No. - nbre | % | No. - nbre | % | \$'000 | % |
| | 1995: | | | | | | |
| 1 | Under - Moins de \$10,000,000 | 18 | 52.9 | 169 | 6.1 | 72,058 | 2.8 |
| 2 | \$10,000,000 - \$49,999,999 | 9 | 26.5 | 226 | 8.2 | 184,174 | 7.1 |
| 3 | 50,000,000 - 109,999,999 | 2 | 5.9 | 76 | 2.8 | x | x |
| 4 | 110,000,000 and over - et plus | 5 | 14.7 | 2,289 | 82.9 | x | x |
| 5 | Total | 34 | 100.0 | 2,760 | 100.0 | 2,576,786 | 100.0 |
| | 1996: | | | | | | |
| 6 | Under - Moins de \$10,000,000 | 17 | 51.5 | 125 | 4.6 | 59,574 | 2.3 |
| 7 | \$10,000,000 - \$49,999,999 | 9 | 27.3 | 231 | 8.6 | 175,806 | 6.8 |
| 8 | 50,000,000 - 109,999,999 | 2 | 6.1 | 69 | 2.6 | x | x |
| 9 | 110,000,000 and over - et plus | 5 | 15.2 | 2,265 | 84.2 | x | x |
| 10 | Total | 33 | 100.0 | 2,690 | 100.0 | 2,574,978 | 100.0 |

Table 35.

Other General Merchandise Chain Stores, by Annual Sales Volume, Canada, 1995 and 1996

| No. | Annual sales volume Volume des ventes annuelles | Stores (maximum) Magasins (maximum) | | Sales Ventes | |
|-----|--|--|-------|-----------------|-------|
| | | No. - nbre | % | \$'000 | % |
| | 1995: | | | | |
| 1 | Under - Moins de \$300,000 | 179 | 6.5 | 26,772 | 1.0 |
| 2 | \$300,000 - \$ 599,999 | 917 | 33.2 | 440,808 | 17.1 |
| 3 | 600,000 - 999,999 | 917 | 33.2 | 651,368 | 25.3 |
| 4 | 1,000,000 - 1,999,999 | 487 | 17.6 | 658,180 | 25.5 |
| 5 | 2,000,000 - 3,999,999 | 237 | 8.6 | 591,992 | 23.0 |
| 6 | 4,000,000 and over - et plus | 23 | 0.8 | 207,666 | 8.1 |
| 7 | Total | 2,760 | 100.0 | 2,576,786 | 100.0 |
| | 1996: | | | | |
| 8 | Under - Moins de \$300,000 | 89 | 3.3 | 15,555 | 0.6 |
| 9 | \$300,000 - \$ 599,999 | 924 | 34.3 | 468,242 | 18.2 |
| 10 | 600,000 - 999,999 | 879 | 32.7 | 639,340 | 24.8 |
| 11 | 1,000,000 - 1,999,999 | 609 | 22.6 | 831,748 | 32.3 |
| 12 | 2,000,000 - 3,999,999 | 169 | 6.3 | 421,188 | 16.4 |
| 13 | 4,000,000 and over - et plus | 20 | 0.7 | 198,905 | 7.7 |
| 14 | Total | 2,690 | 100.0 | 2,574,978 | 100.0 |

Tableau 33.

Autres chaînes de magasins de marchandises diverses, selon le nombre de magasins exploités, Canada, 1995 et 1996

Tableau 34.

Autres chaînes de magasins de marchandises diverses, selon le volume des ventes annuelles, Canada, 1995 et 1996

Tableau 35.

Succursales des autres chaînes de magasins de marchandises diverses, selon le volume des ventes annuelles, Canada, 1995 et 1996

Table 36.

Other General Merchandise Chain Stores, by Selected Locality, 1995 and 1996

Tableau 36.

Succursales des autres chaînes de magasins de marchandises diverses, selon certaines agglomérations, 1995 et 1996

| No. | | Stores - Magasins (maximum) | Sales - Ventes | | Change in sales 1996/1995 |
|-----|---|--------------------------------|----------------|-----------|---------------------------------|
| | | | 1995 | 1996 | |
| | | No. - nbre | \$'000 | % | |
| 1 | CANADA | 2,760 | 2,690 | 2,576,786 | 2,574,978 |
| 2 | Census metropolitan areas¹ - Régions métropolitaines de recensement¹ | 923 | 888 | 1,058,127 | 1,041,250 |
| 3 | Calgary, Alta. - Alb. | 16 | 15 | 20,745 | 21,653 |
| 4 | Chicoutimi-Jonquière, Qué. | 13 | 14 | 8,788 | 11,195 |
| 5 | Edmonton, Alta. - Alb. | 40 | 29 | 36,323 | 34,285 |
| 6 | Halifax, N.S. - N.E. | 38 | 37 | 50,223 | 48,732 |
| 7 | Hamilton, Ont. | 35 | 35 | 44,219 | 43,398 |
| 8 | Kitchener, Ont. | 24 | 20 | x | x |
| 9 | London, Ont. | 28 | 27 | 36,455 | x |
| 10 | Montréal, Qué. | 199 | 204 | 132,043 | 142,731 |
| 11 | Oshawa, Ont. | 14 | 13 | 20,434 | 18,927 |
| 12 | Ottawa-Hull, Ont., Qué. | 42 | 38 | 50,260 | 39,199 |
| 13 | Québec, Qué. | 54 | 58 | 34,399 | 37,282 |
| 14 | Regina, Sask. | 18 | 17 | x | x |
| 15 | Saint John, N.B. - N.-B. | 14 | 13 | 14,204 | 13,452 |
| 16 | Saskatoon, Sask. | 9 | 8 | 10,537 | 10,622 |
| 17 | Sherbrooke, Qué. | 6 | 6 | 3,513 | 3,614 |
| 18 | St. Catharines-Niagara, Ont. | 35 | 35 | 31,971 | 31,132 |
| 19 | St. John's, Nfld. - T.-N. | 24 | 21 | 20,366 | 17,874 |
| 20 | Sudbury, Ont. | 14 | 14 | 15,169 | 15,042 |
| 21 | Thunder Bay, Ont. | 4 | 4 | 4,202 | 3,868 |
| 22 | Toronto, Ont. | 195 | 191 | 322,530 | 312,639 |
| 23 | Trois-Rivières, Qué. | 12 | 12 | 8,087 | 8,286 |
| 24 | Vancouver, B.C. - C.-B. | 33 | 33 | 61,851 | 68,976 |
| 25 | Victoria, B.C. - C.-B. | 8 | 12 | 10,516 | 16,931 |
| 26 | Windsor, Ont. | 16 | 16 | 24,899 | 22,799 |
| 27 | Winnipeg, Man. | 32 | 16 | 19,082 | 15,307 |
| | Census agglomerations¹ - Agglomérations de recensement¹ | | | | |
| 28 | Population, 25,000 and over - et plus | 344 | 338 | 361,341 | 339,851 |
| 29 | Alma, Qué. | 6 | 5 | 3,546 | 3,179 |
| 30 | Baie Comeau, Qué. | 6 | 7 | 4,871 | 4,959 |
| 31 | Barrie, Ont. | 8 | 7 | 9,299 | 6,813 |
| 32 | Bathurst, N.B. - N.-B. | 5 | 5 | 4,089 | 4,333 |
| 33 | Belleville, Ont. | 14 | 14 | 19,446 | 18,110 |
| 34 | Brandon, Man. | 1 | 1 | x | x |
| 35 | Brantford, Ont. | 7 | 5 | 5,178 | 4,277 |
| 36 | Brockville, Ont. | 3 | 3 | 4,745 | 4,500 |
| 37 | Campbell River, B.C. - C.-B. | 2 | 2 | x | x |
| 38 | Charlottetown, P.E.I. - I.-P.-É. | 6 | 6 | x | x |
| 39 | Chatham, Ont. | 4 | 4 | x | x |
| 40 | Chilliwack, B.C. - C.-B. | 2 | 2 | x | x |
| 41 | Comerbrook, Nfld. - T.-N. | 7 | 7 | 8,311 | 6,878 |
| 42 | Cornwall, Ont. | 6 | 5 | 6,503 | 6,202 |
| 43 | Courtenay, B.C. - C.-B. | 2 | 2 | x | x |
| 44 | Drummondville, Qué. | 5 | 5 | 2,918 | 3,101 |
| 45 | Fort McMurray, Alta. - Alb. | 2 | 2 | x | x |
| 46 | Fredericton, N.B. - N.-B. | 8 | 8 | 7,280 | 7,867 |
| 47 | Granby, Qué. | 4 | 4 | 3,785 | 3,838 |
| 48 | Grand Falls, Nfld. - T.-N. | 7 | 7 | 8,826 | 7,883 |
| 49 | Grande Prairie, Alta. - Alb. | 3 | 3 | x | x |
| 50 | Guelph, Ont. | 8 | 8 | 9,149 | 8,140 |
| 51 | Joliette, Qué. | 7 | 7 | 4,572 | 4,527 |
| 52 | Kamloops, B.C. - C.-B. | 1 | 1 | x | x |
| 53 | Kelowna, B.C. - C.-B. | 5 | 5 | 7,639 | 8,456 |
| 54 | Kingston, Ont. | 13 | 12 | 15,614 | 13,013 |
| 55 | Lethbridge, Alta. - Alb. | 2 | 2 | x | x |

¹ Based on 1986 Census designations - D'après les définitions du recensement de 1986.

Table 36.

Other General Merchandise Chain Stores, by Selected Locality, 1995 and 1996 - Concluded

| No. | | | Stores - Magasins (maximum) | | Sales - Ventes | | Change in sales 1996/1995 Variation des ventes 1996/1995 | | | |
|--|--------------------------------|--|-----------------------------|-------|----------------|-----------|---|-----|--|--|
| | | | 1995 | 1996 | 1995 | 1996 | | | | |
| | | | No. - nbre | | \$'000 | | | | | |
| Census agglomerations¹ - Concluded - Agglomérations de recensement¹ - fin | | | | | | | | | | |
| Population, 25,000 and over - Concluded - Population, 25,000 et plus - fin | | | | | | | | | | |
| 56 | Matsqui, B.C. - C.-B. | | 5 | 5 | 6,064 | 6,247 | 3.0 | | | |
| 57 | Medicine Hat, Alta. - Alb. | | 3 | 3 | 4,252 | 4,361 | 2.6 | | | |
| 58 | Midland, Ont. | | 5 | 4 | 4,806 | 4,871 | 1.4 | | | |
| 59 | Moncton, N.B. - N.-B. | | 16 | 17 | 12,931 | 15,290 | 18.2 | | | |
| 60 | Moose Jaw, Sask. | | 2 | 2 | x | x | x | | | |
| 61 | Nanaimo, B.C. - C.-B. | | 2 | 2 | x | x | x | | | |
| 62 | New Glasgow, N.S. - N.-É. | | 8 | 8 | 8,559 | 7,732 | -9.7 | | | |
| 63 | North Bay, Ont. | | 12 | 12 | x | x | x | | | |
| 64 | Orillia, Ont. | | 4 | 4 | 5,606 | 5,006 | -10.7 | | | |
| 65 | Owen Sound, Ont. | | 4 | 4 | x | x | x | | | |
| 66 | Penticton, B.C. - C.-B. | | 2 | 2 | x | x | x | | | |
| 67 | Peterborough, Ont. | | 10 | 10 | 11,064 | 10,915 | -1.3 | | | |
| 68 | Port Alberni, B.C. - C.-B. | | 3 | 3 | x | x | x | | | |
| 69 | Prince Albert, Sask. | | 2 | 2 | x | x | x | | | |
| 70 | Prince George, B.C. - C.-B. | | 1 | 1 | x | x | x | | | |
| 71 | Red Deer, Alta. - Alb. | | 2 | 2 | x | x | x | | | |
| 72 | Rimouski, Qué. | | 10 | 10 | 6,169 | 6,358 | 3.1 | | | |
| 73 | Rouyn, Qué. | | 3 | 3 | 2,003 | 2,444 | 22.0 | | | |
| 74 | Saint-Hyacinthe, Qué. | | 6 | 6 | 4,174 | 3,658 | -12.4 | | | |
| 75 | Saint-Jean-sur-Richelieu, Qué. | | 6 | 7 | 3,683 | 5,050 | 37.1 | | | |
| 76 | Saint-Jérôme, Qué. | | 4 | 5 | 4,151 | 3,997 | -3.7 | | | |
| 77 | Salaberry-de-Valleyfield, Qué. | | 5 | 5 | 2,603 | 3,731 | 43.3 | | | |
| 78 | Sarnia, Ont. | | 6 | 6 | x | x | x | | | |
| 79 | Sault Ste. Marie, Ont. | | 7 | 7 | 11,548 | 10,823 | -6.3 | | | |
| 80 | Sept-Îles, Qué. | | 3 | 3 | x | x | x | | | |
| 81 | Shawinigan, Qué. | | 9 | 9 | 6,029 | 7,292 | 20.9 | | | |
| 82 | Sorel, Qué. | | 6 | 6 | 3,500 | 3,693 | 5.5 | | | |
| 83 | Stratford, Ont. | | 4 | 3 | x | x | x | | | |
| 84 | Sydney, N.S. - N.-É. | | 16 | 15 | 16,281 | 13,385 | -17.8 | | | |
| 85 | Thetford Mines, Qué. | | 5 | 5 | 2,920 | 3,587 | 22.8 | | | |
| 86 | Timmins, Ont. | | 6 | 5 | 8,870 | 6,848 | -22.8 | | | |
| 87 | Truro, N.S. - N.-É. | | 8 | 8 | 7,118 | 6,638 | -6.7 | | | |
| 88 | Val d'Or, Qué. | | 3 | 3 | x | x | x | | | |
| 89 | Vernon, B.C. - C.-B. | | 3 | 3 | x | x | x | | | |
| 90 | Victoriaville, Qué. | | 3 | 3 | 1,882 | 1,969 | 4.6 | | | |
| 91 | Williams Lake, B.C. - C.-B. | | 3 | 3 | x | x | x | | | |
| 92 | Woodstock, Ont. | | 3 | 3 | x | x | x | | | |
| 93 | All other - Toutes les autres | | | 1,493 | 1,464 | 1,157,318 | 1,193,878 | 3.2 | | |

¹ Based on 1986 Census designations - D'après les définitions du recensement de 1986.

Tableau 36.

Succursales des autres chaînes de magasins de marchandises diverses, selon certaines agglomérations, 1995 et 1996 - fin

Department Stores

Grands magasins

Table 37.

Historical Statistics of Department Stores, Canada, 1979 - 1996

Tableau 37.

Statistiques historiques sur les grands magasins, Canada, 1979 - 1996

| No. | Year Année | Firms Firmes | Stores Magasins | | Sales Ventes | | Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés | Accounts outstanding at year end ¹ Créances actives à la fin de l'année ¹ | Inventory at year end for stores and warehouses Stocks à la fin de l'année pour magasins et entreposés |
|-----|---------------|-----------------|--------------------|---------|------------------------------|--|---|--|---|
| | | | Average Moyenne | Maximum | Total value Valeur totale | Average per store Moyenne par magasin | | | |
| | | | No. - nbre | | \$'000 | | | | |
| 1 | 1979 | 28 | 703 | 713 | 8,652,972 | 12,309 | 1,521,406 | 1,631,999 | 2,202,408 |
| 2 | 1980 | 27 | 735 | 752 | 9,597,256 | 13,057 | 1,725,010 | 1,658,191 | 2,505,521 |
| 3 | 1981 | 26 | 773 | 798 | 10,295,178 | 13,318 | .. | 1,788,145 | 2,844,203 |
| 4 | 1982 | 25 | 790 | 810 | 10,284,895 | 13,019 | .. | 1,755,331 | 2,003,676 |
| 5 | 1983 | 24 | 797 | 809 | 11,001,426 | 13,804 | 1,630,458 | 1,887,032 | 2,086,362 |
| 6 | 1984 | 24 | 802 | 819 | 11,576,014 | 14,434 | 1,706,457 | 2,152,727 | 2,212,156 |
| 7 | 1985 | 18 | 793 | 815 | 12,261,128 | 15,462 | 1,706,267 | 2,396,596 | 2,465,049 |
| 8 | 1986 | 16 | 789 | 807 | 12,902,694 | 16,353 | 2,036,770 | 2,521,548 | 2,806,523 |
| 9 | 1987 | 15 | 819 | 842 | 12,951,527 | 15,814 | 1,982,657 | 2,668,759 | 2,767,744 |
| 10 | 1988 | 14 | 823 | 837 | 13,310,848 | 16,174 | 2,001,794 | 2,954,493 | 2,670,505 |
| 11 | 1989 | 14 | 840 | 860 | 13,985,600 | 16,650 | 1,981,251 | 3,250,429 | 2,865,109 |
| 12 | 1990 | 14 | 876 | 902 | 14,141,308 | 16,143 | 2,022,062 | 3,185,972 | 2,821,508 |
| 13 | 1991 | 11 | 895 | 922 | 12,919,268 | 14,435 | 1,939,362 | 2,862,420 | 3,016,492 |
| 14 | 1992 | 10 | 901 | 922 | 13,133,432 | 14,577 | 1,836,493 | 2,805,367 | 2,814,023 |
| 15 | 1993 | 9 | 895 | 914 | 12,740,827 | 14,236 | 1,988,387 | 3,046,273 | 2,676,979 |
| 16 | 1994 | 7 | 995 | 1,102 | 13,293,126 | 13,360 | 1,989,751 | 3,664,883 | 3,021,849 |
| 17 | 1995 | 6 | 872 | 884 | 13,959,414 | 16,009 | 2,007,847 | 3,187,204 | 3,004,825 |
| 18 | 1996 | 6 | 859 | 877 | 14,481,718 | 16,859 | 2,018,247 | 3,077,137 | 2,840,158 |

Note: Starting in 1982, the inventory represents the total stocks on hand (reported at 'cost price') at the end of the firms' operating periods. Prior to 1982, the inventory was based on the monthly stocks reported at 'selling price' as of December 31.

Nota: Depuis 1982, les stocks représentent l'inventaire en main (déclaré au 'prix coutant') à la fin de l'année d'affaires des entreprises. Avant 1982, ces données provenaient des stocks mensuels déclarés au 'prix de vente' le 31 décembre.

¹ Based on the accounts outstanding reported on the monthly survey for December of each year (see Statistics Canada Catalogue No. 63-002-XPB).

¹ Selon les créances actives déclarées pour l'enquête mensuelle pour décembre de chaque année (consulter le n° 63-002-XPB au catalogue).

Table 38.

Historical Statistics of Department Store Sales, as a Percentage of Total Retail Trade, by Province, 1979 - 1996

Tableau 38.

Statistiques historiques sur les ventes des grands magasins, par rapport à l'ensemble du commerce de détail, selon la province, 1979 - 1996

| No. | Year Année | Canada | Newfoundland | Prince Edward Island | Nova Scotia | New Brunswick | Québec | Ontario | Manitoba | Saskatchewan | Alberta | British Columbia | Colombie- Britannique | |
|------------------------|---------------|--------|--------------|---------------------------|---------------------|-----------------------|--------|---------|----------|--------------|---------|---------------------|--------------------------|--|
| | | | Terre-Neuve | Île-du-Prince- Édouard | Nouvelle- Écosse | Nouveau- Brunswick | | | | | | | | |
| per cent - pourcentage | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | 1979 | 11.2 | 7.7 | 14.5 | 8.5 | 9.2 | 8.2 | 11.4 | 15.7 | 7.5 | 14.9 | 15.4 | | |
| 2 | 1980 | 11.4 | 7.6 | 14.6 | 8.8 | 9.1 | 8.3 | 11.2 | 15.1 | 7.5 | 14.2 | 15.3 | | |
| 3 | 1981 | 10.9 | 7.3 | 14.2 | 8.9 | 9.0 | 8.0 | 10.7 | 14.5 | 7.4 | 13.9 | 15.0 | | |
| 4 | 1982 | 10.5 | 6.9 | 14.6 | 8.9 | 8.9 | 7.6 | 10.2 | 14.0 | 7.4 | 13.7 | 14.6 | | |
| 5 | 1983 | 10.3 | 6.6 | 14.3 | 9.1 | 8.7 | 7.6 | 10.1 | 13.7 | 8.0 | 13.5 | 14.4 | | |
| 6 | 1984 | 9.9 | 6.7 | 13.5 | 8.8 | 8.7 | 7.3 | 9.5 | 13.2 | 8.4 | 12.9 | 13.5 | | |
| 7 | 1985 | 9.5 | 6.6 | 12.6 | 8.5 | 8.2 | 7.2 | 9.1 | 11.8 | 8.1 | 11.8 | 12.8 | | |
| 8 | 1986 | 9.2 | 6.4 | 12.3 | 8.7 | 7.8 | 6.9 | 9.1 | 11.5 | 7.8 | 11.4 | 12.4 | | |
| 9 | 1987 | 8.4 | 5.5 | 12.8 | 8.3 | 7.5 | 6.3 | 8.8 | 10.4 | 7.5 | 10.0 | 10.5 | | |
| 10 | 1988 | 8.0 | 5.2 | 12.6 | 8.0 | 7.3 | 6.1 | 8.6 | 9.6 | 7.2 | 9.2 | 9.6 | | |
| 11 | 1989 | 7.4 | 4.9 | 11.4 | 7.5 | 6.7 | 5.5 | 8.0 | 8.9 | 6.8 | 8.2 | 8.4 | | |
| 12 | 1990 | 7.3 | 5.9 | 10.6 | 7.6 | 6.6 | 5.6 | 8.0 | 9.2 | 7.2 | 7.9 | 8.1 | | |
| 13 | 1991 | 7.1 | 5.4 | 7.2 | 7.4 | 6.3 | 5.4 | 7.9 | 8.5 | 6.9 | 7.7 | 7.9 | | |
| 14 | 1992 | 7.1 | 5.4 | 6.9 | 7.2 | 6.2 | 5.2 | 7.9 | 8.4 | 6.8 | 7.4 | 7.8 | | |
| 15 | 1993 | 6.6 | 5.4 | 6.4 | 7.0 | 6.0 | 4.9 | 7.6 | 8.0 | 6.3 | 6.7 | 6.9 | | |
| 16 | 1994 | 6.4 | 5.9 | 6.3 | 6.9 | 6.7 | 4.8 | 7.3 | 8.0 | 6.3 | 6.5 | 6.4 | | |
| 17 | 1995 | 6.6 | 6.1 | x | 7.2 | 6.8 | 5.1 | 7.5 | 8.1 | 6.6 | 6.8 | x | | |
| 18 | 1996 | 6.7 | 6.3 | x | 6.7 | 6.5 | 5.1 | 7.6 | 7.8 | 6.6 | 6.7 | x | | |

Note: Between 1986 and 1989, British Columbia did not include Yukon and Northwest Territories, however data prior to 1985 and from 1990 include Yukon and Northwest Territories. See Appendix II for explanation of adjustments to the data.

Nota: Entre 1986 et 1989, les données de la Colombie-Britannique ne comprenaient pas le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest, toutefois les données avant 1985 et à partir de 1990 comprennent le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest. Voir l'appendice II pour l'explication des modifications apportées aux données.

Table 39.

Tableau 39.

Department Stores, by Province, 1995 and 1996

Grands magasins, par province, 1995 et 1996

| No. | Province | | 1995 | 1996 | Percentage change |
|-----|--|------------|------------|------------|-------------------|
| | | | | | 1996/1995 |
| | CANADA | | | | |
| 1 | Firms ¹ - Firmes ¹ | No. - nbre | 6 | 6 | |
| 2 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 884 | 877 | |
| 3 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | 13,959,414 | 14,481,718 | 3.7 |
| | Newfoundland - Terre-Neuve: | | | | |
| 4 | Firms - Firmes | No. - nbre | 4 | 4 | |
| 5 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 18 | 18 | |
| 6 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | 213,452 | 218,375 | 2.3 |
| | Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard: | | | | |
| 7 | Firms - Firmes | No. - nbre | 3 | 3 | |
| 8 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 5 | 5 | |
| 9 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | x | x | x |
| | Nova Scotia - Nouvelle-Écosse: | | | | |
| 10 | Firms - Firmes | No. - nbre | 6 | 6 | |
| 11 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 42 | 43 | |
| 12 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | 460,535 | 471,362 | 2.4 |
| | New Brunswick - Nouveau-Brunswick: | | | | |
| 13 | Firms - Firmes | No. - nbre | 5 | 5 | |
| 14 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 30 | 29 | |
| 15 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | 347,685 | 352,800 | 1.5 |
| | Québec: | | | | |
| 16 | Firms - Firmes | No. - nbre | 6 | 6 | |
| 17 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 156 | 153 | |
| 18 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | 2,538,793 | 2,648,693 | 4.3 |
| | Ontario: | | | | |
| 19 | Firms - Firmes | No. - nbre | 6 | 6 | |
| 20 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 352 | 354 | |
| 21 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | 5,863,536 | 6,060,422 | 3.4 |
| | Manitoba: | | | | |
| 22 | Firms - Firmes | No. - nbre | 6 | 6 | |
| 23 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 36 | 36 | |
| 24 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | 592,923 | 614,416 | 3.6 |
| | Saskatchewan: | | | | |
| 25 | Firms - Firmes | No. - nbre | 6 | 6 | |
| 26 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 34 | 34 | |
| 27 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | 436,877 | 464,925 | 6.4 |
| | Alberta: | | | | |
| 28 | Firms - Firmes | No. - nbre | 6 | 6 | |
| 29 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 98 | 95 | |
| 30 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | 1,513,045 | 1,591,003 | 5.2 |
| | British Columbia - Colombie-Britannique: | | | | |
| 31 | Firms - Firmes | No. - nbre | 6 | 6 | |
| 32 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 112 | 109 | |
| 33 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | x | x | x |
| | Yukon and Northwest Territories² - Yukon et Territoires du Nord-Ouest²: | | | | |
| 34 | Firms - Firmes | No. - nbre | 1 | 1 | |
| 35 | Stores (maximum) - Magasins (maximum) | No. - nbre | 1 | 1 | |
| 36 | Sales - Total - Ventes | \$'000 | x | x | x |

¹ The aggregate of the number of firms by province does not add to the Canada total since many firms operate in more than one province and are counted once only at the Canada level.¹ La somme des firmes par province ne correspond pas au total du Canada du fait qu'un grand nombre d'entre elles opèrent dans plus d'une province mais ne sont comptées qu'une fois au niveau national.² See Appendix II. Differences in Historical Data.² Voir Appendice II. Divergences dans les données chronologiques.

Table 40.

**Department Store Outlets, by Annual Sales Volume,
Canada, 1995 and 1996**

| No. | Annual sales volume Volume des ventes annuelles | Stores (maximum) | | Sales | |
|--------------|--|--------------------|--------------|-------------------|--------------|
| | | Magasins (maximum) | | Ventes | |
| | | No. - nbre | % | \$'000 | % |
| 1995: | | | | | |
| 1 | Under - Moins de \$5,000,000 | 63 | 7.1 | 216,467 | 1.6 |
| 2 | \$ 5,000,000 - \$ 9,999,999 | 218 | 24.7 | 1,701,513 | 12.2 |
| 3 | 10,000,000 - 19,999,999 | 389 | 44.0 | 5,407,141 | 38.7 |
| 4 | 20,000,000 - 49,999,999 | 203 | 23.0 | 5,706,885 | 40.9 |
| 5 | 50,000,000 and over - et plus | 11 | 1.2 | 927,409 | 6.6 |
| 6 | Total | 884 | 100.0 | 13,959,414 | 100.0 |
| 1996: | | | | | |
| 7 | Under - Moins de \$5,000,000 | 66 | 7.5 | 219,916 | 1.5 |
| 8 | \$ 5,000,000 - \$ 9,999,999 | 198 | 22.6 | 1,569,542 | 10.8 |
| 9 | 10,000,000 - 19,999,999 | 386 | 44.0 | 5,335,649 | 36.8 |
| 10 | 20,000,000 - 49,999,999 | 215 | 24.5 | 6,360,344 | 43.9 |
| 11 | 50,000,000 and over - et plus | 12 | 1.4 | 996,267 | 6.9 |
| 12 | Total | 877 | 100.0 | 14,481,718 | 100.0 |

Tableau 40.

Points de vente des grands magasins, selon le volume des ventes annuelles, Canada, 1995 et 1996

Table 41.

Department Store Sales, by Department, Canada, 1995 and 1996

Tableau 41.

Ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1995 et 1996

| No. | Department Rayon | Sales Ventes | | Change 1996/1995 Variation 1996/1995 |
|-----|---|-----------------|------------|---|
| | | 1995 | 1996 | |
| | | \$'000 | | |
| 1 | Women's and misses' dresses and uniforms - Robes et uniformes pour dames et jeunes filles | 99,298 | 92,969 | -6.4 |
| 2 | Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles | 137,238 | 129,955 | -5.3 |
| 3 | Women's and misses' casual wear - Vêtements de sport pour dames et jeunes filles | 1,042,699 | 985,130 | -5.5 |
| 4 | Nursery Equipment - Articles de chambres d'enfants | 115,881 | 121,653 | 5.0 |
| 5 | Infants' and children's wear - Vêtements de bébés et d'enfants | 475,145 | 469,426 | -1.2 |
| 6 | Girls' wear - Vêtements de fillettes | 218,580 | 210,097 | -3.9 |
| 7 | Lingerie and Women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames | 248,128 | 238,897 | -3.7 |
| 8 | Intimate apparel - Sous-vêtements | 277,237 | 281,997 | 1.7 |
| 9 | Athletic footwear - Chaussures athlétiques | 146,487 | 145,090 | -0.9 |
| 10 | Women's hosiery - Bas pour dames | 187,964 | 184,926 | -1.6 |
| 11 | Women's accessories - Articles de parure pour dames | 198,726 | 193,003 | -2.9 |
| 12 | Women's, misses', girls' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles, fillettes et enfants | 317,926 | 308,622 | -2.9 |
| 13 | Men's coats, suits and dress pants - Vestons, complets et pantalons de tenue pour hommes | 243,311 | 246,654 | 1.4 |
| 14 | Men's casual wear and furnishings - Vêtements de sport et articles d'habillement pour hommes | 1,016,585 | 1,058,078 | 4.1 |
| 15 | Boy's clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons | 205,916 | 205,481 | -0.2 |
| 16 | Men's and boy's footwear - Chaussures pour hommes et garçons | 172,333 | 178,999 | 3.9 |
| 17 | Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes | 529,582 | 575,229 | 8.6 |
| 18 | Toiletries, cosmetics and pharmaceutical products - Articles de toilette, produits de beauté et pharmaceutiques | 1,237,526 | 1,439,188 | 16.3 |
| 19 | Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques | 102,664 | 98,781 | -3.8 |
| 20 | Sewing supplies, notions and piece goods - Accessoires de couture, mercerie et tissus à la pièce | 162,603 | 170,540 | 4.9 |
| 21 | Linen - Linges de maison | 556,257 | 589,650 | 6.0 |
| 22 | Luggage - Bagages | 53,471 | 56,050 | 4.8 |
| 23 | China, crystal, glassware and silverware - Porcelaine, cristal, verrerie et argenterie | 182,510 | 180,402 | -1.2 |
| 24 | Floor coverings - Revêtements de plancher | 116,058 | 115,353 | -0.6 |
| 25 | Draperies and furniture coverings - Tentures et housses | 118,409 | 110,549 | -6.6 |
| 26 | Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison | 93,712 | 105,264 | 12.3 |
| 27 | Furniture - Meubles | 435,022 | 428,754 | -1.4 |
| 28 | Major appliances - Gros appareils ménagers | 451,260 | 472,061 | 4.6 |
| 29 | Home entertainment equipment (T.V., stereo, VCR, etc.) - Matériel de détente au foyer (téléviseur, stéréo, magnétoscope, etc.) | 731,743 | 782,110 | 6.9 |
| 30 | Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques | 668,464 | 736,803 | 10.2 |
| 31 | Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc. | 430,427 | 446,714 | 3.8 |
| 32 | Plumbing, heating and building materials ^{1,10} - Matériel de plomberie, chauffage et construction ^{1,10} | ... | ... | ... |
| 33 | Jewellery - Bijouterie | 269,464 | 277,140 | 2.8 |
| 34 | Toys and games - Jouets et jeux | 580,817 | 627,843 | 8.1 |
| 35 | Sports equipment and athletic apparel - Équipements de sport et vêtements athlétiques | 314,723 | 329,940 | 4.8 |
| 36 | Stationery, books and office equipment - Papeterie, livres et matériel de bureau | 378,628 | 394,513 | 4.2 |
| 37 | Gasoline, oil, auto repairs, accessories and supplies - Essence, huile, réparation d'automobile, accessoires et fournitures | 206,724 | 214,186 | 3.6 |
| 38 | Meals and lunches - Repas et casse-croûtes | 231,283 | 225,643 | -2.4 |
| 39 | Repairs, installation and services (labour and parts) - Service, installation et travaux de réparation (main - d'œuvre et pièces) | 279,053 | 285,244 | 2.2 |
| 40 | All other departments (includes gifts and seasonal) ^{1,10} - Tous les autres rayons (inclus cadeaux et articles saisonniers) ^{1,10} | 725,560 | 768,784 | 6.0 |
| 41 | All Departments - Total - Tous les rayons | 13,959,414 | 14,481,718 | 3.7 |

See footnotes at end of tables

Voir notes à la fin des tableaux

Table 42(a).

Department Stores, Floor Area Accessible to the Public (square metres), Canada, 1994 - 1996¹

| No. | Type of department store Genre de grand magasin | Firms | Number of locations | Total sales | Floor area | Median sales per square metre | Percentage change median sales per square metre |
|-------|--|--------|---------------------------|----------------|----------------|---------------------------------|--|
| | | Firmes | Nombre de points de vente | Ventes totales | Superficie | Ventes médianes par mètre carré | Variation en pourcentage ventes médianes par mètre carré |
| | | | No. - nbre | \$'000 | m ² | \$ | % |
| 1994: | | | | | | | |
| 1 | All locations - Total - Ensemble des points de vente | 7 | 978 | 13,172,899 | 7,498,825 | 1,868 | 0.4 |
| 1995: | | | | | | | |
| 2 | All locations - Total - Ensemble des points de vente | 6 | 873 | 13,828,141 | 6,721,812 | 2,033 | 8.8 |
| 1996: | | | | | | | |
| 3 | All locations - Total - Ensemble des points de vente | 6 | 872 | 14,407,492 | 6,727,626 | 2,016 | -0.8 |

Table 42(b).

Department Stores, Floor Area Accessible to the Public (square feet), Canada, 1994 - 1996¹

| No. | Type of department store Genre de grand magasin | Firms | Number of locations | Total sales | Floor area | Median sales per square foot | Percentage change median sales per square foot |
|-------|--|--------|---------------------------|----------------|-----------------------------------|--------------------------------|---|
| | | Firmes | Nombre de points de vente | Ventes totales | Superficie | Ventes médianes par pied carré | Variation en pourcentage ventes médianes par pied carré |
| | | | No. - nbre | \$'000 | ft ² - pi ² | \$ | % |
| 1994: | | | | | | | |
| 1 | All locations - Total - Ensemble des points de vente | 7 | 978 | 13,172,899 | 80,632,527 | 174 | 0.6 |
| 1995: | | | | | | | |
| 2 | All locations - Total - Ensemble des points de vente | 6 | 873 | 13,828,141 | 72,277,552 | 189 | 8.6 |
| 1996: | | | | | | | |
| 3 | All locations - Total - Ensemble des points de vente | 6 | 872 | 14,407,492 | 72,340,065 | 187 | -1.1 |

¹ Excludes those outlets opened for only part of the year and locations of firms which did not report floor area data.

¹ N'enlève pas les magasins exploités une partie de l'année seulement, ni ceux appartenant à des entreprises qui n'ont pas déclaré de chiffres sur la superficie.

Tableau 42(a).

Grands magasins, selon la superficie accessible au public (mètres carrés), Canada, 1994 - 1996¹

| No. | Type of department store Genre de grand magasin | Firms | Number of locations | Total sales | Floor area | Median sales per square metre | Percentage change median sales per square metre |
|-------|--|--------|---------------------------|----------------|----------------|---------------------------------|--|
| | | Firmes | Nombre de points de vente | Ventes totales | Superficie | Ventes médianes par mètre carré | Variation en pourcentage ventes médianes par mètre carré |
| | | | No. - nbre | \$'000 | m ² | \$ | % |
| 1994: | | | | | | | |
| 1 | All locations - Total - Ensemble des points de vente | 7 | 978 | 13,172,899 | 7,498,825 | 1,868 | 0.4 |
| 1995: | | | | | | | |
| 2 | All locations - Total - Ensemble des points de vente | 6 | 873 | 13,828,141 | 6,721,812 | 2,033 | 8.8 |
| 1996: | | | | | | | |
| 3 | All locations - Total - Ensemble des points de vente | 6 | 872 | 14,407,492 | 6,727,626 | 2,016 | -0.8 |

Tableau 42(b).

Grands magasins, selon la superficie accessible au public (pieds carrés), Canada, 1994 - 1996¹

| No. | Type of department store Genre de grand magasin | Firms | Number of locations | Total sales | Floor area | Median sales per square foot | Percentage change median sales per square foot |
|-------|--|--------|---------------------------|----------------|-----------------------------------|--------------------------------|---|
| | | Firmes | Nombre de points de vente | Ventes totales | Superficie | Ventes médianes par pied carré | Variation en pourcentage ventes médianes par pied carré |
| | | | No. - nbre | \$'000 | ft ² - pi ² | \$ | % |
| 1994: | | | | | | | |
| 1 | All locations - Total - Ensemble des points de vente | 7 | 978 | 13,172,899 | 80,632,527 | 174 | 0.6 |
| 1995: | | | | | | | |
| 2 | All locations - Total - Ensemble des points de vente | 6 | 873 | 13,828,141 | 72,277,552 | 189 | 8.6 |
| 1996: | | | | | | | |
| 3 | All locations - Total - Ensemble des points de vente | 6 | 872 | 14,407,492 | 72,340,065 | 187 | -1.1 |

Table 43.

**Department Store Outlets, by Selected Locality,
1995 and 1996**

Tableau 43.

**Points de vente des grands magasins, selon certaines
agglomérations, 1995 et 1996**

| No. | | Stores - Magasins (maximum) | | Sales - Ventes | | Change in sales 1996/1995 |
|-----|---|--------------------------------|------|----------------|------------|---------------------------------|
| | | 1995 | 1996 | 1995 | 1996 | |
| | | No. - nbre | | \$'000 | % | |
| 1 | CANADA | 884 | 877 | 13,959,414 | 14,481,718 | 3.7 |
| 2 | Census metropolitan areas ¹ - Régions métropolitaines de recensement ¹ | 541 | 531 | 9,954,252 | 10,026,484 | 0.7 |
| 3 | Calgary, Alta. - Alb. | 28 | 28 | 561,066 | 590,617 | 5.3 |
| 4 | Chicoutimi-Jonquière, Qué. | 5 | 5 | 75,905 | 83,062 | 9.4 |
| 5 | Edmonton, Alta. - Alb. | 38 | 36 | 593,878 | 616,433 | 3.8 |
| 6 | Halifax, N.S. - N.-É. | 17 | 16 | 228,420 | 212,775 | -6.8 |
| 7 | Hamilton, Ont. | 24 | 23 | 377,245 | 372,437 | -1.3 |
| 8 | Kitchener, Ont. | 14 | 14 | 204,902 | 199,347 | -2.7 |
| 9 | London, Ont. | 20 | 19 | 282,116 | 274,311 | -2.8 |
| 10 | Montréal, Qué. | 67 | 67 | 1,389,088 | 1,449,409 | 4.3 |
| 11 | Oshawa, Ont. | 9 | 9 | 180,946 | 177,850 | -1.7 |
| 12 | Ottawa-Hull, Ont., Qué. | 30 | 30 | 555,188 | 525,972 | -5.3 |
| 13 | Québec, Qué. | 18 | 15 | 292,864 | 275,047 | -6.1 |
| 14 | Regina, Sask. | 8 | 8 | 137,477 | 145,910 | 6.1 |
| 15 | Saint John, N.B. - N.-B. | 7 | 7 | 86,839 | 87,620 | 0.9 |
| 16 | Saskatoon, Sask. | 9 | 9 | 150,731 | 162,123 | 7.6 |
| 17 | Sherbrooke, Qué. | 5 | 5 | 85,555 | 89,746 | 4.9 |
| 18 | St. Catharines-Niagara, Ont. | 16 | 16 | 217,076 | 211,150 | -2.7 |
| 19 | St. John's, Nfld. - T.-N. | 7 | 7 | 118,429 | 112,801 | -4.8 |
| 20 | Sudbury, Ont. | 6 | 6 | 122,698 | 124,917 | 1.8 |
| 21 | Thunder Bay, Ont. | 5 | 5 | 70,238 | 64,440 | -8.3 |
| 22 | Toronto, Ont. | 110 | 108 | 2,219,218 | 2,204,805 | -0.6 |
| 23 | Trois-Rivières, Qué. | 4 | 4 | 73,605 | 80,069 | 8.8 |
| 24 | Vancouver, B.C. - C.-B. | 46 | 46 | 992,399 | 1,021,083 | 2.9 |
| 25 | Victoria, B.C. - C.-B. | 10 | 10 | 227,991 | 230,082 | 0.9 |
| 26 | Windsor, Ont. | 9 | 9 | 200,567 | 191,416 | -4.6 |
| 27 | Winnipeg, Man. | 29 | 29 | 509,809 | 523,062 | 2.6 |

¹ Based on 1986 Census designations - D'après les définitions du recensement de 1986.

Footnotes

- (1) *Includes: fruit and vegetable stores; other specialty food stores not elsewhere classified.*
- (2) *Includes: pharmacies, patent medicine and toiletries stores.*
- (3) *Includes: appliance, television, radio and stereo stores.*
- (4) *Includes: appliance, television, radio and stereo repair shops; other household furnishings stores not elsewhere classified.*
- (5) *Includes: paint and body repair shops; muffler replacement shops; motor vehicle glass replacement shops; other motor vehicle repair shops; other motor vehicle services not elsewhere classified.*
- (6) *Includes: sporting goods stores; bicycle shops.*
- (7) *Includes: lawn and garden centres; musical instrument stores; art galleries and artists' supply stores; monument and tombstone dealers; mobile home dealers; other retail stores not elsewhere classified.*
- (8) *Excludes those outlets opened for only part of the year and locations of firms which did not report floor area data.*
- (9) *Includes: all food stores except supermarkets and grocery stores.*
- (10) *Beginning with the 1993 survey year, sales for pluming, heating and building materials (department number 32) are included in 'All other departments' (department number 40).*

Notes

- (1) *Comprend: les magasins de fruits et légumes; les autres magasins d'alimentation spécialisés, non classés ailleurs.*
- (2) *Comprend: les pharmacies; les magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette.*
- (3) *Comprend: les magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques.*
- (4) *Comprend: les ateliers de réparation de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques; les autres magasins d'accessoires d'ameublement non classés ailleurs.*
- (5) *Comprend: les ateliers de peinture et de carrosserie; les ateliers de remplacement de silencieux; les ateliers de remplacement de vitres pour véhicules automobiles; les autres ateliers de réparation de véhicules automobiles; les autres services pour véhicules automobiles non classés ailleurs.*
- (6) *Comprend: les magasins d'articles de sport; les magasins de bicyclettes.*
- (7) *Comprend: les centres de jardinage; les magasins d'instruments de musique; les galeries d'art et les magasins de fournitures pour artistes; les magasins de monuments funéraires et pierres tombales; les marchands de maisons mobiles; les autres magasins de vente au détail non classés ailleurs.*
- (8) *N'englobe pas les magasins exploités une partie de l'année seulement, ni ceux appartenant à des entreprises qui n'ont pas déclaré de chiffres sur la superficie.*
- (9) *Comprend: tous les magasins d'alimentation sauf les supermarchés et les épiceries*
- (10) *À partir de la période de référence 1993, les ventes pour le rayon 'matériel de plomberie, chauffage et construction' (rayon 32) sont reportées dans 'tous les autres rayons' (rayon 40).*

Appendix I

DEFINITIONS

"**Retail trade**" is defined as the aggregate sales made through retail locations (outlets).

A "**retail chain**" is defined as an organization operating four or more retail outlets in the same industry class under the same legal ownership at any time during the survey year.

A "**retail location**", is a business outlet (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public for household or personal consumption. Included in this definition are retail locations operated by non-retailing businesses, i.e., retail locations operated by businesses whose principal activity is manufacturing, wholesaling, government, construction, etc.

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

The only exception is "**department store**" organizations which are treated statistically with retail chains even though they may fail to meet the criterion of four or more retail stores. Any firm not meeting the above definition is automatically classified as an "**independent**." Franchised stores and voluntary group stores are therefore considered as independent unless they meet all the conditions of the chain definition.

Sales: This refers to the total sales of merchandise and receipts from repairs, equipment rental, restaurants and other services, less returns, adjustments and discounts.

Appendice I

DÉFINITIONS

"**Commerce de détail**" signifie l'ensemble des ventes faites par des points de vente au détail.

On définit comme "**magasins à succursales**" appelé aussi "**chaînes de magasins de détail**" toute entreprise qui exploite au moins quatre points de vente appartenant à une même classe industrielle et sous une même appartenance juridique, à un moment donné de l'année d'enquête.

Un "**point de vente au détail**", est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle. Cette définition englobe les points de vente au détail exploités par des entreprises autres que des magasins de détail, c'est-à-dire par des entreprises dont l'activité principale est la fabrication, le commerce de gros, l'administration publique, la construction, etc.

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.

Les entreprises de "**grands magasins**" constituent la seule exception, car elles sont considérées du point de vue statistique comme des chaînes de magasins de détail, même si elles n'exploitent pas quatre points de vente. Toute entreprise dont le schéma de structure ne concorde pas avec la définition ci-dessus est classée automatiquement dans la catégorie des "**entreprises indépendantes**". Par conséquent, les magasins des concessions et des groupements volontaires sont considérés comme des magasins indépendants, à moins qu'ils ne répondent à toutes les conditions mentionnées dans la définition d'un magasin à succursales

Ventes: Il s'agit du total des ventes de marchandises et des recettes provenant de réparations, de la location de matériel, de la vente de repas et d'autres services, moins les rendus, les

Trade-in allowances are not deducted. Commissions earned from the sale of goods owned by others and proprietors' withdrawals of goods (at the retail level) for personal use are included. Non-trading revenues, bad debts recovered and direct sales taxes are excluded.

Retail trade estimates exclude sales from any form of direct selling which bypasses the retail store, for example, house-to-house canvassing, sales of newspapers or magazines made directly by printers or publishers, sales by book and record clubs and sales through automatic vending machines. The only exception to the direct selling exclusion is the catalogue sales activity of department store organizations which is classified to the "general merchandise stores" industry class.¹

For retail trade estimates the sales of concessions located in department store outlets are regarded as part of the overall business of the department store outlet in which they are located. However, sales of an associated 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.

Stocks: This is the value of goods held for resale in stores and in warehouses including inventory in transit in Canada or on consignment to others in Canada. Excluded are goods consigned by others, store and office supplies and any other supplies not to be sold. Inventory data can be reported at cost price, market price (current replacement cost), lower of cost or market price, or selling price.

Purchases: This value is total net purchases (gross value less returns, adjustments and discounts) at delivered price including freight, insurance and other related costs. It is the cost of new and used goods purchased for resale including appraisal value of goods taken in trade.

Cost of goods sold: This value is obtained by calculating: opening inventory + total purchases - closing inventory.

Gross profit: This value is obtained by calculating: total sales - cost of goods sold.

ajustements et les rabais. La valeur des reprises n'est pas déduite. Les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel sont comptées. Les recettes hors exploitation, les rentrées sur créances radiées et les taxes de vente directes sont exclues.

Les estimations relatives au commerce de détail ne prennent pas en compte les ventes directes, c'est-à-dire les ventes qui ne sont pas faites par l'intermédiaire d'un point de vente au détail, par exemple, les ventes directes par démarchage, les ventes de journaux ou de revues faites directement par les imprimeurs ou éditeurs, les ventes faites par les cercles du livre et les clubs de disques et les ventes par distributeurs automatiques. Il n'y a qu'une exception: les ventes par les entreprises des grands magasins faites par catalogue, qui sont classées dans la classe industrielle "magasins de marchandises diverses".¹

Aux fins des estimations du commerce de détail, on considère les affaires réalisées par les concessions situées à l'intérieur d'un grand magasin comme faisant partie de l'ensemble des affaires du magasin qui les abrite. Toutefois, dans le cas d'un rayon (ou d'un magasin) d'alimentation, on inclus les ventes que si le rayon où le magasin fait partie intégrante du grand magasin et n'est pas présenté au public sous une appellation quelconque qui diffère de celle du grand magasin auquel il est rattaché.

Stocks: C'est la valeur des marchandises détenues pour la revente dans les magasins et les entrepôts, y compris les stocks en transit au Canada ou en consignation au Canada. On ne compte cependant pas les marchandises détenues en consignation, ni les fournitures de magasin et de bureau, ni les autres fournitures non destinées pour la revente. Les données sur les stocks peuvent être déclarées au prix coûtant, au prix du marché (au coût courant de remplacement), plus bas que le prix coûtant ou du marché et au prix de vente.

Achats: Il s'agit du montant net des achats (leur valeur brute, diminuée des rendus, des ajustements et des rabais) livrés au magasin, y compris les frais de transport et d'assurance et les autres frais connexes. Autrement dit, c'est le coût des marchandises neuves ou d'occasion achetées en vue de leur vente, y compris la valeur estimative des reprises.

Prix de revient: On obtient cette donnée en calculant: les stocks d'ouverture + les achats totaux - les stocks de fermeture.

Profit brut: On obtient cette donnée en calculant: les ventes totales - le prix de revient.

¹ The catalogue sales business of department stores should not be confused with the sales made through outlets of chains operating catalogue sales showrooms which are classified to the "all other retail stores" industry class.

¹ Les ventes par catalogue des grands magasins ne doivent pas être confondues avec les ventes faites dans les points de vente des magasins à succursales exploitant des salles d'exposition de ventes par catalogue, qui appartiennent plutôt à la classe industrielle "tous les autres magasins de détail".

The average values are derived from the summation of cost of goods sold and gross profit percentages of sales for each organization, divided by the number of organizations. The median values are the mid-points of the two series. Prior to 1979, cost of goods sold and gross profit percentages were derived by using industry class totals over all organizations and thus are not strictly comparable with data for subsequent years.

Salaries and wages: This refers to the total payroll for the year for all employees (including head office and warehouse personnel), before deductions for income tax, unemployment insurance, employee social security contributions, etc.. Salaries of working proprietors of unincorporated businesses are not included, but for incorporated businesses, salaries of working executives are included.

Accounts outstanding: This value is the aggregate amount owing on all charge, installment or open credit accounts at the end of the year. The totals do not include accounts written off, accounts sold to financial institutions, or unearned income from financial charges.

Type of operation: Chain store organizations are stratified into local, provincial and national chains. Local chains operate within one city or locality. Provincial chains operate stores in more than one locality but within one province. National chains operate stores in more than one province.

Number of stores: The average number of stores is obtained by averaging the number of stores in operation at the beginning, the mid-point and at the end of the financial year of chain organizations. The maximum number of stores is the total number of stores in operation during the year, regardless of whether they operated all or part of the year.

Physical store size: This is defined as the gross floor area of the premises which is usually accessible to the public.

Average sales per square metre (foot): This value is derived from the sum of the average sales per square metre (foot) for each reporting location divided by the number of reporting locations.

Census Metropolitan Area (C.M.A.): This is the main labour market area of an urbanized core having 100,000 or more population. The core is the central, continuously built-up area of an urban centre. C.M.A.'s are created by Statistics Canada, and are usually known by the name of their largest city. C.M.A.'s contain whole census subdivisions, C.M.A.'s are comprised of municipalities

Les valeurs moyennes sont obtenues en faisant la somme des pourcentages que représentaient le coût des marchandises vendues et le profit brut de chaque entreprise, et en les divisant par le nombre d'entreprises. Les valeurs médianes représentent les points centraux des deux séries. Avant 1979, les pourcentages du coût des marchandises vendues et du profit brut ont été calculés par la somme des classes industrielles pour l'ensemble des entreprises; par conséquent, ils ne sont pas tout à fait comparables aux données des années subséquentes.

Traitements et salaires: C'est la rémunération globale de tous les employés (y compris les employés du siège social et des entrepôts) pour l'année, avant les déductions des impôts sur le revenu, de la prime d'assurance-chômage, des charges sociales de l'employé, etc.. Les traitements des propriétaires actifs pour les entreprises non-constituées en société par actions ne sont pas inclus, par contre, pour les entreprises constituées, les traitements des cadres actifs sont inclus.

Créances actives: C'est le total des sommes dues au titre des achats à crédit ou à tempérément à la fin de l'année. N'y figurent pas les créances radiées, les créances vendues à des institutions financières, ni les revenus non gagnés provenant des frais de financement.

Genre d'exploitation: On distingue, pour les entreprises de magasins à succursales, les chaînes locales, provinciales et nationales. Par chaînes locales, on entend celles dont l'activité s'exerce à l'intérieur d'une ville ou d'une localité. Les chaînes provinciales exploitent des magasins dans plusieurs localités, mais à l'intérieur d'une même province. Les chaînes nationales exploitent des magasins dans plus d'une province.

Nombre de magasins: Pour obtenir le nombre moyen de magasins, on fait la moyenne des magasins en exploitation au début, au milieu et à la fin de l'exercice financier des entreprises de magasins à succursales. Le nombre maximal de magasins est le nombre total des magasins en exploitation durant l'année, qu'ils aient été exploités pendant toute l'année ou une partie de l'année seulement.

Taille du magasin: La taille d'un point de vente se définit comme la superficie brute des locaux qui est habituellement accessible au public.

Ventes moyennes par mètre (pied) carré: On calcule cette variable en additionnant les ventes moyennes par mètre (pied) carré de chaque local d'affaires enquêté et en divisant la somme par le nombre de locaux déclarants.

Région métropolitaine de recensement (R.M.R.): C'est le principal marché du travail d'un noyau urbanisé comptant 100,000 habitants ou plus. Le noyau est la zone bâtie en continu d'un centre urbain. Les R.M.R. sont créées par Statistique Canada et sont ordinairement désignées par le nom de la ville principale. Elles renferment des subdivisions de recensement complètes. Les R.M.R. comprennent les municipalités qui se trouvent en totalité

completely or partly inside the urbanized core, and other municipalities, if at least 50% of the employed labour force living in the municipality works in the urbanized core, or at least 25% of the employed labour force working in the municipality lives in the urbanized core.

Census Agglomeration (C.A.): This is defined in the same manner as a C.M.A. except that the urbanized core population is between 10,000 and 99,999. This procedure represents a major change from the 1971 and 1976 methods of definition and has resulted in substantial changes in C.A.'s and their boundaries. Thirty-five urban centres have become C.A.'s, and nine 1981 C.A.'s have been dropped for 1986. The application of the new definition has often resulted in a substantial expansion in the geographical areas of Census Agglomerations.

ou en partie à l'intérieur du noyau urbanisé ainsi que d'autres municipalités, si au moins 50% de la population active occupée demeurant dans la municipalité travaille dans le noyau urbanisé, ou si au moins 25% de la population active occupée travaillant dans la municipalité demeure dans le noyau urbanisé.

Agglomération de recensement (A.R.): La définition répond aux mêmes critères qu'une R.M.R. sauf que la population du noyau urbanisé varie de 10,000 à 99,999 habitants. Cette définition diffère considérablement de celles de 1971 et 1976 et a entraîné naturellement une modification majeure des A.R. et de leurs limites. Trente-cinq centres urbains sont devenus des A.R. et neuf A.R. de 1981 ont été supprimées dans la classification de 1986. L'application de cette nouvelle définition a entraîné souvent une expansion considérable du territoire des agglomérations de recensement.

Appendix II

DATA QUALITY AND METHODOLOGY

The Annual Chain and Department Store Survey covers all known retail chains and department stores operating in Canada (at any time during the survey year) with total sales above a certain threshold. These thresholds may vary from province to province.

The business register or **Central Frame Data Base** (CFDB) contains the survey universe for the Annual Chain and Department Store Survey. The CFDB was developed as a common central frame for all business surveys, in order to provide standardized concepts and generalized methodology and systems. The overall quality of business and economic data are improved because of greater consistency, more accurate administrative data and greater co-ordination of systems and procedures. Ultimately, all Statistics Canada business surveys will be redeveloped to operate within this new environment.

All attempts have been made to minimize non-sampling errors. The questionnaires used in the survey have been carefully designed to minimize different interpretations; detailed acceptance testing has been carried out for the different stages of editing and processing. Historically, the data have rarely contained a serious error.

When data for the current reference year are compiled, revisions are also made to the survey data relating to the previous reference year. The revisions mainly stem from errors detected in previous year's data when year-to-year comparisons are made during the processing of current year's data. Historically, such revisions made to the previous reference year's data have not generally had any significant impact on previously published estimates.

Business organizations are first classified to the retail sector on the basis of "census value added" which is defined in retail trade as the difference between sales and the purchase price of the goods sold in a particular period. Companies that fall into the retail sector are then further classified to categories of business (using the four digit Standard Industrial Classification code) on the basis of "major activity".¹

¹ For additional information, see *Standard Industrial Classification Manual*, Catalogue No. 12-501-XPE, pages 203-220.

Appendice II

QUALITÉ DES DONNÉES ET MÉTHODOLOGIE

L'enquête annuelle sur les magasins à succursales et les grands magasins fournit une couverture complète de toutes les entreprises de magasins à succursales et de grands magasins connus qui exercent une activité au Canada à un moment donné pendant l'année d'enquête et qui déclarent des ventes totales au-dessus de différents seuils provinciaux pré-déterminés.

Le registre des entreprises ou **Base de données du registre central** (BDRC) représente l'univers de l'enquête annuelle sur les magasins à succursales et les grands magasins. La BDRC a été conçue afin de servir de base de sondage centrale pour toutes les enquêtes-entreprises, ce qui permet de normaliser les concepts et de généraliser les méthodes et les systèmes. La qualité d'ensemble des données commerciales et économiques est ainsi améliorée: on obtient une plus grande cohérence, des données administratives plus exactes et une meilleure coordination des systèmes et des procédures. Un jour, toutes les enquêtes-entreprises de Statistique Canada seront remaniées et s'intégreront à ce nouveau cadre.

Tout a été mis en oeuvre afin de minimiser les erreurs non liées à l'échantillonnage. Ainsi, les questionnaires ont été conçus avec soin afin de réduire au minimum le nombre d'interprétations éventuelles; les diverses étapes de vérification et de traitement ont fait l'objet de contrôles d'acceptation détaillés. Il est rare que les données renferment de graves erreurs.

Pendant la compilation des données de la période référence, les données de la période précédente peuvent être aussi révisées. Ces révisions sont apportées à causes des erreurs détectées lors de l'analyse comparative des données de la période de référence à la période précédente. Par le passé, les révisions apportées aux données de la période précédente n'avaient pas d'impact significatif sur les estimées qui ont été publiées antérieurement.

Les entreprises sont d'abord classées dans le secteur du commerce de détail d'après la "valeur ajoutée recensée", qui représente dans ce secteur la différence entre le prix de vente et le prix d'achat des biens vendus pendant une période déterminée et qui déclarent des ventes totales au-dessus de différents seuils provinciaux pré-déterminés. Les sociétés qui appartiennent au commerce de détail sont ensuite classées dans des catégories d'activité (code à quatre chiffres de la Classification des activités économiques) d'après leur "principale activité".¹

¹ Pour de plus amples renseignements, consulter le manuel de la *Classification des activités économiques*, n° 12-501-XPF au catalogue, pages 213-231.

Each retail location is classified to its own industry class. Some chain organizations operate in several distinct industry classes, each meeting the chain definition of four or more stores. Each such chain is allocated to its own industry classification.

Sales of concessions in department store outlets, whether parts of retail chains or independent concessionaires, are reported as part of the host department store sales data. Thus to avoid duplication in total retail trade data, concession sales which have taken place within department stores are excluded from the chain store totals. This methodology results in some understatement in the net sales and receipts data of the chain store sector.

REPORTING PERIOD

Respondents to the surveys were asked to report for the fiscal year 1996-97.

DATA COLLECTION

Data collection, data capture, preliminary edit and follow-up of non-respondents are all performed in Statistics Canada's national and regional offices. Companies are contacted by mail or telephone. Data capture and preliminary editing are performed simultaneously to ensure the validity of the data. Respondents from whom no response has been received or whose data may contain errors are contacted immediately for a follow up.

STATISTICAL EDIT AND IMPUTATION

Data is analysed within each trade group and geographic region. Extreme values are listed for manual inspections in an order of priority determined by the magnitude of the deviation from average behaviour.

Data for non-responding firms and incomplete questionnaires are estimated using the following sources: monthly retail trade survey; administrative records; previous year data; and other sources.

Chaque point de vente au détail est classé dans sa propre classe industrielle. Comme un certain nombre d'entreprises exercent une activité dans plusieurs classes industrielles distinctes et y exploitent dans chaque cas au moins quatre magasins, chaque entreprise à succursales ainsi créée doit être classée à sa propre classe industrielle.

Les ventes des concessions dans les grands magasins, qu'il s'agisse de concessions dépendants de chaînes ou de concessionnaires indépendants, sont maintenant comprises avec les données sur les ventes des grands magasins concessionnaires. En conséquence, afin d'éviter le double compte des données sur le commerce total de détail, les ventes des concessions qui ont été effectuées dans des grands magasins sont exclues du total des ventes des magasins à succursales. Cette méthode entraîne une certaine sous-estimation des chiffres de ventes et recettes nettes du secteur des magasins à succursales.

PÉRIODE DE DÉCLARATION

On a demandé aux répondants de cette enquête de déclarer pour l'année fiscale 1996-97.

COLLECTE DES DONNÉES

La collecte des données, la saisie des données, la vérification préliminaire et le suivi des non-répondants sont accomplis par les bureaux national et régionaux de Statistique Canada. On communique avec les entreprises par la poste ou par téléphone. La saisie des données et la vérification préliminaire sont effectuées en même temps afin de garantir la validité des données. On fait immédiatement le suivi pour les non-répondants ou pour ceux dont les données contiennent des erreurs.

VÉRIFICATION STATISTIQUE ET IMPUTATION

Les données sont analysées à l'intérieur de chaque groupe de commerce et région géographique. Les valeurs extrêmes sont inscrites sur une liste, pour qu'on puisse en faire un contrôle manuel, suivant un ordre de priorité en fonction de l'ampleur de l'écart par rapport à la moyenne.

Diverses méthodes d'imputation sont utilisées pour estimer les enregistrements des entreprises n'ayant pas répondu à temps ou dont les données sont incomplètes. On peut notamment utiliser l'enquête mensuelle sur le commerce de détail; les données administratives; les ventes de l'année précédente; ou autres sources d'information.

DIFFERENCES IN HISTORICAL DATA

Please note that some data on retail chains, department stores and total retail trade may differ from data reported earlier in other publications of Statistics Canada. For example, the retail trade figures shown in Text Table I and tables 37 and 38 have been adjusted, wherever possible, to create a more homogeneous series.

From 1986 to 1989, department stores in the **Yukon and Northwest Territories** were reclassified as general merchandise chain stores.

DIVERGENCES DANS LES DONNÉES CHRONOLOGIQUES

Veuillez prendre note qu'une partie des données sur les succursalistes, les grands magasins et le total du commerce de détail peut différer de celles présentées antérieurement dans d'autres publications de Statistique Canada. En effet, les chiffres sur le commerce de détail présentés dans le tableau explicatif I et les tableaux 37 et 38 ont été ajustés, dans la mesure du possible, afin de créer une série homogène.

De 1986 à 1989, les grands magasins opérant au **Yukon et dans les Territoires du Nord-Ouest** ont été reclassés comme magasins de marchandises diverses.

Appendix III

DATA RELIABILITY

The Annual Retail Chain and Department Store Survey is a complete enumeration of all chain and department store locations as reported by the organizations listed on the back pages of this publication. The survey can be considered as a complete census of the population under consideration and therefore not subject to sampling error; however, even under a census situation, with a complete enumeration each year of all known chain and department store locations, errors in published data can occur. These errors, called non-sampling errors, are present whether a sample or a complete census of the population is taken and can be attributed to one or more of the following sources:

Coverage error. This error results from incomplete listing and inadequate coverage of the population of interest.

Data response error. This error may be due to questionnaire design and the characteristics of the questions, inability or unwillingness of the respondent to provide correct information or misinterpretation of the questions because of definitional difficulties and different tendencies of interviewers in explaining questions or interpreting responses.

Non-response error. Some respondents may refuse to answer questions, some are unable to respond, while others may be too late in responding. Data for non-responding units can be imputed using data from responding units. The extent or error due to imputation is usually unknown and is very much dependent on any characteristic differences between the respondent group and the non-respondent group in the survey. This error generally increases with increases in the non-response rate. Attempts are made to obtain as high a response rate as possible.

Processing error. These are the errors that may occur at various stages of processing the data such as coding, data entry, verification, editing, weighting, tabulation, etc.

Users attempting to make comparisons between sales data published in this publication and data published in previous years must take into account the following factors: the emergence and disappearance of chain store organizations; increases and decreases in the number of stores operated; price changes. In addition, when making comparisons between the sales data published in this report and the data published in the monthly Retail Trade

Appendice III

FIABILITÉ DES DONNÉES

L'enquête annuelle sur les magasins à succursales et les grands magasins porte sur tous les points de vente des entreprises de magasins à succursales et des grands magasins énumérées à la fin du présent bulletin. Étant donné qu'elle peut être considérée comme un recensement exhaustif de la population observée, elle ne risque pas de comporter des erreurs d'échantillonnage. Par contre, même les données publiées d'un recensement qui dénombre intégralement à chaque année l'ensemble des points de vente connus des magasins à succursales et des grands magasins peuvent être entachées d'erreurs. Celles-ci, dites non liées à l'échantillonnage, se retrouvent tant dans les recensements que dans les enquêtes par échantillonnage. Elles sont dues à un ou plusieurs facteurs parmi les suivants:

Le champ de l'enquête. L'erreur résulte d'un listage incomplet et d'une couverture insuffisante de la population visée.

La réponse. Ici, l'erreur peut être attribuable à la conception du questionnaire et aux caractéristiques des questions, à l'incapacité ou au refus de l'enquêté de fournir des renseignements exacts ou à l'interprétation fautive des questions due à des problèmes d'ordre sémantique ou aux variations d'un intervieweur à l'autre lorsqu'il s'agit d'expliquer des questions et d'interpréter des réponses.

La non-réponse. Certains enquêtés refusent de répondre, d'autres en sont incapables et d'autres encore répondent trop tard. Les données relatives aux non-répondants peuvent être imputées à partir des chiffres fournis par les répondants. On ne connaît généralement pas l'importance de l'erreur d'imputation; celle-ci varie beaucoup selon les caractéristiques qui distinguent les répondants des non-répondants. Comme ce type d'erreur prend habituellement de l'ampleur à mesure qu'augmente le taux de non-réponse, on s'efforce d'obtenir le meilleur taux de réponse possible.

Le traitement. L'erreur peut se produire lors des diverses étapes du traitement des données, telles que le codage, l'entrée, la vérification, la pondération, la totalisation, etc.

Les utilisateurs qui désirent comparer les données sur les ventes publiées dans le présent bulletin avec les données publiées dans les bulletins précédents doivent tenir compte des facteurs suivants: la création et la suppression d'entreprises de magasins à succursales; l'augmentation ou la diminution du nombre de magasins en exploitation; les variations de prix. De plus, en comparant les données sur les ventes publiées dans ce bulletin avec celles publiées dans les séries mensuelles du commerce de

series, differences in the reporting periods must be taken into account. The financial reporting periods do not necessarily coincide with the calendar year. For survey purposes, annual data are collected and compiled on a financial year basis while monthly data are published on a calendar year basis.

The sample design of the Monthly Retail Trade Survey was reviewed and changes were made to improve the efficiency of the sample and the reliability of the estimates. This involved updating the sample size and allocation, which were originally determined in 1988, to take into account the most up-to-date information available on the characteristics of retail trade businesses. These data were reviewed from January 1991 to March 1998. In Text Table I, total retail trade comes from the Monthly Retail Trade Survey.

détail, on doit tenir compte des différences entre les périodes sur lesquelles portent ces données. Par exemple, l'exercice financier ne coïncide pas nécessairement à l'année civile; aux fins de l'enquête, cependant, les données annuelles sont recueillies et rassemblées en fonction de l'exercice financier, alors que la statistique mensuelle est publiée d'après l'année civile.

Le plan d'échantillonnage de l'Enquête mensuelle sur le commerce de détail a été examiné et des modifications ont été apportées en vue d'améliorer l'efficacité de l'échantillon ainsi que la fiabilité des estimations. La taille et la répartition de l'échantillon, qui avaient initialement été déterminées en 1988, ont été mises à jour afin de tenir compte de l'information la plus récente disponible sur les caractéristiques des entreprises du commerce de détail. Ces données ont été révisées de janvier 1991 à mars 1998. Les ventes totales au détail du Tableau explicatif I proviennent de l'Enquête mensuelle sur le commerce de détail.

Appendix IV

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 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 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. In the publication, the information is withheld on this designated cell by entering an "X" in the appropriate boxes.

Another way of preserving data confidentiality without having to enter an "X" is to combine (consolidate) the information for selected regions or selected industry classes. The aggregated data can then be published. For example, in many cases, data for the Yukon and Northwest Territories are included with data for British Columbia.

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

¹ See the Statistics Act, 1985, Chapter S19.

Appendice IV

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. L'information concernant ces cellules est dissimulée en inscrivant un "X" aux différents postes visés dans la publication.

Une autre façon de préserver le caractère confidentiel de l'information sans pour autant avoir à mettre un "X", consiste à grouper (consolider) les données pour certaines régions ou certaines classes industrielles. Les données ainsi agrégées peuvent par la suite être publiées. Par exemple, dans bien des cas, les données relatives aux Yukon et Territoires du Nord-Ouest 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 enfin de compte la diffusion des résultats des enquêtes sur les magasins à succursales.

¹ Voir la Loi sur la statistique, 1985, chapitre S19.

Appendix V

Partial List of Retail Chains in Canada, 1996

Food, beverage and drug group - Groupe des aliments, boissons et médicaments

Supermarkets - Supermarchés d'alimentation

Armstrong Plaza Ltd., (IGA Stores), Ont.
 Buy Low Foods Ltd., B.C.
 Canada Safeway Ltd., Alta.
 Canadian Forces Exchange System, (Canex), Ont.
 Commissio's Food Terminal, Ont.
 Cooper Market Ltd., B.C.
 Ferraros Ltd., Man.
 Focenco Ltd., Nfld.
 Freson Market Ltd., Alta.
 Great Pacific Industries Inc., (Overwaitea Foods Division), B.C.
 Horne & Pitfield Inc., Alta.
 Hudon & Deaudelin Ltée., Qué.
 Knob Hill Farms Ltd., Ont.
 L & M Food Market Ontario Ltd., Ont.
 Lanzarotta Wholesale Grocers Ltd., Ont.
 Loblaws Compagnies Ltd., (National Grocers Division), Ont.
 Loblaws Companies Ltd., (Amalco Foods Division), Ont.
 Loblaws Supermarkets Ltd., Ont.
 Loeb Inc., Qué.
 Metro-Richelieu Inc., (Secteur détail Magasins Corporatifs), Qué.

National Grocers Company Limited, (Atlantic Wholesalers Division), N.B.
 Oshawa Holdings Ltd., (Bolands Div.), N.S.
 Oshawa Holdings Ltd., (Codville Div.), Man.
 Oshawa Holdings Ltd., (Dutch Boy Div.), Ont.
 Penner Foods Ltd., Man.
 Powell's Supermarket Ltd., Nfld.
 Provigo Distribution Inc., (Provigo Héritage), Qué.
 Provigo Distribution Inc., (Supermarchés Provigo), Qué.
 SFM Enterprises Ltd., (Shoppers Food Marts), B.C.
 Sobeys Inc., N.S.
 Super C Division de E.U.M.R. Inc., (Super C), Qué.
 Supermarchés G.P. Inc., (Division Québec), Qué.
 The Barn Fruit Markets Inc., Ont.
 The Delta Co-op Association Ltd., (Food Stores), Sask.
 The Great A. & P. Co. of Canada Ltd., Ont.
 The Kitchen Table Inc., Ont.
 The Oshawa Group Limited, (Oshawa Foods Div.), Ont.
 Thomas Supermarkets Limited, (Capitol Store), N.S.
 Tober Enterprises, (1979) Ltd., B.C.
 Wade Enterprises Limited, N.S.
 Westfair Foods Ltd., Man.
 Zehrmart Inc., Ont.

Grocery stores - Épiceries

AML Convenience Ltd., (Foodtown), Nfld.
 Avondale Stores Limited, (Avondale Food Stores), Ont.
 C. Corp. (Ontario) Inc., (Winks Convenience), Qué.
 Checkers Variety Limited, Ont.
 Copperside Foods Ltd., B.C.
 Dépan-escompte Couche-Tard, Qué.
 Ellis & Birt Ltd., (Quick Pik Foods), P.E.I.
 Express 24 Food Mart Inc., Alta.
 GWC Enterprises Ltd., (Edmonton Multisite Petro Canada), Alta.
 Hyrise Produce Inc., B.C.
 Kenny Enterprises Ltd., (Marie's Mini Mart and Deli), Nfld.
 Labrador Investments Ltd., (Labrador Stores), Nfld.
 Land's Happy Marts Ltd., Alta.
 Larny Holdings Limited, (Quickie Convenience Store), Ont.

Last Mountain Cooperative Ltd., (Federated Cooperative Ltd.), Sask.
 Les Développements Gérard Brousseau Inc., (Alimentation Proxi), Qué.
 Les Entreprises Joseph Villa Inc., Qué.
 Little Short Stop Stores Ltd., Ont.
 Mr G Stores Ltd., (Mr. G.), B.C.
 Multi-Marques Inc., (La boîte à pain), Qué.
 Pioneer Co-operative Association Ltd., Sask.
 R.A. Gill Limited, (Gill's Station), Ont.
 R-Con Centres Inc., (Mac's Convenience Store), Man.
 Raymor Foods (1992) Ltd., Ont.
 Robert Klein Enterprises Inc., (Kleins Food Mart), Sask.
 Romax Variety Ltd., (Milk Marc Variety), Ont.
 Silcorp Limited, (Macs & Mikes Convenience Stores), Ont.
 Southland Canada Inc., (7-Eleven), B.C.
 Sprague Drug Ltd., (Sprague Drug), Alta.
 Squareroot Enterprises Ltd., (Rave Convenience), Ont.

Grocery stores -concluded- Épiceries-fin

The Becker Milk Company Limited, Ont.
 The J. Rabba Company Limited, (Rabba Fine Foods /Variety Food Fair /T.O. Fine Foods), Ont.
 146881 Canada Inc., Qué.

543577 Ontario Inc., Ont.
 577101 Saskatchewan Limited, (Ralph's Confectionery), Sask.

Bakery Products Stores - Boulangeries-pâtisseries

Bens Limited, (Ben's), N.S.
 Boulangerie au Pain Doré Ltée., Qué.
 Maxi's Bakeries, Qué.
 McGavin Foods Ltd., Man.
 Saint-Germain Bakery (Canada) Ltd., B.C.

S P Bakery Company Ltd., (Buns Master Bakery), B.C.
 Shirley's Bakeries Co. (1990) Ltd. B.C.
 Swiss Pastries & Deli of Ottawa Ltd., Ont.
 Van Den Bosch Bakeries Ltd., B.C.
 593249 Saskatchewan Ltd., (Buns Master Bakery), Sask.

Candy and nut stores - Confiseries et magasins de noix

Brussels Chocolates Ltd., (House of Brussels Chocolates), B.C.
 Immaculate Confection Ltd., (Rocky Mountain Chocolate Factory), B.C.
 La Bonbonnière Sweet Factory Inc., Qué.
 Laura Secord Inc., Ont.

Le Chocolat Belge Daniel Ltd., B.C.
 Olde World Fudge Company Ltd., B.C.
 R C Purdy Chocolates Ltd., B.C.
 The Nut Man Co. Inc., (The Original Nut Man), Alta.
 The Sweet Factory Inc., Ont.

Other specialty food stores - Autres magasins d'alimentation spécialisés

Alive Health Centre Ltd., B.C.
 Chris's Meats & Delicatessen Ltd., N.S.
 Claydan Enterprises Inc., (Sears Health Food & Fitness Shop), B.C.
 Clearwater Fine Foods Inc., (Clearwater Lobster Shops Div.), N.S.
 La Fruiterie du Jardin Inc., Qué.
 Le Naturiste J M B Inc., Qué.
 Les Entreprises Michel Lapierre Inc., (Le Végétarien Enrg.), Qué.

Longo Brothers Fruit Market Inc., Ont.
 Maison A.L. Van Houtte Inc., Qué.
 Murchie's Tea & Coffee Ltd., B.C.
 Nutter's Bulk & Natural Foods Ltd., Alta.
 Old Fashion Foods Limited, Sask.
 R Denninger Limited, Ont.
 Reid's Milky-Way Dairy Stores Inc., Ont.
 Vita Health Company (1985) Ltd., Man.
 Vogel Santé Inc., Qué.

Liquor and Beer Stores - Magasins de bière et de spiritueux

Brewers Retail Inc., Ont.
 British Columbia Liquor Distribution Branch, B.C.
 DOI Enterprises Ltd., (Olds Liquor Store #1), Alta.
 Liquor Control Board of Ontario, Ont.
 Lucky Liquor Stores Ltd., Alta.
 Manitoba Liquor Control Commission, Man.
 New Brunswick Liquor Corporation, N.B.
 Newfoundland Liquor Corporation, Nfld.

Northwest Territories Liquor Commission, N.W.T.
 Nova Scotia Liquor Commission, N.S.
 Prince Edward Island Liquor Control Commission, P.E.I.
 Saskatchewan Liquor & Gaming Authority, (Saskatchewan Liquor Board), Sask.
 Société des Alcools du Québec, Qué.
 Yukon Liquor Corporation, Yukon

Wine stores - Magasins de vin

Andres Wines Ltd., (The Wine Shoppe), Ont.
 London Winery Limited, (London Wines), Ont.

Vincor International Inc., (The Wine Rack), Ont.

Pharmacies

A & P Drug Mart Limited, Ont.
 B. Mayrand Inc., Qué.
 Big V Pharmacies Limited, Ont.
 Bourke's Drug Stores Limited, Ont.
 Boylan's Drug Store Ltd., Alta.
 Canada International Medical Suppliers Co. Ltd., Ont.
 Central Drug Stores Ltd., B.C.
 Centre d'Escompte Racine Inc., Qué.
 Chapel Road Investments Ltd., (Super Drug Mart), Alta.
 Cosmeco Inc., (Faces), Qué.
 Country Drug Store Ltd., (Bens Pharmacy), Ont.
 Cumberland Drugs (Merivale) Ltd., Qué.
 D Ross Cochrane Pharmacy Limited, N.S.
 Dell Chemists (1975) Limited, Ont.
 Dispensaries (1991) Limited, Ont.
 Eddy Bishara Pharmacies, Qué.
 Estpharm Inc., Qué
 Financière Micadco Inc., (Pharmacie Brunet), Qué.
 Gestion Blanchet Inc., Qué.
 Gestion Jemaco Inc., (Faces), Qué.
 Global Drug Mart Ltd., Ont.
 Homac Drug Co. Ltd., Man.
 Jones & Jones International Inc., (The Body Shop), Alta.
 Kipp-Mallery Pharmacy Ltd., B.C.
 La Santé Conseil Inc., (Produits Pharmaceutiques), Qué.
 La Santé Conseil Inc., (Prescriptions), Qué.
 Lawton's Drug Stores Limited, N.S.
 London Drugs Limited, B.C.
 Lovell Drugs Limited, Ont.
 MacQuarrie's Drugs Limited, (MacQuarries Pharmasave), N.S.

Malcolm-Mark Enterprises Limited, (Price Rite Drugs), Sask.
 Marj Mackenzie Drugs Ltd., Ont.
 McGill & Orme Ltd., B.C.
 Medical Pharmacies Ltd., (First Medical Pharmacy), Ont.
 Northern Drugs Ltd., B.C.
 Orano Limited, Ont.
 Paragon Pharmacy Ltd., Sask.
 Parkdale Pharmacy (1981) Ltd., P.E.I.
 Pay Less Drug Emporium Ltd., Ont.
 Pharma Plus Drugmarts Ltd., Ont.
 Pharmx Rexall Drug Stores Ltd., Ont.
 Reliable Drug Mart Inc., Ont.
 Roulstons Discount Drugs Ltd., Ont.
 Sprague Drug Ltd., Alta.
 Strom's Pharmacy Ltd., B.C.
 Supplements Plus Natural Vitamins & Cosmetics Ltd., Ont.
 The Medicine Bottle Ltd., Alta.
 The Village Pharmacy Petawawa Limited, (Village Pharmacy), Ont.
 The Warehouse Drug Store, (Hy & Zel's), Ont.
 Trek 2000 Corporation, (The Body Shop), Sask.
 Triangle Discount Stores Ltd., Ont.
 Variétés Le Loupiot Inc., Qué.
 Victoria Pharmacy Limited, Ont.
 Your Family Pharmacists Inc., (Dale's Pharmacy & Belmont Pharmacy), Ont.
 Yves Rocher Canada Ltée, Qué.
 123273 Canada Inc., Qué.
 3088-6253 Québec Inc., (Tatlock & Richer), Qué.
 94272 Canada Limited, (The Body Shop), Ont.

Shoe , apparel, fabric and yarn group - Groupe des chaussures, vêtements, tissus et filés**Shoe stores - Magasins de chaussures**

Aldo Shoes 1993 Inc., (Chaussures Aldo), Qué.
 Aldo Shoes 1993 Inc., (Christian Feetfirst), Qué.
 Aldo Shoes Inc., (Globo Division), Qué.
 Ali Baba Discount Shoes Ltd., Ont.
 Armstrong & Richardson Limited, Ont.
 Bata Industries Ltd., (Bata Retail), Ont.
 Bocci Shoes Inc., Ont.
 Brown Shoe Company of Canada Ltd., Qué.
 Brown's Shoe Shops Inc./La Chaussure Brown's Inc., Qué.
 Budget Shoe Warehouse Inc., Ont.
 Calcorp Inc., (Nine West & Sugar Stores), Ont.
 Calderone Shoe Co. Limited, Ont.
 Calderone Shoe Co. Ltd., (French Shoes Division), Ont.
 Canadian Footwear (1982) Ltd., Man.

Chaussures Aldo Inc., (Division Chaussures Pegabo), Qué.
 Chaussures Aldo Inc., (Division Simard & Voyer), Qué.
 Chaussures Aldo Inc., (Division Transit), Qué.
 Chaussures Reynald Inc., Qué.
 Church & Company (Canada) Limited, Ont.
 Comark Inc., (Clark), Ont.
 Dolomity Shoes Limited, Ont.
 Edmund's Shoes Ltd., B.C.
 Factory Footwear Outlet Ltd., Nfld.
 Family Shoe Shoppes (1985) Ltd., N.B.
 Florsheim Canada Inc., U.S.A.
 Foster Shoe Corporation Limited, (Foster Shoe), Ont.
 Gestions 22 Inc., (Chaussures 22), Qué.
 Groupe Yellow Inc./Yellow Group Inc., (Div. Chaussures Yellow), Qué.

Shoe stores -concluded- Magasins de chaussures- fin

Inform Shoe Corporation, (Ingerborg Shoes), Ont.
 Ingledew's Limited, B.C.
 J.B. Lefebvre Limitée, Qué.
 J-Paul Fortin Inc., Qué.
 Jeda Shoes Inc., B.C.
 Les Boutiques Newport Inc., Qué.
 Les Chaussures Mike Ltée., Qué.
 Les Chaussures Rubino Inc., Qué.
 Les Entreprises Michel Turcot Inc., Qué.
 Les Magasins Libre Service Pitt Ltée., Qué.
 Magasin aux Beaux Souliers (1980) Inc., Qué.
 Mallorca Shoes Limited, (Budget Shoes), Ont.
 Markio Designs Inc., (Capezio/Capedavid/ Backstale),
 Ont.
 Mugford Limited, Ont.
 Next Step Shoes Inc., Ont.
 Paul Vella Shoes (Mississauga) Limited, (Chesler
 Shoe), Ont.
 Popeye Shoes Limited, Ont.
 Ronsons Shoe Stores Ltd., (Walk with Ronsons), B.C.
 Sanpaul Investments Ltd., (Naturalizer Shoes), Ont.
 Shoe Barn Inc., (Budget Shoe Warehouse), Ont.

Soft Moc Inc., Ont.
 Sterling Shoes Inc., B.C.
 The Boot Shop (1975) Ltd., Ont.
 The Tall Girl Shop Ltd., (TallCrest), Ont.
 Town & Country Footwear Ltd., Alta.
 Town Shoes Limited (Ontario), Ont.
 Vanity Shoes Ltd., Alta.
 Varese Shoes (Ontario) Ltd., (Varese), Ont.
 Vogue Shoes Inc., (Walk in Confort), B.C.
 W. B. Hamilton Shoes (1860) Ltd., (Walkwell Shoes), Ont.
 Woolworth Canada, Ont.
 Woolworth Canada Inc., (Kinney Shoes Division), Ont.
 World of Shoes Ltd., Ont.
 2169-5762 Québec Inc., (Nero Bianco), Ont.
 2302659 Manitoba Ltd., (Quarks Shoes #2), Man.
 2635-7749 Québec Inc., (Les Entrepôts Milles Pates), Qué.
 3226727 Canada Inc., (Agnew Group), Ont.
 991909 Ontario Inc., (Tootsies Factory Shoe Market), Ont.

Men's clothing stores - Magasins de vêtements pour hommes

A Gold & Sons Ltd., Qué.
 Anthony's Clothiers Ltd., Alta.
 Boutiques Les Trois G Inc., Qué.
 Boutique Tristan & Iseut Inc., Qué.
 Cluett Peabody Canada Inc., (Arrow/Colours), Ont.
 Comark Inc., (Dockside Group Division), Ont.
 Daniel Spécialités Inc., Qué.
 Dozier Boutique Inc., Qué.
 Dylex Limited, (Tip Top Tailors), Ont.
 Edward Chapman Limited, (Chapman's & Chapy's),
 B.C.
 Ernest Enterprises (MTL) Ltd., Qué.
 Ernest et Frères (Québec) Inc., Qué.
 Félix Homme Inc., Qué.
 Fraser's Clothes Shops Limited, Ont.
 G. Strauss & Co. Inc., Ont.
 Grafton-Fraser Inc., (George Richards), Ont.
 Grafton-Fraser Inc., (Grafton & Company), Ont.
 Grafton-Fraser Inc., (Jack Fraser Menswear), Ont.
 Harry Rosen Inc., Ont.
 Henry Singer Fashion Group Ltd., (Henry
 Singer/Mountain Shop), Alta.

International Clothiers Inc., Ont.
 Jaks Inc., (Ponti Menswear), Ont.
 Jonathan Boutique pour Hommes Inc., Qué.
 Latitude Mens Wear Ltd., Sask.
 Le Magasin du Travailleur de Sherbrooke Inc., (Le Travailleur
 Sportif), Qué.
 Les Boutiques West Coast Inc., Qué.
 Moore's The Suit People Inc., Ont.
 Murray Goldman Ltd., B.C.
 Paul John Enterprises Ltd., (Workwear World), B.C.
 Pearl's Fashions Ltd., (Mens Clothing), B.C.
 Repp Ltd. Big & Tall, (Mr. Big-N-Tall), U.S.A.
 Rosmor Mens Shops Ltd., (Barclay's Store for Men), Ont.
 Sauvé Frères Limitée, Qué.
 Straussco Holdings Ltd., (Star Mens Shop), Ont.
 Tie Rack (Canada) Ltd., Ont.
 Westbeach Snowboard Canada Ltd., B.C.
 Woolworth Canada Inc., (Randy River), Ont.
 Ziam Enterprises Ltd., (Gentlemen's Court), Ont.
 1110693 Ontario Ltd., (John Pomer Clothes), Ont.
 2844885 Canada Inc., (Via Seto), Qué.

Women's clothing stores - Magasins de vêtements pour dames

A Setlakwe Ltée., Qué.
 Akat Inc., (MIL Brissot Jolivet), Qué.
 All Canadian Apparel Group, (The Trend Shoppe),
 Ont.
 Auld-Phillips Ltd., B.C.

Bigi Canada Ltée., Qué.
 Bikini Village Inc., Qué.
 Blue Bayou Lifestyle Clothing Inc., Qué.
 Boutique Au Coton Inc. BAC, Qué.

Women's clothing stores -continued- Magasins de vêtements pour dames -suite

- Boutique Clandestine Inc., (Boutique Max Mara), Qué.
 Boutique Le Pentagone Inc., (F-17 Division), Qué.
 Boutique Marie-Claire Inc., Qué.
 Boutique Revue Inc., Qué.
 Boutique Sara-Lyne Inc., (Option), Qué.
 Boutique Tristan & Iseut Inc., Qué.
 Braemar Apparel Inc., (Braemar Store Division), Ont.
 Bryan's Fashions Ltd., B.C.
 Chapmans Ladies' Shops Ltd., B.C.
 Charlie Ladies Wear Ltd., (Edward Chapman Ladies Shops), Ont.
 Claire's Canada Corp., (Claire's), U.S.A.
 Comark Inc., (Concert Hall Division), Ont.
 Comark Inc., (Irene Hill/Cleo Division), Ont.
 Comark Inc., (Ricki's), Man.
 Cotton Ginny Limited, Ont.
 Cruz Fashions Limited, (Fashion Jewellery Div.), Ont.
 Cyrs Ltée., Qué.
 D'Allaird's Stores Inc., (D'allaird's), Qué.
 Daimy's Investments Inc., (Fancy Sox), Ont.
 Dan Howard Industries Inc., (Dan Howard Maternity), Ont.
 David Assad Inc., Qué.
 Debradee Enterprises Ltd., Sask.
 Derek Ford Corporation, (Touch of Class/Connection), B.C.
 Devonshire Cream Ltd., Alta.
 Dylex Limited, (Fairweather Inc.), Ont.
 Dynacast Canada Inc., (Jaeger Division), U.S.A.
 Escada Canada Inc., (Escada Hazelton Avenue), Ont.
 Ethos Limited, Alta.
 Fashion Plus Merchandising Ltd., (Fashion Addition), B.C.
 Flare Accessories Ltd., (Final Touch), Alta.
 France B. Pronuptia Inc., Qué.
 Gigi Canada Inc., (Modes Mondaine), Qué.
 Ground Floor Clothing Company Ltd., (The Next Exit), Ont.
 Groupe Boutique Chérie Inc., Qué.
 Groupe Fascination Inc., (Boutique Elen 1989 Enr), Qué.
 Joenette Inc., Qué.
 Krystal Fashions Toronto Ltd., Ont.
 La Cie Aldaro Ltd., (Aubaines Mignones), Qué.
 La Maison Chelsea Inc./Chelsea House Inc., Qué.
 La Senza Inc., Qué.
 Laura Ashley Shops Limited, U.S.A.
 Laura's Shoppe (PV) Inc., Qué.
 Laura's Shoppe Canada Ltd., Qué.
 Le Groupe Dynamite Boutique Inc., Qué.
 Les Boutiques La Vie en Rose Inc., Ont.
 Les Boutiques San Francisco Inc., Qué.
 Les Boutiques Victoire Delage Inc., (Victoire Delage), Qué.
 Les Entreprises Vagabond Inc., (Boutique Studio Mode), Qué.
 Les Placements Arden Inc., (Placements Arden), Qué.
 Les Vêtements Intuitions Inc., (Intuitions), Qué.
 Lija Atlantic Inc., Qué.
 Lindor Inc., Qué.
 Lorry Shane Investments Limited, Ont.
 M & R Perlman Inc., (Jean Machine/Over the Edge), Ont.
 M. R. Ashton Ltd., B.C.
 Mademoiselle Charmante Inc., Qué.
 Mariposa Stores Ltd., (Partnerships), B.C.
 Mendocino Clothing Company Ltd., (Mendocino-Bayview Village), Ont.
 Mia Inc., Qué.
 Mode Le Grenier Inc., Qué.
 Modes Cazza Inc., Qué.
 Modes Fannie Inc., Qué.
 Mondi Canada Inc., (Shirmon Fashions), Qué.
 Nicole Adrien Ltd., (Mark Downs), B.C.
 Nygard International Ltd., Man.
 Peaches Hose Inc., (Bojou), Qué.
 Pearl's Fashions Ltd., B.C.
 Pearlman's Ladies Wear Ltd., Sask.
 Peggys of Milton Ltd., Ont.
 Plum Clothing Ltd., B.C.
 Reitmans Inc., Qué.
 Rio Sud Inc., Qué.
 Robgreen Investments Ltd., (City Smarts), Ont.
 Robin Kay Clothing Co. Ltd., Ont.
 Salgreen Investments Ltd., (City Smart), Ont.
 Serena Fashions Alberta Ltd., Alta.
 Serena Fashions Ltd., B.C.
 Shirmax Fashions Ltd., (Addition-Elle), Qué.
 Shirmax Retail Ltd., (Gigi), Qué.
 Shirmax Retail Ltd., (Maternity), Qué.
 Snowflake Trading Corp. Ltd., B.C.
 Sposabella Canada Inc., Qué.
 Stardom Fashion Network Inc., Ont.
 Stefi Lara Shoppes Limited, Ont.
 Susan J Group Limited, (Susan J Fashions), Ont.
 Suzy Shier Inc., Qué.
 Tabi International Limited, Ont.
 Talbots (Canada) Inc., Ont.
 The Conrez Group Ltd., (Legs Beautiful Hostery), Ont.
 The Jean Shop Limited, Nfld.
 The Tall Girl Shop Ltd., (Tall Girl), Ont.
 The Toni Group Inc., (Toni), Ont.
 Wear Else? Fashion Inc., B.C.
 Woolworth Canada Inc., (Northern Reflexions), Ont.
 Woolworth Canada Inc., (Northern Traditions), Ont.
 Woolworth Canada Inc., (Silk & Satin), Ont.
 Woolworth Canada Inc., (Weekend Edition Division), Ont.
 Zacks Fashions Ltd., Ont.
 113560 Canada Inc., (Giggles), Ont.
 157503 Canada Inc., (Manteaux Manteaux), Qué.
 175330 Canada Inc., (Express Mode), Qué.

Women's clothing stores -concluded- Magasins de vêtements pour dames-fin

2424-8981 Québec Inc., (TRIG), Qué.
 2854368 Canada Inc., (Boutique Fuzz), Qué.
 3029964 Canada Inc., (Boutique Chérie), Qué.

3029972 Canada Inc., (Boutique Marie-Luv), Qué.
 3051480 Canada Inc., (Intuitions), Qué.
 833694 Ontario Inc., (The Coat Company), Ont.

Children's clothing stores - Magasins de vêtements pour enfants

Birger Christensen Fashions Inc., Ont.
 Bonnie Togs Children's Wear Ltd., (Bonnie Togs),
 Ont.
 Bonnie Togs Limited, Ont.
 Bossa Nova Fashions Ltd., (Please Mum), B.C.
 Comark Inc., (Au Coin des Petits/Young Canada Div.),
 Qué.
 E P Chester Limited, (Kids World), Ont.

Gap (Canada) Inc., (Gapkids), U.S.A.
 Hatten Fashion International Inc., (Club Monaco), B.C.
 J M Clément Ltée., (Gestion Clément), Qué.
 Kidz Biz Clothing Ltd., B.C.
 Les Boutiques San Francisco Inc., (Frisco), Qué.
 SAAN Stores Ltd., (SAAN for Kids), Man.
 Woolworth Canada Inc., (Northern Getaway), Ont.

Fur stores - Magasins de fourrures

Canadian Fur Shop of Saitoh Ltd., Ont.
 Herman-Sellers-Gough Furs Ltd., Ont.

174616 Canada Inc., (Furs by Vincenzo), Qué.

Other clothing stores - Autres magasins de vêtements

A Croteau Ltée., Qué.
 Bedo Compagnie Internationale de la Mode, (Bedo),
 Qué.
 Below The Belt Ltd., Alta.
 Below The Belt Store, (Calgary) Ltd., Alta.
 Below The Belt Store, (Saskatchewan) Ltd., Alta.
 Blue City Jeans Inc., Qué.
 Boutique au Cotton Inc., (Boca Division), Qué.
 Boutique Colori Inc., Qué.
 Boutique Jacob Inc., Qué.
 Boutique l'Ensemblier Inc., Qué.
 Boutique le Pentagone Inc., Qué.
 Boutique Signal Inc., (Signal), Qué.
 Caveau des Jeans (Ontario) Ltée., (Blue Madness),
 Qué.
 Caveau des Jeans Ltée., Qué.
 Claudette Croteau Inc., Qué.
 Club Monaco Inc., Ont.
 Comark Inc., (Div. Bootlegger/Cape Comfort), Ont.
 Craig Brothers Limited, Sask.
 Distribution Emblème Inc., (Boutique Mode Coton),
 Qué.
 Dylex Limited, (Thrifty Riding & Sport Shop), Ont.
 Eddie Bauer Inc., (Eddie Bauer Outdoor Outfitters),
 Ont.
 Esprit de Corp. (1980) Ltd., (Esprit), Qué.
 First Effort Investments Ltd., (Campus Crew), Ont.

Gap (Canada) Inc., (Gap/Gapkids/Banana Republic), U.S.A.
 Génération-Nouveau Monde Inc., (Terra Nostra), Qué.
 Gestion G.H. Dechene Inc., (G.H. Dechene & Fils), Qué.
 Gestion 4520 Trois-Rivières Ouest Inc., (Boutique Polo Rico),
 Qué.
 Gestion PGCO Inc., (L'Entre Peau du Cuir), Qué.
 Ginette Croteau Inc., Qué.
 Gidden Industries, (J A Gidden Holdings Ltd.), B.C.
 Greenberg Stores Limited, (Greenberg/Red Apple), Qué.
 Groupe Historia Int'l. Inc., (Historia), Qué.
 H Nathansons Ladies Wear Limited, N.S.
 Hartco Enterprises Inc., (Hart), Qué.
 Henderson & Cudmore Limited, P.E.I.
 Holt Renfrew & Co. Ltd., Ont.
 Hudson's Bay Company, (Fields Stores), B.C.
 International Clothiers Inc., (Woolskins), Ont.
 Island Beach Company Clothing & Graphics Inc., N.S.
 Jean Expert Canada Inc., (Québec Unisex), Qué.
 Jeans J P Inc., (Jeans & J.P.), Qué.
 K F S Limited, Ont.
 Lammle's Western Wear Ltd., Alta.
 Le Jean Bleu Inc., Qué.
 Les Boutiques San Francisco Incorporée, Qué.
 Les Enchères Mini-Prix Ltée., Qué.
 Les Entreprises Vagabond Inc., (Boutique Vagabond et Claxon
 et First Leaders), Qué.
 Les Industries Pantorama Inc., Qué.

Other clothing stores -concluded- Autres magasins de vêtements-fin

Les Magasins Antoine N Inc., Qué.
 Les Magasins Château du Canada, (Le Château), Qué.
 Les Magasins J L Taylor Inc., Qué.
 Les Magasins Jopej Canada Inc., Qué.
 Les Variétés L C R Inc., Qué.
 Louise Croteau Inc., Qué.
 L'Uniforme Sherbrooke Inc., (Uniforme Professionel),
 Qué.
 M. & R. Perlman Enterprises Inc., (Jean Machine), Ont.
 Mantique Fashions Ltd., B.C.
 Marci Lipman Graphics Ltd., Ont.
 Marks & Spencer Canada Inc., Ont.
 Mekano Jeans Inc., (Mekano), Qué.
 Modes Alto-Regal Inc., (Polo Ralph Lauren Div.), Ont.
 Nathar Limited, (Kastner's Mens & Boys Wear), Ont.
 Off The Wall Holdings Ltd., B.C.
 Riley and McCormick (Alberta) Limited, (Riley &
 McCormick Western Stores), Alta.
 Roots Canada Ltd., Ont.
 Royal Leather Goods Limited, (Danier Leather), Ont.
 SAAN Stores Ltd., Man.
 Super Touch Ltd., (Super Touch T's), N.S.
 Swimco Aquatic Supplies Ltd., Alta.

The Boutique of Leathers Ltd., Alta.
 The Gap Inc., (Banana Republic), U.S.A.
 The Jeanery Limited, (City Streets), N.S.
 The Lady's a Champ Limited, (The Frat House), Ont.
 The Leather Ranch Ltd., Ont.
 Universal Stores Inc., B.C.
 Upstein's Limited, Nfld.
 Vêtements J V S Inc., (JVS 2002), Qué.
 Vêtements Océan Canada Ltée., (Cobra Jeans), Qué.
 Warehouse One Ltd., Man.
 Warren's Men's Wear Ltd., (Warren's House of Britches), Ont.
 Winners Apparel Ltd., Ont.
 Woolworth Canada Ltd., (Northern Elements), Ont.
 YM Inc., (Sales), Ont.
 Zabé Jeans (1990) Inc., Qué.
 1037793 Ontario Ltd., (McTaggarts), Ont.
 176059 Canada Inc., (Boutique Métropolis), Qué.
 176060 Canada Inc., (Freedom), Qué.
 348170 Alberta Ltd., (Divine Decadance), Alta.
 644722 Ontario Ltd., (Max Brown), Ont.
 920627 Ontario Limited, (Fancy That), Ont.

Fabric and yarn stores - Magasins de tissus et de filés

Atlantic Fabrics Limited, N.S.
 Blizzard Enterprises (Inglis) Ltd., (Bairds), N.S.
 Bouclair Inc., Qué.
 Duthler Textiles Limited, Ont.
 Fabricland Distributors Inc., Ont.
 Fabricland Distributors (Western) Corp., Ont.
 Fabricland Midwest Limited, Ont.
 Fabricland Pacific Limited, Ont.

Fabricville Co. Inc., Ont.
 Fabricville Maritimes Inc., Ont.
 Fanny's Fabrics (1996) Ltd., Alta.
 Fanny's Fabrics (B.C.) Ltd., B.C.
 Fanny's Fabrics (Edmonton) Ltd., Alta.
 Fanny's Fabrics Factory (Calgary) Ltd., Alta.
 Kitchener Textiles Limited, Ont.
 Norfolk Knitters Limited, (Lens Mill Store), Ont.

Household furniture, appliances and furnishings group - Groupe des meubles, appareils et accessoires d'ameublement de maison**Household furniture stores (with appliances and furnishings) - Magasins de meubles de maison
 (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)**

Ameublement Colonial Inc., (Colonial Furniture), Ont.
 Ameublements Tanguay Inc., Qué.
 Brault & Martineau Inc., Qué.
 Cohen's Home Furnishings Limited, Nfld.
 Coleman Shoppers World Ltd., (Colemans Furniture
 World), Nfld.
 Cornelius C Defehr & Sons Distributors Ltd., (DeFehr
 Furniture & Appliances), Man.
 Domon Ltée., Qué.
 G A Fletcher Music Company Limited., B.C.
 G U S Canada Inc., Qué.
 Gagnon & Frères Côte-Nord Ltée., Qué.
 James R Rahey Stores Limited, N.S.

Le Père du Meuble Inc., Qué.
 Leon's Furniture Ltd., Ont.
 Les Meubles Barnabé (1983) Inc., Qué.
 Les Meubles de St-Félix Inc., Qué.
 Lounsbury Co. Ltd., N.B.
 Mobilier Dix Versions Inc., Qué.
 Notre Dame Agencies Limited, (Excluding Building Supply
 Location), Nfld.
 RTO Assets Management Inc., (Rentown), Alta.
 S Setlakwe Ltée., Qué.
 Schwartz & Company Ltd., (BC Furniture), N.S.
 Smith's Shoe and Variety Limited, Nfld.

**Household furniture stores (with appliances and furnishings) -concluded- Magasins de meubles de maison
(avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)-fin**

The Brick Warehouse Corporation, Alta.
Tuckers Furniture Co. Ltd., Nfld.

Value Industries Ltd., (Stacy's Furniture World), B.C.
Wosks Limited, B.C.

**Household furniture stores (without appliances and furnishings) - Magasins de meubles de maison
(sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement)**

Brass'n Such by R.B. Inc., Sask.
De Boers Furniture Ltd., Ont.
Galerie du Meuble Inc., Qué.
Ikea Canada Ltd. Partnership, Ont.
JR Furniture Place Ltd., B.C.
Jordans Interiors Ltd., B.C.
Kocohani Holdings Ltd., (Waterbed Magic), B.C.
La Maison du Matelas (Montréal) Inc., Qué.
Lit d'eau Group BBFM Inc., (National Waterbed),
Qué.
Low Cost Furniture Ltd., B.C.
Majoli Furniture (1983) Limited, (The Sleep Factory),
Ont.
Mobilia Anjou Ltée, Qué.
Nationwide Warehouse & Storage Inc., Ont.
Nefco Furniture Ltd., (Penthouse Interiors), Man.

Nordic Holdings Ltd., (Konto Furniture Distributing), Alta.
Oaksmith Interiors Ltd., B.C.
Palma Brava Inc., Ont.
Sears Canada Inc., (Sears Whole Home Furniture Stores), Ont.
Shelmar Furniture Ltd., (The Rock), B.C.
Smitty's Shopping Centre Limited, (Smitty's Fine Furniture),
Ont.
Struc-Tube Ltée., Qué.
T J's The Kiddies Store Ltd., B.C.
The Bombay Furniture Company of Canada Inc., (The Bombay
Company), Ont.
The Chesterfield Shop (Ontario) Ltd., Ont.
United Furniture Warehouse Ltd., (United Buy & Sell Furniture
Warehouse), B.C.
1154788 Ontario Limited, (National Furniture), Ont.

**Appliance, television, radio and stereo stores - Magasins d'appareils ménagers, de postes de
télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques**

A & B Sound Ltd., B.C.
A E M Video Only Inc., B.C.
Aventure Électronique Inc., Qué.
Bell Canada, Qué.
Future Shop Ltd., B.C.
Glaswegian Enterprises Inc., (Audio Video Unlimited),
B.C.
Group CDREN Inc., (Centre du Rasoir - Fine Lame),
Qué.
Home & Rural Appliances Limited., Ont.
International Stereo Centre Ltd., Alta.
Intertan Canada Ltd., (Radio Shack Division), Ont.
J.K. Industries Ltd., (Mr. Sweeper), B.C.
McKay's Television & Appliances Limited, Ont.
Quan TV & Appliances Ltd., Ont.

Service de L'Estrie, (Vente et Réparation) Inc., Qué
Sony of Canada Ltd., Ont.
Soundsaround Inc., (Sounds Around), Alta.
The Consumers' Gas Company Ltd., (Consumer Marketing
Company), Ont.
The Manitoba Telephone System, (MTS - Phone Centre), Man.
Trail Appliances Ltd., Alta.
Wacky Wheatley's TV and Stereo Limited, N.S.
Western Distributors Ltd., (McDonald Supply), B.C.
149667 Canada Inc., (Centre Hi-Fi), Ont.
2001 Record & Stereo Centre Ltd., (2001 Audio Video), Ont.
2001 Stereo & Video Centre Ltd., Ont.
668824 Alberta Ltd., (Vision Electronics), Alta.

Floor covering and drapery stores - Magasins de revêtements de sol et de tentures

Alexanian & Sons Limited, Ont.
Blinds to Go Inc., Qué.
Burritt Bros. Floor Coverings Ltd., (Burritt Bros.
Carpet), B.C.
Crazy Joe's Inc., (Crazy Joe's Drapery), Ont.
Dream Carpets Ltd., B.C.

Jordans Rugs Ltd., (Jordans/Jordans Rugs), B.C.
Miltex Carpet Inc., (Factory Carpet), Ont.
WEN-DI Interiors Ltd., Alta.
Window & Bed Covers Inc., (Covers), Ont.
98599 Canada Limited, (Wacky Wheatley's Carpet
Warehouse), N.S.

Other household furnishings stores - Autres magasins d'accessoires d'ameublement

B A Robinson Co. Ltd., Man.
 Benix & Co. Inc., Ont.
 BNH Development Ltd., (The Foam Shop), B.C.
 Brodie Holdings Ltd., (House of Knives), B.C.
 Carontex Inc., Qué.
 Ed's Linen Warehouse Ltd., B.C.
 Indigo Developments Ltd., (Entrée Gourmet Cookware), B.C.
 Lifestyles Group Inc., Ont.
 Maison Chaleur et Confort Inc., Qué.
 McIntosh & Watts Ltd., Ont.
 Minit of Canada Ltd., (House of Knives), Ont.
 North American Towel Corporation, (Georgia Mills Factory Outlet), Ont.

Pacific Linen Canada Inc., U.S.A.
 Pier 1 Imports (U.S.A.) Inc., Qué.
 Rafco Gifts Inc., (Rafters/The Panhandler/Abington's Animals), Alta.
 Rob McIntosh China Inc., Ont.
 Royal Doulton Canada Ltd., Ont.
 Sears Canada Inc., Ont.
 Sleep Country Canada Inc., B.C.
 Stokes Inc., Qué.
 The LIV Group Incorporated, Ont.
 Wicker Emporium Ltd., N.S.
 Worldwide Sleep Centre Limited, Ont.
 Woolworth Canada Inc., (Ashbrooks), Ont.
 429149 BC Ltd., (Quilts Etc.), B.C.

Automotive vehicles, parts and accessories, sales and services group - Groupe des véhicules automobiles, pièces et accessoires, vente et service**Automobile dealers - Concessionnaires d'automobiles**

Hickman Motors Ltd., Nfld.
 Jim Pattison Industries Ltd., (Jim Pattison Toyota), B.C.
 Lounsbury Co. Ltd., (Chev and Olds Dealerships), N.B.

Mercedes-Benz Canada Inc., Ont.
 Motor Village Group Inc., Alta.
 The Royal Garage Ltd., Nfld.

Gasoline service stations and garages - Stations-service et garages

Actton Super-Save Gas Stations Ltd., B.C.
 Badali and Son Car Wash Ltd., (Soft System Auto Wash), Ont.
 Beaver Fuels Management Ltd., (Beaver Gas Bar & Penny's Gas Bar), Ont.
 C. Corp. (Ontario) Inc., (Winks & Red Rooster Gas Stations), Qué.
 CE Mactavish Ltd., Ont.
 Canadian Tire Corporation Ltd., Ont.
 Canadian Turbo 1993 Inc., Alta.
 Chevron Canada Limited, B.C.
 Coopérative Fédérée de Québec, Qué.
 Depan-escompte Couche-Tard, Qué.
 Distribution du Golfe Ltée., Qué.
 Domo Gasoline Corporation Ltd., Man.
 Drummond Fuels (Ottawa) Ltd., (Drummond's Gas), Ont.
 Fernand Dufresne Inc., (Eko), Qué.
 First Brant Holdings Inc., (Gas Rite), Ont.
 First Pioneer Petroleums Quinte Ltd., Ont.
 Frasam Investments Ltd., (Mr. Lube), B.C.
 Gales Gas Bar Ltd., Ont.
 Garage Pierre-Paul Desforges Inc., (Garage ACT), Qué.
 Gas King Oil Co. Ltd., Alta.
 Gas Plus Inc., Alta.
 Gasland Oil Ltd., (Gasland), Alta.

Great Pacific Industries Inc., (Overwaitea Food Division), B.C.
 Guidon Glenoco, Ont.
 Hughes Petroleum Ltd., Alta.
 Husaro Enterprises Ltd., (Mr. Lube), Man.
 Imperial Oil Limited, Ont.
 Jumbo Joe's Fuel Stops Inc., Ont.
 Kenny Enterprises Ltd., (Marie's Mini Mart), Nfld.
 Le Groupe Gaz O Bar Inc., Qué.
 Le Groupe Pétrolier Olco Inc., Qué.
 Les Entreprises CLN Inc., (Station-Service Shell), Qué.
 Les Pétroles A Belzile Inc., Qué.
 Les Pétroles CL Inc., (Lucar), Qué.
 Les Pétroles Goyer Ltée., Qué.
 Les Pétroles RL Inc., Qué.
 Mega Fuels Inc., B.C.
 Mike Makwich Management Inc., (Petro Canada), Ont.
 Minit Lube Ltd., Alta.
 Mohawk Oil Co. Ltd., B.C.
 Mr Gas Limited, Ont.
 Mr Lube Canada Inc., (Mr. Lube), Ont.
 Noco Petroleum Inc., Ont.
 Nutrinor Co-op Agro-Alimentaire du Saguenay Lac St-Jean, Qué.
 PR Berthiaume Fuels Limited, Ont.
 Parkland Industries Ltd., (Fas Gas Oil Ltd.), Alta.
 Parkland Petroleum Ltd., Sask.
 Penguin Petroleum Products Ltd., Ont.
 Petro Canada Inc., Ont.

Gasoline service stations and garages - concluded - Stations-services et garages - fin

Pétrole Ronoco Inc., Qué.
 Phil Van Enterprises Ltd., B.C.
 Phillippe Gosselin & Ass. Ltée., Qué.
 Pioneer Petroleum Limited Partnership, Ont.
 Prairies Lube Ltd., (Mr. Lube), Alta.
 Q Lube Ontario Inc., (Q Lube), Ont.
 R.S. Lane & Lane Enterprises Ltd., (Blasking and Lane Tire Centre), Alta
 Red River Cooperative Ltd., Man.
 Saskatoon Co-operative Association Limited, Sask.
 Shaunavon Co-operative Association Limited,
 (Shopping Centre), Sask.
 Save on Gas Ltd., B.C.

Shell Canada Products Limited, (Marketing - Prince Administration), Alta.
 Sunoco Inc., (SMS Division of Sunoco), Ont.
 Suny's Petroleum Inc., Ont.
 Super Gaz Ltée., B.C.
 T G Hammond Limited, (Hammond Fuels), Ont.
 Tamlawn Investments Ltd., Ont.
 The Becker Milk Company Limited, Ont.
 The Delta Co-operative Association Limited, (Service Station), Sask.
 The Sherwood Co-operative Association Ltd., Sask.
 Tri-Star Gas Mart (1992) Ltd., B.C.
 UPI Inc., Ont.
 Westfair Foods Ltd., Man.
 Wycliffe Gas Bar Ltd., Ont.

Tire, battery, parts and accessories stores and home and auto supply stores - Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires et magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile

Active Tire and Auto Centre Inc., (Active Green & Ross Tire & Automotive Centre), Ont.
 Andy's Tire Shop Ltd., N.S.
 Audio Magic Inc., Ont.
 Auto Magic Tire Ltd., (Mavis Florell), B.C.
 Bridgestone Firestone Canada Inc., (James Tire Centres), Ont.
 Fountain Tire Ltd., Alta.
 Frisby Tire Co., (1974) Limited, Ont.
 GGCS Holdings Ltd., (Mister Tire), B.C.

Goodyear Canada Inc., (Goodyear Goodyear Certified Auto Service Centre), Ont.
 JBS Automotive Centre Ltd., Alta.
 Kelly Tire Service Limited, N.B.
 Maritime Tire Ltd., N.B.
 Midtown Auto Parts Ltd., Alta.
 Pacific Associate Stores Ltd., B.C.
 Treblig Holdings Ltd., (Napa Auto Parts), B.C.
 944746 Ontario Inc., (Wheel Covers Unlimited), Ont.

Other motor vehicle services and repair shops - Autres services pour véhicules automobiles et ateliers de réparation

Action Muffler Radiator & Brakes Ltd., Alta.
 Alchemy Systems Ltd. PTSP, (Midas Muffler and Brakes), B.C.
 Auto-Pak Ltd., (Jiffy Muffler/Benson Spring), Ont.
 Autostock Inc., (Div. Lebeau Vitres d'Autos), Qué.
 Autostock Inc., (Div. Monsieur Muffler), Qué.
 Canclean Services Limited, (Bleu Bacon), Ont.
 Craftsman Collision (1981) Ltd., B.C.
 Cross Canada Collision Centers Limited Partnership, (Boyd Auto Body), Man.
 Donreid Mufflers Limited, Ont.
 Faucher & Fils Ltée., (Duro Vitres), Qué.
 G & G Paquin Limitée, (Silencieux Paco), Ont.
 Gorpam Enterprises Ltd., (Midas), Ont.
 Hamilton Radiator Service Ltd., Ont.
 Hub City Glass Ltd., (Speedy Auto Glass), B.C.
 J D Nelson Radiator Company Ltd., Alta.

J & D Supplies (Oshawa) Ltd., (Van & Truck World), Ont.
 Jack Butkus Limited, Ont.
 K & K Glass Ltd., (K & K Auto Glass), Sask.
 L'antirouille à L'huile Métropolitain Inc., Qué.
 Lof Glass of Canada Ltd., (Standard Auto Glass), Ont.
 Londer Auto Centres Ltd., N.B.
 Mid Island Brake & Muffler Ltd., (Midas Muffler), B.C.
 Midas Canada Inc., Ont.
 P & R Auto Glass Ltd., (Speedy Auto Glass), Ont.
 Speedy Auto Glass Ltd., B.C.
 Speedy Muffler King Inc., (Speedy Muffler King Div.), Ont.
 TCG International Inc., B.C.
 The Master Muffler Limited, (Midas Muffler and Brake Shops), N.S.
 The Mufflerman Inc., Ont.
 Western Crystal Glass Ltd., Alta.
 373854 Ontario Limited, (Crosstown Carwash & Auto Services), Ont.

General merchandising group - Groupe des magasins de marchandises diverses**General stores - Magasins généraux**

List not available

Liste non disponible

Other general merchandise stores (variety and general merchandise stores) - Autres magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses)

Allied Stores Ltd., (Stedmans VNS Department Store), N.B.
 Army & Navy Dept. Store Limited, Sask.
 Asif & Yusuf Enterprises Ltd., (Everything for a Dollar), Ont.
 Bells Discount Centre Ltd., (Bells Variety), Ont.
 Better Buy Discount Stores Limited, Ont.
 Branton's Enterprises Ltd., Nfld.
 Brooklyn Enterprises Limited, (A Buck or Two), N.S.
 Buck 2 Three Discount Stores Inc., (Buck Savers), Ont.
 Canadian Forces Exchange System, (Canex), Ont.
 Capital Iron & Metals Ltd., B.C.
 Carrefour du Dollar Inc., Qué.
 Dollar Bills Ltd., Ont.
 Greenberg Stores (Metropolitan/Metmart) Ltd., Qué.
 Hudson's Bay Company, (Fields Stores), B.C.
 Les Magasins Korvette Ltée., Qué.
 Liquidation Choc Inc., Qué.

Magasins Régent Ltée., Qué.
 Michael Rossy Ltd., Qué.
 Mighty Dollar Inc., Ont.
 RP Rossy Inc., Qué.
 Riffs Limited, Nfld.
 Robin Jones & Whitman Inc., (Robins), Qué.
 S Rossy Inc., Qué.
 Sears Canada Inc., Ont.
 Sivex Housewares Inc., (The Silver Dollar), Ont.
 Superdollar Stores Ltd., Ont.
 Target Stores Limited, Nfld.
 Un Seul Prix Inc., Qué.
 Woolworth Canada Inc., (Woolworth's/Bargain Shops), Ont.
 58133 Limited, (Biway Stores Division), Ont.
 920497 Ontario Limited, (Dollar Craze), Ont.
 132101 Canada Inc., (Superprix Dumona), Qué.
 1006153 Ontario Ltd., (Buzbys Variety Stores), Ont.

Other retail stores group - Groupe des autres magasins de détail**Book and stationery stores - Librairies et papeteries**

Beattie Stationery Limited, Ont.
 Biblairie G G C Ltée., Qué.
 Black Bond Books Ltd., B.C.
 Book Market Inc., Ont.
 Boutique du Bureau Gyva Inc., Qué.
 Carlton Cards Ltd., Ont.
 Champigny Satellites Inc., (Champigny), Qué.
 Chapters Inc., (Smithbooks Division), Ont.
 Claude Payette (1985) Inc., Qué.
 Colpitts The Stationer Ltd., N.B.
 Davis Agency of Ottawa Limited, Ont.
 Duthie Books Ltd., B.C.
 Edwards Books & Arts Limited, Ont.
 Follet of Canada Inc., (Humber College Campus Store), Ont.
 Godard's Stationery Limited, Ont.

Grand & Toy Limited, Ont.
 Greenwoods Bookshoppe (Greenwood Volume II) Ltd., Alta.
 Holder Brokerage (1971) Ltd., N.B.
 Les Librairies Boyer Ltée., Qué.
 Librairie Demarc Inc., (Librairie Garneau), Qué.
 Librairie Garneau (1994) Inc., Qué.
 Librairie Renaud-Bray 1981 Inc., Qué.
 Lichtman's News Agency Inc., Ont.
 Moyer Vico Corp., (Moyer's The Teacher's Store), Ont.
 Remember Cards & Things Ltd., (Hallmark), Ont.
 The Book Factory Inc., Ont.
 United Book Stores Ltd., N.B.
 William E Coutts Co. Ltd., (Hallmark Canada), Ont.
 Willson Stationers Inc., Alta.
 2982651 Manitoba Limited, (Hallmark Cards), Man.

Florist shops - Fleuristes

Broadway Florists Ltd., Man.
 Central Alberta Florists Ltd., Alta.
 Consolidated Flower Corporation, Ont.
 Keirsteads Flower Shop Ltd., N.B.

L.P. Flower Power Inc., (Grower Direct Fresh Cut), Sask.
 Reed's Florist Ltd., Ont.

Florist shops -concluded- Fleuristes -fin

Robert & Karen Wilson Ltd., (Karen's Flowers), Ont.
Tiffany's Plants Limited, (Terra Plants), B.C.

The Greenery Florists Ltd., N.S.
486567 Alberta Ltd., (Grower Direct), Alta.

Hardware stores - Quincailleries

Buzy Bee Machine Tools Ltd., Ont.
Coop. des Cantons/Coopérative Agricole, Qué.
Coopérative Agricole du Pré-Vert, Qué.
Coopérative Fédérée de Québec, (Centre Agricole Coop), Qué.

Corona Home Products Ltd., (Thunderbird Home Centres), B.C.
H. Gagon et Fils (1975) Inc., Qué.
Lee Valley Tools Ltd., Ont.
The Plumbfull Warehouse Ltd., Alta.
Thorsness Hardware Ltd., Sask.

Paint, glass and wallpaper stores - Magasins de peinture, de vitre et de papier-peint

Century Paint and Wallpaper Limited, Ont.
Cloverdale Paint Inc., B.C.
Color Your World Corp., Ont.
Doug Newton Agencies Limited, (Standard Paint & Wallpaper), Ont.
General Paint Ltd., B.C.

J F Eastwood Ltd., (St Clair Paint & Wallpaper), Ont.
Mills Paint Sales Ltd., B.C.
Northern Paint Canada Inc., Man.
St. Clair Paint & Wallpaper Co. Ltd., Ont.
150313 Canada Inc., (Ultralux), Qué.

Sporting goods stores - Magasins d'articles de sport

Bata Industries Ltd., (Athletes World/Combo), Ont.
Becker-Jones Enterprises Ltd., (Golf Plus), Alta.
Cap's Bicycle Stores Ltd., B.C.
Claude Beaulieu Sports (1985) Inc., (Sports Experts), Qué.
Cleve's Sporting Goods Limited, N.S.
Comor Sports Centre Ltd., (Como Skimart), B.C.
Dufferin Game Room Store Ltd., Ont.
Edmonton Running Room Ltd., Alta.
First Effort Investments Ltd., (Joggers), Ont.
Genesis Ventures (1989) Ltd., (Jersey City), Alta.
Gerick Cycle & Sports Ltd., B.C.
Intrawest Corporation, (Blackcomb Ski & Resort), B.C.
Le Baron Outdoor Products Ltd., Qué.
Les Entreprises Speran Inc., Qué.
Mountain Equipment Co-operative, B.C.
National Gym Clothing Limited, Ont.
Physique Health Club Ltd., (Physique Fitness Store), Alta.

Riordan Sports Warehouse Outlets Inc., Ont.
Running Room (Toronto) Ltd., Alta.
Shoe Strings Enterprises Ltd., B.C.
Sport d'Argenson Inc., (André Lalonde Sport), Qué.
Sport Mart Discount Superstores Inc., B.C.
Sport-Chek International Ltd., Alta.
Sports Experts Inc., Qué.
Sports Gilbert Rousseau Inc., Qué.
Superstar Athletic Footwear Ltd., (Superstar), B.C.
The Abominable Ski Shop Ltd., Alta.
The Fishin' Hole (1982) Ltd., Alta.
The Forzani Group Ltd., Alta.
The Sport Authority Canada Inc., Ont.
Tommy & Lefebvre Inc., Ont.
Woolworth Canada Inc., (Champs Sports), Ont.
Woolworth Canada Inc., (Foot Locker), Ont.
726851 Ontario Inc., (Europe Bound), Ont.
2720574 Canada Inc., (Boutique l'Aventurier), Qué.

Record and tape stores - Magasins de disques et de bandes magnétiques

Dee Jay Music Ltd., (Dee Jay's), B.C.
Ed Archambault Inc., (Archambault Musique), Qué.
Jack & Jill Co. Ltd., Alta.
Jean Machine, Sunrise Records & Tapes Inc., Ont.
Les Entreprises Arlem Inc., (Les Disques Lemaires), Qué.
M Perlman Enterprises Inc. & R Perlman Enterprises Inc., Ont.
Music World Limited, Ont.
National Record Distributors Ltd., Man.

R B Music Ltd., (Record Baron), Man.
Radioland Ltd., N.B.
Rembrandt Holdings Ltd., (Kareena Services), B.C.
Rock Entertainment Accessories Inc., (The Ultimate Music Store), Ont.
Sniderman Radio Sales & Service Ltd., Ont.
Sunrise Video Inc., (Sunrise Records/Jean Machine), Ont.
Temi Canada Inc., (HMV Canada Div.), Ont.
The Blue Note Records & Tapes, Alta.
Trans-Canada Archambault, (Distribution Trans-Canada), Qué.

Record and tape stores -concluded- Magasins de disques et de bandes magnétiques-fin

107082 Canada Inc., (Polysons), Qué.

826129 Ontario Inc., (C.D. Plus), Ont.

Jewellery stores - Bijouteries

Ann-Louise Jewellers Ltd., B.C.

Anstett Jewellers Ltd., Ont.

Ben Moss Jewellers Western Canada Ltd., Man.

Bijouterie Cathy Inc., Qué.

Bijouterie Laviguer Ltée., Qué.

Bijouterie Rayon d'Or Inc., Qué.

Bijouterie Victor Inc., Qué.

Bijouterie Unior Ltée., Qué.

Biro Holdings Ltd., (Rocks & Gems), Alta.

Bizou International Inc., Qué.

Charm Jewellery Limited, N.S.

Charm Jewellery (Newfoundland) Limited, N.S.

Cortesis Retail Sales Group Inc., (Cortesis Jewellers), Ont.

Crescent Jewellers & Appliances Limited, N.S.

Diamant Elinor Inc., Qué.

Dutka Investments Ltd., Sask.

Gold Brick Jewellery Ltd., Alta.

Henry Birks & Sons Inc., Qué.

Hogans Jewel Ltd., N.B.

Jubilee Jewellers Inc., Ont.

Kerns Jewellery (Ontario) Limited, Ont.

Kerns Jewellery (Midtown) Ltd., Ont.

Manufacture de Bijoux Pacific Stamping Inc., (Bijouterie Latendresse), Qué.

Modes Chivas Plus Inc., Qué.

Natures Coin Group Ltd., (Stones/Carat/Zea/Tasars), Alta.

Oswald M Treutler Holdings Ltd., (Freya's Jewellery & Currency Exchange), Alta.

P D Murphy Ltd., Ont.

Peoples Jewellers Corporation, (Peoples & Mappins Div.), Ont.

Pheonix Retailing Limited, (Walters Jewellers), Ont.

Simon's Jewellery Ltd., B.C.

Tadros and Tadros Limited, (Fine Gold Jewellers), Ont.

The House of Gold Jewellers Inc., Ont.

Tower Jewellers Ltd., N.B.

Wards Jewellery Ltd., Alta.

Woolworth Canada Inc., (Afterthoughts), Ont.

Zekes Quality Jewellers Ltd., Man.

137448 Canada Inc., (Bijouterie Edouard), Qué.

9010-7137 Québec Inc., (P.J. Bartier), Qué.

Camera and photographic supply stores - Magasins d'appareils et de fournitures photographiques

Astral Communications Inc., (Astral Photo), Qué.

Black Photo Corporation, Ont.

Budget Photo Ltd., (Color King), B.C.

Centres d'Images Fotoclik Inc., Qué.

Customcolor Photo Labs Ltd., (Lens & Shutter/Customcolor Photo Labs), B.C.

Don's Photo Shop Ltd., Man.

Gem Photographic Production, N.B.

Golden Place Ventures Inc., (50 Minute Photo), Sask.

Heer's Camera Shop Incorporated, Ont.

International Photo Services Ltd., (Banff Film Lab), Alta.

Japan Camera Centre Ltd., Ont.

Kerrisdale Cameras Ltd., B.C.

Les Services Photolac Ltée, (Photo Dix-Quatre), Qué.

McBain Camera Ltd., Alta.

Photo Metro Inc., Ont.

Tooton's Limited, Nfld.

Trans-Canada Archambault, (Distribution Trans-Canada), Qué.

Toy and hobby stores - Magasins de jouets et d'articles de loisir

A D Appleton Enterprises Ltd., (Leisure World), Ont.

Creative People Limited, (Leisure World), Ont.

Educator Supplies Ltd., (Scholar's Choice), Ont.

Hans Christian Toy Stores Ltd., Man.

Lewiscraft Ind., Ont.

Mastermind Educational Technologies Inc., Ont.

Michaels of Canada Inc.,(Michaels), Ont.

Mrs. Tiggy Winkles Ltd., Ont.

Pax Properties Ltd., (Crafts Canada), Alta.

Toys "R" Us (Canada) Ltd./Ltée, Ont.

Zayadi Holdings Ltd., (The Beadworks), B.C.

295879 Alberta Ltd., (The Games People), B.C.

Gift, novelty and souvenir stores - Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs

Adhill Enterprises Inc., (Hallmark Card Shop), Ont.

Allders International (Canada) Ltd., Ont.

Arctic Co-operatives Limited, (Northern Images), Man.

Boutiques Feejo's Inc., Qué.

Bloomsbury's Shoppes Inc., Alta.

Cara Operations Limited, Ont.

Cricklewood Ltd., (Cricklewood & Co.), Man.

Diffusion Arteq Inc., (Arteq), Qué.

Discovery House Trading Ltd., B.C.

Elfin Investments Ltd., (Browsers Nook), Ont.

Gift, novelty and souvenir stores -concluded- Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs-fin

Hachete Distribution Services (Canada) Inc., (The UCS Group (1982), Ont.
 Hill's Koksilah Store Ltd., (Hill Indian Crafts Ltd.), B.C.
 Holder Ventures Ltd., (Hallmark), N.B.
 Korcan Enterprises (Surrey) Ltd., (J. Brian Fine China & Crystal), B.C.
 Le Grenier d'Émilie Inc., Qué.
 Le Rouet Métiers d'Art Inc., (Le Rouet), Qué.
 Magical Memories Unltd., (Commercial Break), Ont.
 Marc Singer Ltd., B.C.
 Minit of Canada Ltd., (Things Engraved), Ont.
 Mister Keys Limited, Ont.
 Oh Yes Toronto Inc., Ont.
 Robert C Edwards Giftware Ltd., Ont.

Rodrigue Bédard Inc., Qué.
 San Francisco Gifts Ltd., Alta.
 Tereve Holdings Ltd., (Bowring), Ont.
 The Abbey Cards & Gift Limited, Ont.
 The Brandy Tree Shoppes Inc., Ont.
 The Disney Store (Canada) Ltd., Ont.
 The Niagara Parks Commission, Ont.
 The Spirit of Christmas Limited, Alta.
 The Two Sisters Inc., P.E.I.
 The Wooly Sheepskin Shoppe Ltd., (Wooly Gift Shoppe), B.C.
 Wrap It Up Inc., Ont.
 719223 Ontario Limited, (Cross Country), Ont.
 828738 Ontario Limited, (It Store), Ont.

Second-hand merchandise stores - Magasins de marchandises d'occasion

Amity Goodwill Industries, Ont.
 Canadian Goodwill Industries Ltd., (Goodwill Industries), Man.
 Cash Canada Group Ltd., Alta.
 Exto Holdings Limited, (Ex-Toggery), Ont.
 Good Will Rehabilitation Services of Alberta, Alta.
 Goodwill Enterprises for The Handicapped, B.C.
 Goodwill Industries of Alberta, (Goodwill Rehabilitation Services of Alberta), Alta.
 Goodwill Industries of Toronto, Ont.
 Guy Leblanc Enterprises (1984) Ltd., (Frenchy's), N.S.
 London Goodwill Industries Association, Ont.
 Ottawa Neighbourhood Services, Ont.
 Society of Saint Vincent de Paul, Ont.
 Society of St-Vincent-de-Paul, Ont.
 St Vincent de Paul Stores of Kent County, Ont.
 Terrence J. Sack, (Pawn Brokers and Estate Jewellery), N.S.
 The Governing Council of the Salvation Army, (Salvation Army New Brunswick Recyling Center), N.B.
 The Governing Council of the Salvation Army, (Montreal Recycling Operations), Qué.
 The Governing Council of the Salvation Army, (Salvation Army Thrift Store), Man.
 The Governing Council of the Salvation Army, (Salvation Army Family Thrift J), Man.

The Governing Council of the Salvation Army, (Hamilton National Recycling Center), Ont.
 The Governing Council of the Salvation Army, (Salvation Army Family Thrift O) Ont.
 The Governing Council of the Salvation Army, (Salvation Army Family Thrift P), Ont.
 The Governing Council of the Salvation Army, (Salvation Army Family Thrift Q), B.C.
 The Governing Council of the Salvation Army, (Salvation Recycling Centre/Salvation Army Family Thrift Store), Man.
 The Governing Council of the Salvation Army, (Edmonton Recycling Center), Alta.
 The Governing Council of the Salvation Army, (Vancouver Recycling Operations), B.C.
 The Governing Council of the Salvation Army, (Salvation Army Family Thrift Y), Alta.
 The Governing Council of the Salvation Army, (Metro Toronto Recycling Center), Ont.
 The Governing Council of the Salvation Army, (Winnipeg Recycling Center), Man.
 The Governing Council of the Salvation Army, (Calgary Recycling Center), Alta.
 The Governing Council of the Salvation Army, (The Victoria Recycling Center), B.C.
 The Salvation Army Thrift Stores, (The Salvation Army - NRO), N.B.
 Value Village Stores Inc., B.C.
 Value Village Stores Ltd., U.S.A.
 Wee Book Inn Enterprises Ltd., Alta.

Optician's shops - Opticiens

Aoco Limited, (Sears Optical), Ont.
 B & N Vision Associates Inc., (Zellers Optical), Ont.
 C & G Optical Inc., (Dr Specs Optical), B.C.
 Crown Optical (1990) Ltd., Alta.
 Derouin Opticians Ltd., Qué.

Dr. Josephson Ltd., Ont.
 F Farhat Opticien, Qué.
 Family Vision Care Ltd., Alta.
 First Canadian Optical Ltd., Ont.
 Fort Optical Limited, (London/Hale Optical), B.C.

Optician's shops -concluded- Opticiens-fin

Frederick Trading Limited, (Sanger Contact Lens Center), Ont.
Geo H. Nelms Ltd., (Nelms Opticians), Ont.
Gray's Optical Ltd., (Vogue Optical), P.E.I.
Hakim Optical Laboratory Ltd., Ont.
Joseph Martz Opticien, (Opti-Club), Qué.
King Optical Group Inc., Man.
Le Lunetier Frenette Inc., Qué.
Lenscrafters Canada Inc., Ont.
Lenscrafters International Inc., (Lenscrafters), Ont.
Lunetteries New-Look (Canada) Inc., Qué.
Metrotown Optical Ltd., B.C.
Optagest Canada Inc., (Opto Vision), Qué.
Optic Direct Inc., (Greiche & Scuff), Qué.
Opticana Eyewear Inc., B.C.
Optivest Associates Inc., Ont.

Pearle Vision Center of Canada Ltd., B.C.
Precision Optics Ltd., (Precision Optical), Ont.
Public Eyecare Management Inc., (Public Optical), Ont.
Service d'Optique Richard Giguère Inc., (Richard Giguère Opticien), Qué.
Sunglass Hut of Canada Ltd., Ont.
Symbol of Sight Ltd., (Precision Optical), Ont.
Tru Valu Optical Ltd., B.C.
Vanier Optical Ltd., Ont.
Visions One Hour Optical Ltd., B.C.
Vogue Optical Incorporated, N.S.
Vogue Optical Limited, P.E.I.
Vogue Optical Ltd., N.B.
Vogue Optical Ltd., N.S.
61073 Manitoba Ltd., (Shopper's Optical), Man.

Luggage and leather goods stores - Magasins de bagages et maroquinerie

Barkley's Stores Ltd., B.C.
Boes Ltd., (Boes), Man.
Bratton Holdings Inc., (Bentley), Man.
Chaussures Aldo Inc., (Access), Qué.
Cuir Bentley Inc., (Bentley), Qué.
Groupe Yellow Inc./Yellow Group Inc., Division Luvin, Qué.
J L Satchel Shop Ltd., B.C.
JBS Bags & Baggage Ltd., (JB's Bags), Alta.

Louis Vuitton Canada, Ont.
MH2 Enterprises Ltd., (Hilton's Bags Plus), B.C.
Ottawa Leather Goods Ltd., Ont.
Tandycrafts Ltd., Ont.
1039506 Ontario Inc., (Bojou), Ont.
2722941 Canada Inc., (Jérôme), Qué.
2755777 Canada Inc., (Bentley), Ont.
2908247 Canada Inc., (Unic Articles de Cuir), Qué.
2960443 Canada Inc., (Bentley), Qué.

Pet stores - Magasins d'animaux de maison

A-1 Aquarium & Pet Supply Ltd., Sask.
All Pet Enterprises Ltd., (Pet Food Plus), Ont.
Best West Pet Foods Inc., Man.
Bosley's Pet Food Marts Ltd., B.C.
Corbrets Tropical Fish & Supplies Ltd., Ont.
D L Berry & Sons Limited, Ont.
Doghouse Kennel Supply Corp, Alta.
Franel Farms Ltd., (Total Pet), B.C.
J E Mondou Ltée., (J E Mondou), Qué.
K & K Pet Foods Ltd., B.C.
Little Critters Pet Shops Inc., Ont.
Little Farm Pet Shop Limited, Ont.
Nutrition Animale A P Inc., Qué.
P J's Pet Centres Ltd., Ont.
P J's Pet Centres (Alberta) '85 Ltd., Alta.

Pat's Pets & Supplies Ltd., Sask.
Pet Fair Pet Centre (Maritime) Ltd., (Petville), Ont.
Pet Valu Inc., Ont.
Ryan's Pet Food Inc., Ont.
The Valley Feed Bag Inc., B.C.
Tisol Industries Ltd., (Tisol Pet Foods Supermarket), B.C.
Trent Pet Inc., Ont.
Trident Pet Supplies Ltd., (Paws & Claws), Alta.
144503 Canada Inc., (Centre d'Animaux Nature), Qué.
213032 Pet store Ltd., (Pet City), Alta.
2146321 Manitoba Ltd., (Petland), Man.
418929 Alberta Ltd., (Petland), Alta.
858813 Ontario Ltd., (Can-Pet Distributors Inc.), Ont.

Other retail stores - Autres magasins de ventes au détail

Audiometric Consultants Maritime Ltd., (Audiology Associates), N.S.
Battery Plus Inc., Ont.
Canada Gardenworks Ltd., (Gardenworks), B.C.
Caprice Distributors Ltd., Man.

Carillon Music Ltd., B.C.
CTS Holdings Ltd., (M & K Home Sales), Alta.
Consumers Distributing Inc., Ont.
Currys Art Store Ltd., Ont.
Encadrements Ste-Anne Inc., Qué.

Other retail stores -concluded- Autres magasins de ventes au détail-fin

Fine's Flowers Ltd., Ont.
 Flare-U Frame-It Franchise Systems Inc., Man.
 Garfield News Company of Canada Limited, (Garfield of Canada), Ont.
 Gordon Price Music Ltd., Alta.
 Grif & Graf Inc., Qué.
 Hachette Distribution Services (Canada) Inc., (The UCS Group), Ont.
 Ingram & Bell Inc., (Doncaster Home Health Care Centre), Ont.
 International Cigar Stores Ltd., Ont.
 Jasamaco Enterprises Inc., (Belle Air Music), Ont.
 Koyman Galleries Limited, Ont.
 L'Entrepôt du Cadre, (D.G.) Inc., Qué.
 Liquidation World Inc., (3900-29th Street NE), Alta.
 Long & McQuade Limited, Ont.
 Mr. Entertainment Music Stores, (St-Albert) Ltd., Alta.
 Omer Deserres Inc., (Loomis & Toles Company), Qué.
 Piscines Trévi Inc., Qué.
 R J Clark Resources Inc., (News Plus/Perks), B.C.
 Regis Pictures & Frames Ltd., B.C.
 Remco Memorials Ltd., Sask.
 Snelling Paper Limited, (The Party Mart), Ont.
 St John's Music Limited, Man.
 Telford Investments Ltd., (Just for Lovers & Love N'Stuff), Alta.
 The Art of Animation Galleries Ltd., Alta.
 The Benjamin Koyman Group Inc., Ont.
 The Safety Depot Ltd., Ont.
 Tom Lee Music Co. Ltd., B.C.
 W. Groombridge Enterprises Inc., (The Sampler), Ont.
 Wallack's Art Shop and Gallery Ltd., (Wallacks), Ont.
 Ward Music Ltd., B.C.
 White Rose Crafts Nursery Sales Ltd., Ont.
 Wine Art Inc., Ont.
 2736-4934 Québec Inc., Qué.
 2743329 Canada Inc., (Presse Commerce), Qué.
 353742 Alberta Ltd., (Brew Crew Beer & Wine Making Supplies), Alta.

Appendix VI

List of Department Stores in Canada, 1996

Hudson's Bay Co., Ont.
K-Mart Canada Limited, Ont.
Sears Canada Inc., Ont.

Appendice VI

Répertoire des grands magasins au Canada, 1996

The T Eaton Co. Ltd., Ont.
Wal-Mart Canada Inc., Ont.
Zeller's Inc., Qué.



**when you subscribe to
the *Canadian Economic
Observer*!**

Understanding what is key to Canada's economic activity is important to virtually every successful business, particularly in today's highly competitive economy. Whether your company has 10 employees or 10,000, it's vital that you are equipped to anticipate the trends that could prove influential in the years ahead. One way is to subscribe to Canada's leading report card on the economy — the *Canadian Economic Observer (CEO)*.

► CEO meets your needs

Whether your job requires you to access data, track trends or devise highly effective business plans, you'll find many uses for *CEO*. Packed with detailed charts, diagrams and tables, *CEO* is your hands-on tool for understanding the economy from the inside out. And *CEO* gives you the kind of in-depth, intelligent analysis you have come to expect from the world's leading statistical agency.

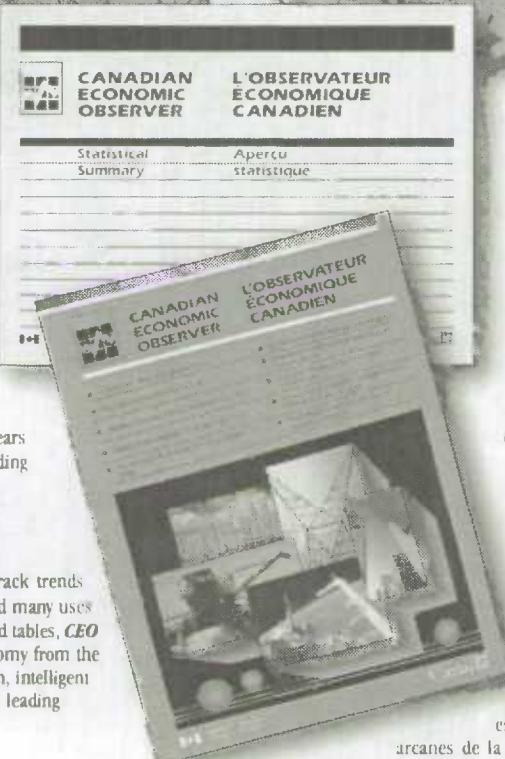
► CEO is easy to use

Consultations with experts have contributed to *CEO*'s present, widely acclaimed format. The **Current Economic Conditions** section contains thought-provoking commentary on current issues, trends and developments. Economic growth, trade, financial market activity — all of the major economic developments across Canada are covered month to month, issue by issue.

The **Economic Events** section profiles developments in the previous month that had an impact on the economy. **Plus, CEO** has a topical **Feature Article** providing thoughtful insight into issues that either directly or indirectly affect all Canadians. A separate **Statistical Summary** carries a full range of hard data relating to important economic indicators: markets, prices, trade, demographics, unemployment and many others.

► CEO offers solutions

As a subscriber, you'll be directly connected to Statistics Canada's economic analysts. You'll also receive a copy of *CEO*'s annual **Historical Statistical Summary** at no additional charge.



729MISC96315

**des abonnés à
*L'Observateur économique
canadien*!**

Il est important pour à peu près *toutes* les entreprises prospères de comprendre les grandes lignes de l'activité économique, surtout dans l'économie concurrentielle d'aujourd'hui. Que votre entreprise compte dix, cent ou plus de mille employés, vous voudrez sans doute vous équiper en vue d'anticiper les tendances qui peuvent exercer une influence sur les années à venir. Un bon moyen consiste à vous abonner au principal bulletin de santé économique du Canada : *L'Observateur économique canadien (L'OEC)*.

► L'OEC répond à vos besoins

Que vous ayez à consulter des données, à repérer de grandes tendances ou à concevoir des plans d'entreprises efficaces, *L'OEC* répondra à nombre de vos besoins. Rempli de tableaux, de graphiques et de diagrammes détaillés, *L'OEC* est l'outil pratique par excellence pour comprendre les arcanes de la conjoncture économique. De plus, *L'OEC* vous offre le type d'analyse fouillée et intelligente à laquelle vous vous attendez d'un leader mondial dans le domaine de la statistique.

► L'OEC est simple à utiliser

Des consultations avec plusieurs experts ont fait en sorte que le nouveau format de *L'OEC* reçoit aujourd'hui un accueil enthousiaste de la part de nos nombreux lecteurs. La section des **Conditions économiques actuelles** comprend des commentaires percutants sur des questions, des tendances et des développements économiques. La croissance économique, le commerce, l'activité des marchés financiers — les événements économiques marquants au Canada sont examinés dans chaque numéro mensuel.

La section **Événements économiques** regroupe les faits d'actualité ayant eu un impact majeur sur l'économie au cours du mois précédent. **En plus, L'OEC** comprend une **Étude spéciale** qui examine en profondeur des sujets qui touchent directement ou indirectement presque tous les Canadiens et Canadiennes. Enfin, l'**Aperçu statistique** contient l'ensemble des chiffres réels pour les indicateurs économiques essentiels : les marchés, les prix, le commerce, la démographie, le chômage, et bien d'autres encore.

► L'OEC vous offre des solutions

En tant qu'abonné, vous profiterez d'une communication directe avec les analystes de Statistique Canada. Vous receverez également, sans frais additionnels, un exemplaire du **Supplément statistique historique de L'OEC**.

**VISIT OUR WEB SITE!
www.statcan.ca**

Subscribe to the *Canadian Economic Observer* (catalogue #11-010-XPB) TODAY for only \$22.27 in Canada plus GST/HST and applicable PST and US\$22.77 in other countries. Call TOLL-FREE 1-800-267-6677 or FAX 1-800-889-9734 or (613) 951-1584 and use your VISA or MasterCard. You can also MAIL your order to: Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, or contact the nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication.

**VISITEZ NOTRE SITE INTERNET!
www.statcan.ca**

Abonnez-vous dès AUJOURD'HUI à *L'Observateur économique canadien* (numéro au catalogue 11-010-XPB) pour seulement 22.77 \$ au Canada (TPS/TVA et TVP en sus, si il y a lieu) et 22.77 \$ dans les autres pays. Composer SANS FRAIS le 1-800-267-6677 ou faites-nous parvenir votre commande par TÉLÉCOPIEUR au 1-800-889-9734 ou au (613) 951-1584 et utilisez votre carte VISA ou MasterCard. Vous pouvez également envoyer votre commande par la POSTE à l'adresse suivante: Statistique Canada, Division des opérations et de l'intégration, Gestion de la circulation, 120, av. Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6. Ou communiquer avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près et dont la liste figure dans la présente publication.



ORDER FORM

Statistics Canada

TO ORDER:

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

THANK YOU FOR YOUR ORDER!





1010269409

Build on the range and depth of your knowledge and experience

Put the power of **Inter-Corporate Ownership 1998** to work for you!

W

hen you're working to stay on top of the volatile business environment, and dealing with increased client expectations and escalating competition, you know success boils down to one thing. **Performance.** *Inter-Corporate Ownership 1998* helps you meet **your** standards of excellence by providing you with accurate, timely and comprehensive business ownership information, while saving you valuable research time. Use this definitive guide to learn at a glance who owns and controls which companies, where their head offices are located, how they fit into the corporate hierarchy, and much more.



Knowledge = Power

Inter-Corporate Ownership 1998 provides you with **value-added** features you simply **cannot** get anywhere else, including:

- **89,000** comprehensive company listings, with approximately **11,000** foreign parent companies
- **tens of thousands more listings** than any comparable resource
- **meticulously organized data**, fully indexed for quick searches and easy cross referencing
- **a choice of formats** to better meet **your** particular information needs:

★ CD-ROM ★ hard-cover book

An indispensable resource for lawyers, analysts, investors, lobbyists, researchers and corporate executives, *Inter-Corporate Ownership 1998* will help you to:

- identify corporate pyramids and explore investment opportunities
- pinpoint marketing opportunities and target the right decision makers
- locate potential customers and learn about competitors
- trace changes in foreign control and uncover export opportunities

- fulfill due diligence requirements

Research business ownership questions more quickly, **reliably** and easily with *Inter-Corporate Ownership 1998*. Put its powerful contents to work for you!

Special package offers on **ICO 98 Book & CD-ROM** now available!

Save 15% - 20%!

Inter-Corporate Ownership 1998 — Book (Cat. No. 61-517-XPB) is \$350.

Inter-Corporate Ownership 1998 on CD-ROM (Cat. No. 61-517-XCB) costs \$995 for an annual subscription or \$350 for a single quarterly issue. Special Package Offers: *ICO 98 Book & CD-ROM* annual subscription costs \$1076; *ICO 98 Book & CD-ROM* current quarterly issue costs \$595. ALL PRICES EXCLUDE SALES TAX. For brief queries on individual company listings, contact an account executive at one of the regional reference centres listed in this publication.

To order, CALL toll-free at 1 800 267-6677, FAX your VISA, MasterCard order to 1 800 889-9734 or MAIL your order to Statistics Canada, Dissemination Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6. Or contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre listed in this publication. You may also order via E-MAIL: order@statcan.ca.

Soyez à la
savoir-faire

STATISTICS CANADA LIBRARY
BIBLIOTHÈQUE STATISTIQUE CANADA

Tirez profit de **Liens de parenté entre sociétés** **1998**

P

our demeurer compétitif dans le monde changeant des affaires, pour faire face à l'augmentation des attentes des clients et à l'escalade de la concurrence, vous savez que le succès se résume en un seul mot. Rendement. *Liens de parenté entre sociétés 1998* vous aide à atteindre vos normes d'excellence en vous fournissant des renseignements exacts, actuels et complets sur les sociétés, tout en vous épargnant du temps précieux de recherche. C'est un guide complet pour connaître, d'un coup d'œil, qui possède et contrôle quelles sociétés, où se trouvent leurs sièges sociaux, comment ces sociétés s'imbriquent dans la hiérarchie globale et bien d'autres renseignements.

NOUVEAU!
CD-ROM
version mise à jour
Mises à jour régulières
performances, à
bon marché!

Savoir-faire = Pouvoir

Liens de parenté entre sociétés 1998 vous procure des caractéristiques à valeur ajoutée que vous ne pouvez tout simplement pas retrouver ailleurs, y compris :

- **89 000** inscriptions détaillées, dont celles d'environ **11 000** sociétés-mères étrangères
- **des dizaines de milliers d'inscriptions de plus** que toute source comparable
- **des données rassemblées avec précision**, entièrement indexées pour des recherches rapides et des renvois faciles
- **un choix de formats** pour mieux satisfaire vos besoins particuliers :
 - ★ CD-ROM ★ livre relié

Une source indispensable pour les juristes, les analystes, les investisseurs, les lobbyistes, les chercheurs et les chefs d'entreprises, *Liens de parenté entre sociétés 1998* vous aidera à :

- identifier les hiérarchies des sociétés et à explorer des possibilités d'investissements
- pointer les possibilités de marketing et à cibler les vrais décideurs
- reconnaître des clients potentiels et à connaître vos concurrents
- suivre les changements de propriété à l'étranger et à découvrir des débouchés à l'exportation
- répondre à des exigences de «célérité raisonnable»

Liens de parenté entre sociétés 1998 répond plus rapidement, plus adéquatement et plus facilement aux questions sur les différentes sociétés. Mettez son incroyable contenu à votre service!

Pour commander, TÉLÉPHONEZ sans frais au 1 800 267-6677, TÉLÉCOPIEZ vos commandes par VISA ou MasterCard au 1 800 889-9734 ou POSTEZ votre commande à Statistique Canada, Division de la diffusion, Gestion de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6. Ou communiquez avec votre Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous mentionné dans la présente publication. Vous pouvez aussi commander par COURRIEL à : order@statcan.ca.

Offres spéciales pour le livre **LPS 1998 & le CD-ROM** disponibles maintenant!

Épargnez de 15 % à 20 %!

Liens de parenté entre sociétés 1998 — Livre (N° 61-517-XPB au catalogue) se vend 350 \$.

Liens de parenté entre sociétés 1998 sur CD-ROM (N° 61-517-XCB au catalogue) se vend 995 \$ pour un abonnement annuel ou 350 \$ pour un seul numéro trimestriel. Offres spéciales : *LPS 1998 Livre & CD-ROM* abonnement annuel pour

1076 \$; *LPS 1998 Livre & CD-ROM* numéro trimestriel courant pour 595 \$. TOUS LES PRIX N'INCLURENT PAS LES TAXES DE VENTE. Pour de brèves interrogations sur des entreprises individuelles, communiquez avec une des personnes-ressources à un des centres de consultation régional dans la présente publication.

What class of business are you in?

NAICS Canada 1997... an indispensable reference tool for understanding the burgeoning economies of Canada, the United States and Mexico!

Monitoring business and economic activity just got simpler! The *North American Industry Classification System (NAICS) Canada 1997*, replaces the 1980 Standard Industrial Classification (SIC) system. *NAICS Canada 1997* identifies many new industries and categories. Now, you can access up-to-date information on the growth and diversification of economic activity in recent decades. Whatever business you are in, chances are you'll want to get your hands on this ground-breaking tool! *NAICS Canada 1997* provides, for the first time, a common framework for the collection of comparable production data for NAFTA's three trade partners ... making it easier than ever to compare financial and economic statistics between Canada, the United States and Mexico!

What's more, you can get the information you need in the format you want: *NAICS Canada 1997* is available both in a durable hardcover book and on CD-ROM. The portable-size manual, with its detailed index, makes a handy desktop reference while the user-friendly CD-ROM allows you to access comprehensive industry information quickly and easily.

NAICS Canada 1997 is indispensable for all suppliers and users of economic data in industry, business, governments, banks, trade associations, academia, research and elsewhere. Use this first-of-its-kind resource to make more informed business and policy decisions and to enhance your professional productivity!

NAICS Canada 1997...

- ▶ allows every business to see precisely to which industry it belongs ... essential for assessing business performance
- ▶ differentiates between
 - ▷ industries where all three countries produce common comparable data
 - ▷ industries unique to Canada
- ▶ recognizes the emergence of the new service economy, including the growing high tech industries as well as health care and social services
- ▶ identifies 921 industries in 20 sectors.

In an economy where change is a constant factor, first class information is essential to your success! Order your copy of *NAICS Canada 1997* today!

NAICS Canada 1997 (Cat. No. 12-501-XPE) costs \$45 (plus GST/HST and applicable PST). The bilingual CD-ROM version of *NAICS Canada 1997* (Cat. No. 12-501-XCB) costs \$100 (plus GST/HST and applicable PST). To order, CALL toll-free at 1 800 267-6677, FAX your VISA, MasterCard order to 1 800 889-9734 or MAIL your order to Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, Canada, K1A 0T6. Or contact your nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication. You may also order via e-mail: order@statcan.ca.



À quelle classe votre entreprise appartient-elle?

SCIAN Canada 1997...

un outil de référence indispensable pour comprendre les économies florissantes du Canada, des États-Unis et du Mexique!

Il est désormais plus facile de suivre l'activité commerciale et économique! Le *Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN) Canada 1997* remplace la Classification type des industries (CTI) de 1980. Le *SCIAN Canada 1997* compte bon nombre de nouvelles classes et catégories. Vous pouvez maintenant avoir accès à des renseignements à jour sur la croissance et la diversification de l'activité économique au cours des dernières décennies.

Peu importe votre secteur d'activité, vous ne voudrez pas rater l'occasion de mettre la main sur cet outil novateur! Le *SCIAN Canada 1997* offre, pour la première fois, un cadre commun de collecte de données de production comparables pour les trois partenaires de l'ALENA. Il est donc plus facile que jamais de comparer les statistiques financières et économiques du Canada, des États-Unis et du Mexique!

De plus, vous pouvez obtenir l'information que vous désirez dans le format de votre choix : le *SCIAN Canada 1997* est offert sous la forme d'un livre cartonné durable et sur CD-ROM. Le manuel de format pratique comprend un index détaillé et constitue un ouvrage de référence maniable, tandis que le CD-ROM convivial vous donne accès facilement et rapidement à des données complètes sur l'activité économique.

Le *SCIAN Canada 1997* est un outil indispensable pour tous les fournisseurs et les utilisateurs de données économiques dans le secteur privé, les entreprises, les administrations publiques, les banques, les associations professionnelles, le milieu universitaire, le milieu de la recherche et d'autres secteurs d'activité. Utilisez cet outil innovateur pour prendre des décisions plus éclairées en matière de gestion ou d'orientation et pour accroître votre productivité professionnelle!

SCIAN Canada 1997...

- ▶ permet à chaque entreprise de déterminer avec précision la classe à laquelle elle appartient; un mécanisme essentiel pour évaluer son rendement;
- ▶ établit une distinction entre
 - ▷ les classes d'activité pour lesquelles les trois pays produisent des données communes comparables
 - ▷ et les classes propres au Canada;
- ▶ reconnaît l'émergence de la nouvelle économie de services, notamment du secteur florissant de la haute technologie de même que du secteur de la santé et des services sociaux;
- ▶ définit 921 classes réparties dans 20 secteurs.

Dans une économie en constante mutation, le succès de votre entreprise dépend de l'accès à des données de premier ordre! Commandez votre exemplaire du *SCIAN Canada 1997* dès aujourd'hui!

Le prix du *SCIAN Canada 1997* (n° 12-501-XPP au cat.) est de 45 \$ (TPS/TVA et TVP, le cas échéant, en sus). La version bilingue du *SCIAN Canada 1997* sur CD-ROM (n° 12-501-XCB au cat.) coûte 100 \$ (TPS/TVA et TVP, le cas échéant, en sus). Pour commander, COMPOSEZ sans frais le 1 800 267-6677, envoyez votre bon de commande (VISA ou MasterCard) par TÉLÉCOPIEUR au 1 800 889-9734 ou par la POSTE à l'adresse suivante : Statistique Canada, Division des opérations et de l'intégration, Gestion de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) Canada, K1A 0T6. Vous pouvez également communiquer avec l'un des centres de consultation de Statistique Canada dont la liste figure dans la présente publication ou encore passer votre commande par courrier électronique : order@statcan.ca.