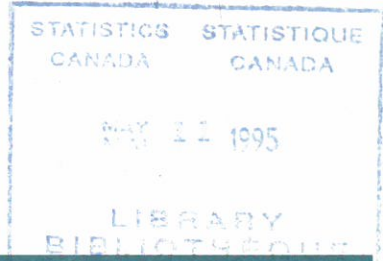


# Wholesaling and Retailing in Canada, 1993

# Les commerces de gros et de détail au Canada, 1993





### 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 CD, diskette, computer print-out, microfiche and microfilm, and magnetic tape. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct online access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable database and retrieval system.

### How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Wholesale Trade Section,  
Retail Trade Section,  
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 1-613-951-3541 or 1-613-951-3556) or to the Statistics Canada reference centre in:

Halifax (1-902-426-5331)	Regina (1-306-780-5405)
Montréal (1-514-283-5725)	Edmonton (1-403-495-3027)
Ottawa (1-613-951-8116)	Calgary (1-403-292-6717)
Toronto (1-416-973-6586)	Vancouver (1-604-666-3691)
Winnipeg (1-204-983-4020)	

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland, Labrador, Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Saskatchewan	1-800-667-7164
Manitoba	1-800-661-7828
Southern Alberta	1-800-882-5616
Alberta and Northwest Territories	1-800-563-7828
British Columbia and Yukon	1-800-663-1551

Telecommunications Device for the Hearing Impaired	1-800-363-7629
Toll Free Order Only Line (Canada and United States)	1-800-267-6677

### How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Marketing Division, Sales and Service, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

(1-613-951-7277)  
Facsimile Number (1-613-951-1584)  
Toronto Credit Card Only (1-416-973-8018)

### Standards of Service to the Public

To maintain quality service to the public, Statistics Canada follows established standards covering statistical products and services, delivery of statistical information, cost-recovered services and service to respondents. To obtain a copy of these service standards, please contact your nearest Statistics Canada Regional Reference Centre.

### Des données sous plusieurs formes . . .

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes. Les données sont disponibles sur 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 ordinoalogue et le système d'extraction de Statistique Canada.

### Comment obtenir d'autres renseignements

Toute demande de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doit être adressée au:

Section du Commerce de gros,  
Section du Commerce de détail,  
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 téléphone: (1-613-951-3541 ou 1-613-951-3556) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

Halifax (1-902-426-5331)	Regina (1-306-780-5405)
Montréal (1-514-283-5725)	Edmonton (1-403-495-3027)
Ottawa (1-613-951-8116)	Calgary (1-403-292-6717)
Toronto (1-416-973-6586)	Vancouver (1-604-666-3691)
Winnipeg (1-204-983-4020)	

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve, Labrador, Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-263-1136
Saskatchewan	1-800-667-7164
Manitoba	1-800-661-7828
Sud de l'Alberta	1-800-882-5616
Alberta et Territoires du Nord-Ouest	1-800-563-7828
Colombie-Britannique et Yukon	1-800-663-1551

Appareils de télécommunications pour les malentendants	1-800-363-7629
Numéro sans frais pour commander seulement (Canada et États-Unis)	1-800-267-6677

### Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Division du marketing, Ventes et Service, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

(1-613-951-7277)  
Numéro du télécopieur (1-613-951-1584)  
Toronto Carte de crédit seulement (1-416-973-8018)

### Normes de service au public

Afin de maintenir la qualité du service au public, Statistique Canada observe des normes établies en matière de produits et de services statistiques, de diffusion d'information statistique, de services à recouvrement des coûts et de services aux répondants. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le Centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.





Statistics Canada  
Industry Division  
Wholesale Trade Section  
Retail Trade Section

# Wholesaling and Retailing in Canada, 1993

Statistique Canada  
Division de l'industrie  
Section du commerce de gros  
Section du commerce de détail

# Les commerces de gros et de détail au Canada, 1993

Published by authority of the Minister  
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 1995

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

May 1995

Price: Canada: \$45.00  
United States: US\$54.00  
Other Countries: US\$63.00

Catalogue No. 63-236

ISSN 1201-0588

Ottawa

Publication autorisée par le ministre  
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1995

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

Mai 1995

Prix : Canada : 45 \$  
États-Unis : 54 \$ US  
Autres pays : 63 \$ US

N° 63-236 au catalogue

ISSN 1201-0588

Ottawa

---

## Note of Appreciation

*Canada owes the success of its statistical system to  
a long-standing cooperation involving Statistics  
Canada, the citizens of Canada, its businesses,  
governments and other institutions. Accurate and  
timely statistical information could not be produced  
without their continued 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.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

### NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

This publication was prepared under the direction of:

- **G. Andrusiak**, Director, Industry Division
- **R. Lussier**, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **B. Thériault**, Chief, Retail Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **L. Murphy**, Chief, Wholesale Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry 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

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- 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.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **G. Andrusiak**, directeur, Division de l'industrie
- **R. Lussier**, directeur adjoint, Sous-division des commerces de distribution, Division de l'industrie
- **B. Thériault**, chef, section du commerce de détail, Sous-division des commerces de distribution, Division de l'industrie.
- **L. Murphy**, chef, section du commerce de gros, Sous-division des commerces de distribution, Division de l'industrie.

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

## Table des matières

	Page		Page
<b>Highlights</b>	7	<b>Faits saillants</b>	7
<b>Description of the Annual Wholesale and Retail Trade Survey</b>	8	<b>Description de l'Enquête annuelle sur les commerces de gros et de détail</b>	8
<b>For Further Reading</b>	10	<b>Lectures suggérées</b>	10
<b>Annual Review - Wholesale Trade</b>	11	<b>Revue annuelle - Commerce de gros</b>	11
<b>Annual Review - Retail Trade</b>	16	<b>Revue annuelle - Commerce de détail</b>	16
<b>Table</b>		<b>Tableau</b>	
1.1 Wholesale Trade - Historical Series, Canada, 1983-1993	23	1.1 Commerce de gros - Série historique, Canada, 1983-1993	23
1.2 Retail Trade - Historical Series, Canada, 1983-1993	23	1.2 Commerce de détail - Série historique, Canada, 1983-1993	23
2.1 Wholesale Trade - Total Operating Revenue by Trade Group, Canada, 1993	24	2.1 Commerce de gros - Recettes d'exploitation totales par groupe de commerce, Canada, 1993	24
2.2 Retail Trade - Total Operating Revenue by Trade Group, Canada, 1993	24	2.2 Commerce de détail - Recettes d'exploitation totales par groupe de commerce, Canada, 1993	24
3.1 Wholesale Trade - All Groups, Canada, 1993	25	3.1 Commerce de gros - Tous les groupes, Canada, 1993	25
3.2 Wholesale Trade - Food, Beverage, Drug and Tobacco Products, Canada, 1993	26	3.2 Commerce de gros - Produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac, Canada, 1993	26
3.3 Wholesale Trade - Apparel and Dry Goods, Canada, 1993	27	3.3 Commerce de gros - Vêtements et articles de mercerie, Canada, 1993	27
3.4 Wholesale Trade - Household Goods, Canada, 1993	28	3.4 Commerce de gros - Articles ménagers, Canada, 1993	28
3.5 Wholesale Trade - Motor Vehicles, Parts and Accessories, Canada, 1993	29	3.5 Commerce de gros - Véhicules automobiles, pièces et accessoires, Canada, 1993	29
3.6 Wholesale Trade - Metal, Hardware, Plumbing and Heating Equipment and Supplies, Canada, 1993	30	3.6 Commerce de gros - Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage, Canada, 1993	30



## Table of Contents - Continued

## Tables des matières - suite

3.7 Wholesale Trade - Lumber and Building Materials, Canada, 1993	31	3.7 Commerce de gros - Bois et matériaux de construction, Canada, 1993	31
3.8 Wholesale Trade - Farm Machinery, Equipment and Supplies, Canada, 1993	32	3.8 Commerce de gros - Machines, matériel et fournitures agricoles, Canada, 1993	32
3.9 Wholesale Trade - Other Machinery, Equipment and Supplies, Canada, 1993	33	3.9 Commerce de gros - Autres machines, matériel et fournitures, Canada, 1993	33
3.10 Wholesale Trade - Other Products, Canada, 1993	34	3.10 Commerce de gros - Produits divers, Canada, 1993	34
3.11 Wholesale Trade - Grains, Canada, 1993	35	3.11 Commerce de gros - Céréales, Canada, 1993	35
3.12 Wholesale Trade - Petroleum Products, Canada, 1993	36	3.12 Commerce de gros - Produits pétroliers, Canada, 1993	36
4.1 Retail Trade - All Groups, Canada, 1993	37	4.1 Commerce de détail - Tous les groupes, Canada, 1993	37
4.2 Retail Trade - Supermarkets and Grocery Stores, Canada, 1993	38	4.2 Commerce de détail - Supermarchés d'alimentation et épiceries, Canada, 1993	38
4.3 Retail Trade - All Other Food Stores, Canada, 1993	39	4.3 Commerce de détail - Tous les autres magasins d'alimentation, Canada, 1993	39
4.4 Retail Trade - Drug and Patent Medicine Stores, Canada, 1993	40	4.4 Commerce de détail - Pharmacies et magasins de médicaments brevetés, Canada, 1993	40
4.5 Retail Trade - Shoe Stores, Canada, 1993	41	4.5 Commerce de détail - Magasins de chaussures, Canada, 1993	41
4.6 Retail Trade - Men's Clothing Stores, Canada, 1993	42	4.6 Commerce de détail - Magasins de vêtements pour hommes, Canada, 1993	42
4.7 Retail Trade - Women's Clothing Stores, Canada, 1993	43	4.7 Commerce de détail - Magasins de vêtements pour dames, Canada, 1993	43
4.8 Retail Trade - Other Clothing Stores, Canada, 1993	44	4.8 Commerce de détail - Autres magasins de vêtements, Canada, 1993	44
4.9 Retail Trade - Household Furniture and Appliances Stores, Canada, 1993	45	4.9 Commerce de détail - Magasins de meubles et d'appareils ménagers, Canada, 1993	45
4.10 Retail Trade - Household Furnishings Stores, Canada, 1993	46	4.10 Commerce de détail - Magasins d'accessoires d'ameublement, Canada, 1993	46
4.11 Retail Trade - Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers, Canada, 1993	47	4.11 Commerce de détail - Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs, Canada, 1993	47
4.12 Retail Trade - Gasoline Service Stations, Canada, 1993	48	4.12 Commerce de détail - Stations-service, Canada, 1993	48



## Table of Contents - Continued

## Tables des matières - suite

4.13 Retail Trade - Automotive Parts, Accessories and Service Stores, Canada, 1993	49	4.13 Commerce de détail - Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services, Canada, 1993	49
4.14 Retail Trade - General Merchandise Stores, Canada, 1993	50	4.14 Commerce de détail - Magasins de marchandises diverses, Canada, 1993	50
4.15 Retail Trade - Other Semi-Durable Goods Stores, Canada, 1993	51	4.15 Commerce de détail - Autres magasins de produits semi-durables, Canada, 1993	51
4.16 Retail Trade - Other Durable Goods Stores, Canada, 1993	52	4.16 Commerce de détail - Autres magasins de produits durables, Canada, 1993	52
4.17 Retail Trade - Other Retail Stores, Canada, 1993	53	4.17 Commerce de détail - Autres magasins de ventes au détail, Canada, 1993	53
5.1 Wholesale Trade - Performance Indicators by Trade Group, Canada, 1993	54	5.1 Commerce de gros - Indicateurs de performance par groupe de commerce, Canada, 1993	54
5.2 Retail Trade - Performance Indicators by Trade Group, Canada, 1993	54	5.2 Commerce de détail - Indicateurs de performance par groupe de commerce, Canada, 1993	54
6.1 Total Operating Revenue by the 1980 Standard Industrial Classification, Wholesale Trade, Canada, 1993	55	6.1 Recettes d'exploitation totales par la Classification type des industries de 1980, Commerce de gros, Canada, 1993	55
6.2 Total Operating Revenue by the 1980 Standard Industrial Classification, Retail Trade, Canada, 1993	58	6.2 Recettes d'exploitation totales par la Classification type des industries de 1980, Commerce de détail, Canada, 1993	58
7.0 Wholesale Trade - Total Operating Revenue by Class of Customer and Trade Group, Canada, 1993	61	7.0 Commerce de gros - Recettes d'exploitation totales selon le type de clientèle et le groupe de commerce, Canada, 1993	61
8.0 Retail Trade - Total Operating Revenue by Type of Operation and Trade Group, Canada, 1993	62	8.0 Commerce de détail - Recettes d'exploitation totales par type d'exploitation et groupe de commerce, Canada, 1993	62
9.1 Wholesale Trade - Selected Price Indices, Canada, 1988-1993	63	9.1 Commerce de gros - Indices de prix divers, Canada, 1988-1993	63
9.2 Retail Trade - Selected Price Indices, Canada, 1987-1993	63	9.2 Commerce de détail - Indices de prix divers, Canada, 1987-1993	63



<b>Table of Contents - Concluded</b>		<b>Tables des matières - fin</b>	
<b>Methodolgy</b>	65	<b>Méthodologie</b>	65
<b>Data Quality</b>	68	<b>Qualité des données</b>	68
<b>Supplementary Tables</b>		<b>Tableaux supplémentaires</b>	
1.1 Data Quality Table - Wholesale Trade by Trade Group, Canada, 1993	71	1.1 Tableau de qualité de données - Commerce de gros par groupe de commerce, Canada, 1993	71
1.2 Data Quality Table - Wholesale Trade by Province or Territory, Canada, 1993	71	1.2 Tableau de qualité de données - Commerce de gros par province ou territoire, Canada, 1993	71
2.1 Data Quality Table - Retail Trade, by Trade Group, Canada, 1993	72	2.1 Tableau de qualité de données - Commerce de détail, par groupe de commerce, Canada, 1993	72
2.2 Data Quality Table - Retail Trade, by Province or Territory, Canada, 1993	72	2.2 Tableau de qualité de données - Commerce de détail, par province ou territoire, Canada, 1993	72
<b>Special Requests</b>	73	<b>Demandes spéciales</b>	73
<b>Glossary</b>	74	<b>Glossaire</b>	74
<b>Appendix I - Questionnaire</b>	78	<b>Annexe I - Questionnaire</b>	78
<b>Appendix II - Trade Group Coverage - Wholesale Trade, 1993</b>	82	<b>Annexe II - Couverture des groupes de commerce, commerce de gros, 1993</b>	82
<b>Appendix III - Trade Group Coverage - Retail Trade, 1993</b>	84	<b>Annexe III - Couverture de groupes de commerce, commerce de détail, 1993</b>	84

## Highlights

A strong economic performance in Western Canada fuelled the growth of wholesalers' and retailers' revenues in 1993. Revenues from wholesale trade rose 7.7% to total \$254.0 billion, while those from retail trade were up 5.7% to reach \$195.6 billion.

Revenues rose in all sectors of wholesale and retail trade. Wholesalers of apparel and dry goods registered the highest revenue increase (+13.2%). Drug stores posted the largest revenue increase in retail trade (+12.8%).

British Columbia was the province that recorded the highest revenue increase for both wholesale trade (+15%) and retail trade (+10%) fuelled by strong exports and a significant increase in its population. The Maritime provinces showed the weakest growth in revenue for both wholesale (+2.9%) and retail trade (+3.4%).

Retailers operated with higher gross margins as a percentage of total operating revenue (27.4%) than wholesalers (21.1%) in 1993. However, wholesalers earned higher profit margins (4.2%) than retailers (2.8%). Expenses on employee earnings and benefits were also higher for retailers (12.3%) than for wholesalers (8.5%).

Wholesalers selling goods to consumers (through retailers) tend to have lower gross margins than those selling to other businesses or foreign markets. However, both wholesalers and retailers of clothing have relatively high gross margins (28.4% and 43.3% respectively).

### DID YOU KNOW THAT...

Wholesalers and retailers together contribute 12% of Canada's Gross Domestic Product and that it has been growing for the last 10 years. In comparison, manufacturing activities account for 17% of GDP.

## Faits saillants

La croissance économique soutenue dans l'ouest du Canada a contribué à la hausse des revenus des grossistes et des détaillants en 1993. Les revenus des grossistes étaient de 254.0 milliards\$, en hausse de 7.7% par rapport à 1992, tandis que ceux des détaillants ont atteint 195.6 milliards\$, en hausse de 5.7%.

Les revenus de tous les groupes de grossistes et de détaillants ont augmenté. Les plus importantes hausses ont été enregistrées par les grossistes de vêtements et d'articles de mercerie (+13.2%). Chez les détaillants, les plus importantes augmentations ont été rapportées par les pharmacies (+12.8%).

C'est en Colombie-Britannique que les revenus ont augmenté le plus en 1993, autant pour les grossistes (+15%) que pour les détaillants (+10%) en raison de fortes exportations et d'une croissance rapide de la population de cette province. Par contre, les provinces maritimes ont affiché les plus faibles augmentations autant pour les grossistes (+2.9%) que pour les détaillants (+3.4%).

Les détaillants opéraient avec des marges brutes plus élevées en pourcentage de leurs revenus (27.4%) que les grossistes (21.1%) en 1993. Cependant, les grossistes ont dégagé des marges de profits plus élevées (4.2%) que les détaillants (2.8%). Les dépenses en salaires et traitements des détaillants ont également été plus élevées (12.3%) que celles des grossistes (8.5%).

Les grossistes qui vendent des biens aux consommateurs (par le biais des détaillants) ont généralement des marges brutes plus faibles que ceux qui vendent des biens destinés aux entreprises ou à l'exportation. Cependant, les grossistes et les détaillants de vêtements affichent des marges brutes parmi les plus élevées des deux secteurs (28.4% et 43.3% respectivement).

### SAVIEZ-VOUS QUE...

Les grossistes et les détaillants contribuent ensemble à 12% du Produit Intérieur Brut du Canada et que cette part s'est accrue sans cesse depuis 10 ans. Comparativement, le secteur manufacturier compte pour 17% du PIB.



## Description of the Annual Wholesale and Retail Trade Survey

### Introduction

This is the first edition of *Wholesaling and Retailing in Canada*. This annual publication replaces the two previous annual publications covering distributive trades in Canada, *Wholesale Trade in Canada* and *Annual Retail Trade*. Its objective is to present timely information on the operating revenues and expenditures of wholesalers and retailers in Canada by trade group and at national and provincial or territorial levels for the previous calendar year. This information is required by all levels of government to develop national and regional economic programs and policies and is used by businesses, trade associations and others to assist in decision making, marketing efforts and to assess business conditions.

### The New Survey

The principal source of data for this publication is the Annual Wholesale and Retail Trade Survey (AWRTS). The AWRTS collects data from a sample of independent wholesalers and retailers following the same sampling strategy used for the Monthly Wholesale and Retail Trade Surveys (MWRTS). Data on retail chain and department store organizations are collected from the Annual Retail Chain and Department Store Survey (ARC).

This is the first year AWRTS estimates are published. The previous annual publications compiled estimates from both survey and administrative data. Survey data came from the Annual Wholesale Trade Survey, covering all known wholesale merchants; the ARC for chain and department store organizations; and the Annual Retail Trade Survey, covering all known independent retailers not covered by the ARC. Wholesale and retail operations under a certain revenue threshold were excluded from the survey. Administrative data came from income tax returns for corporations and unincorporated businesses. The change in survey method will improve the timeliness and the quality of estimates provided to users of Statistics Canada information.

### Comparability

Changes in concepts and methodology may lead to discrepancies between data from the AWRTS and data

## Description de l'Enquête annuelle sur les commerces de gros et de détail

### Introduction

Ceci est la première édition de *Les commerces de gros et de détail au Canada*. Cette publication annuelle remplace les deux publications annuelles précédentes couvrant les commerces de distribution au Canada, *Statistiques sur le commerce de gros et Commerce de détail annuel*. Son objectif est de présenter des données courantes sur les recettes et les dépenses d'exploitation des grossistes et des détaillants au Canada par groupe de commerce et au niveau national et provincial ou territorial pour l'année civile précédente. Ces informations sont requises par tous les niveaux de gouvernement pour développer des programmes économiques et des politiques nationales et régionales et sont utilisées par les entreprises, les associations de marchands et autres groupes pour élaborer des stratégies de commercialisation, évaluer les conditions du marché et prendre des décisions.

### La nouvelle enquête

La source principale de données de cette publication est l'Enquête annuelle sur les commerces de gros et de détail (EACGD). L'EACGD recueille des données d'un échantillon de grossistes et de détaillants indépendants suivant la méthode d'échantillonnage utilisée par l'Enquête mensuelle sur le commerce de gros et le commerce de détail (EMCGD). Les données sur les organisations de magasins à succursales et de grands magasins du commerce de détail proviennent de l'Enquête annuelle sur les magasins à succursales et les grands magasins (EAMS).

C'est la première année que les estimations de l'EACGD sont publiées. Les publications annuelles précédentes obtenaient leurs estimations de données d'enquêtes et de données administratives. Les données d'enquête provenaient de l'Enquête annuelle sur le commerce de gros, qui couvrait tous les grossistes connus; l'EAMS pour les organisations de magasins à succursales et de grands magasins; et l'Enquête annuelle sur le commerce de détail, qui couvrait tous les détaillants indépendants connus qui n'étaient pas couverts par l'EAMS. Les exploitations de commerce de gros et de détail qui avaient des revenus sous des balises spécifiées étaient exclues de l'enquête. Les données administratives venaient de déclarations d'impôt sur le revenu de corporations et d'entreprises non incorporées. Ce changement de méthode d'enquête améliorera l'actualité et la qualité des estimations fournis aux utilisateurs des données de Statistique Canada.

### Comparabilité

Les changements de concepts et de méthodologies et des révisions de données de la part des répondants pourraient mener



collected by the MWRTS, as well as the ARTS and the AWTS. The use of a sample-based survey also marks a break in the series from the annual data published from the previous annual surveys. Data collected from the MWRTS are often preliminary estimates that are revised by the time of the collection of the AWRTS. Annual survey data is adjusted to take into account respondents' various fiscal periods. This adjustment affects both the wholesale trade and the retail trade revenue estimates by 1%.

### The Link Between Wholesale and Retail Trade

The wholesale and retail trade sectors of the economy represent different portions of the goods delivery systems to the final consumers of a product. The supplier function for retailers is prevalent for wholesalers of goods such as food, beverages, apparel and household furnishings. On the other hand, for goods such as metals, machinery and equipment, grain and petroleum, wholesalers mainly supply industrial and commercial users, farmers and foreign markets to the extent that 65 per cent of total wholesale trade activity in Canada does not go through retail channels.

†

Mixed-activity businesses (such as firms engaged in both wholesaling and retailing, manufacturing, etc...) are classified to the sector from which they derive the largest portion (i.e. 51% or more) of their gross margin. The gross margin is the difference between total operating revenue and the cost of goods sold.

The delineation between wholesale and retail businesses is based on the "class of customer" activity criterion. If a larger share of the gross margin is obtained from sales to retailer, industrial, commercial, institutional or professional users than from sales to household consumers or private individuals for personal use (including sales to farmers for non-farm use) the business is classified to wholesale trade. Certain businesses are considered to be wholesale regardless of the class of customer of their sales. Such businesses deal in the following commodities: office furniture, machinery and equipment, computers, lumber and building materials, farm machinery, equipment and supplies, commercial motor vehicles, and all types of industrial and commercial machinery and/or equipment.

à des différences entre les données de l'EACGD et les données saisies par l'EMCGD, l'EACG et l'EACD. L'utilisation d'une enquête-échantillon cause aussi un bris de série des données annuelles issues des enquêtes annuelles précédentes. Les données saisies par l'EMCGD sont souvent des estimés préliminaires qui sont révisés à temps pour la collecte de l'EACGD. Les données de l'enquête annuelle sont ajustées pour tenir compte des diverses périodes fiscales des répondants. Cet ajustement affecte les estimations des recettes du commerce de gros et du commerce de détail par 1%.

### Le lien entre les commerces de gros et de détail

Les commerces de gros et de détail représentent différentes parties du système de livraison de biens aux consommateurs. La fonction de fournisseur aux détaillants est prédominante pour les grossistes de biens tels que les aliments, les boissons, les vêtements et les articles d'ameublement. Cependant, pour des biens comme les métaux, les machines, les matériaux, les céréales et le pétrole, les grossistes fournissent principalement des utilisateurs industriels et commerciaux, des agriculteurs et des marchés étrangers de sorte que 65 pour cent de l'activité du commerce de gros au Canada ne passe pas par les réseaux de détaillants.

Les entreprises à activités mixtes (telles que les entreprises de vente de gros exerçant en même temps la fonction de détaillants, fabricants, etc...) sont classifiées au secteur dont elles dérivent la plus grande partie de leur marge brute (c'est-à-dire 51% et plus). La marge brute est la différence entre le total des recettes d'exploitation et le prix de revient.

La distinction entre le commerce de gros et le commerce de détail se base sur le "type de clientèle". Si la plus grande partie de la marge brute provient de ventes à des détaillants, des industries, des commerçants, des institutions et des professionnels, plutôt que des ventes à des ménages ou à des particuliers pour leur usage personnel (y compris les ventes à des exploitants agricoles en vue d'un usage autre qu'agricole), le commerce est classé dans la catégorie "commerce de gros". Certaines entreprises sont classées dans le commerce de gros malgré la répartition de leurs ventes par type de clientèle. L'activité de ces entreprises porte sur les marchandises suivantes: meubles, machines et équipements de bureau; ordinateurs; bois et matériaux de construction; machines, matériel et fournitures agricoles; véhicules à moteur commerciaux et tous autres types de machines et de matériel commerciaux et industriels.



**FOR FURTHER READING**

Selected Publications  
from Statistics Canada

**LECTURES SUGGÉRÉES**

Choisies parmi les publications  
de Statistique Canada

<b>Title</b>	<b>Titre</b>	<b>Catalogue</b>
<b>Department Store Sales and Stocks, Monthly, Bilingual.</b>	<b>Ventes et stocks des grands magasins, mensuel, bilingue.</b>	63-002
<b>Retail Trade, Monthly, Bilingual.</b>	<b>Commerce de détail, mensuel, bilingue.</b>	63-005
<b>New Motor Vehicle Sales, Monthly, Bilingual.</b>	<b>Ventes de véhicules automobiles neufs, mensuel, bilingue.</b>	63-007
<b>Wholesale Trade, Monthly, Bilingual.</b>	<b>Commerce de gros, mensuel, bilingue.</b>	63-008
<b>Retail Chain and Department Stores, Annual, Bilingual.</b>	<b>Magasins de détail à succursales et les grands magasins, annuel, bilingue.</b>	63-210
<b>Vending Machine Operators, Annual, Bilingual.</b>	<b>Exploitants de distributeurs automatiques, annuel, bilingue.</b>	63-213
<b>Direct Selling in Canada, Annual, Bilingual.</b>	<b>La vente directe au Canada, annuel, bilingue.</b>	63-218
<b>Campus Bookstores, Annual, Bilingual.</b>	<b>Librairies de campus, annuel, bilingue.</b>	63-219
<b>Retail Commodity Survey, Occasional, Bilingual.</b>	<b>Enquête sur les marchandises vendues au détail, hors série, bilingue.</b>	63-541
<b>Interprovincial Wholesale Commodity Survey, Occasional, Bilingual.</b>	<b>Enquête interprovinciale sur les marchandises vendues en gros, hors série, bilingue.</b>	63-542

To order a publication you may telephone 1-613-951-7277 or use facsimile number 1-613-951-1584. For toll free in Canada only telephone 1-800-267-6677. When ordering by telephone or facsimile a written confirmation is not required.

Pour obtenir une publication, veuillez téléphoner au 1-613-951-7277 ou utiliser le numéro du télécopieur 1-613-951-1584. Pour appeler sans frais, au Canada, composez le 1-800-267-6677. Il n'est pas nécessaire de nous faire parvenir une confirmation pour une commande faite par téléphone ou télécopieur.

**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.

**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.

Catalogue No. 11-204E, price Canada: \$13.95, United States: US\$17.00, and Other Countries: US\$20.00.

N° 11-204F au catalogue, prix Canada: 13.95 \$, États-Unis: 17 \$ US, et Autres pays: 20 \$ US.



## Annual Review - Wholesale Trade

## Revue annuelle - Commerce de gros

### Source of data

This annual review is based on estimates extracted from this publication as well as data from the Monthly Wholesale Trade Survey. The structural description is based on data from this publication. Year-to-year comparisons are based on movements from the monthly survey because wholesale trade estimates from this publication are not directly comparable with previous years' annual survey estimates. Major differences in sampling, methodology and data processing make comparisons risky (as noted on page 9).

### Introduction

Wholesalers contributed significantly to the economic growth of Canada in 1993. They registered a 7.7% growth rate for total sales of \$254.0 billion compared to 1992. They grew at a higher rate than the rest of the economy. Early in the economic recovery, fast growing Canadian exports and imports helped wholesalers to increase their revenues. It is worth mentioning that wholesalers contribute a significant part of total Canadian international trade.

### Review by sector

Wholesalers of food, beverages, drugs and tobacco constitute the largest trade group (21.6% of the sector) with sales of \$54.9 billion in 1993. This is an increase of 8.8% over 1992. Wholesalers of food products account for three quarters of this trade group's revenues and are characterized by high inventory turnover and low gross margins compared to other wholesalers.

Wholesalers of machinery, equipment and supplies (which include computers and software) comprise the second largest wholesale trade group with revenues of \$46.4 billion in 1993 (18.3% of the sector), an increase of 4.8% in 1993 over 1992. This has been one of the fastest growing sectors for the last two years. Canadian businesses (which are their main customers) invested intensively in the modernization of their production capacity to compete on international markets thus benefitting wholesalers selling these commodities. In addition, the phenomenal increase of computer and software sales contributed to the growth. Wholesalers of computer and software now represent 30% of all wholesalers of machinery, equipment and supplies. These wholesalers are characterized by their large inventories (they secure one third of all wholesalers inventories) and their high gross margins; their average gross margin is about 30%.

### Source des données

Cette revue annuelle est basée sur des estimations de la présente publication ainsi que sur les données de l'Enquête mensuelle sur le commerce de gros. La description structurelle est basée sur les données annuelles tirées de cette publication. Les comparaisons d'une année à l'autre sont basées sur les mouvements de l'Enquête mensuelle sur le commerce de gros car les résultats du commerce de gros de la présente publication ne sont pas directement comparables avec ceux des enquêtes annuelles précédentes. D'importantes différences reliées à l'échantillonnage, la méthodologie et le traitement des données rendent la comparaison de ces données hasardeuse (tel que décrit sur la page 9).

### Introduction

Les grossistes ont contribué de façon marquante à la croissance économique au Canada en 1993. Leurs revenus se sont élevés à 254.0 milliards\$, ce qui représente une augmentation de 7.7% par rapport à 1992. Ceci constitue une augmentation plus rapide que le reste de l'économie. Au sortir de la récession, l'augmentation rapide des exportations et des importations canadiennes a stimulée les ventes des grossistes. Rappelons que les grossistes assurent une part significative du commerce international du pays.

### Revue par secteur

Les grossistes de produits alimentaires, de breuvages, de produits pharmaceutiques et de tabac constituent le groupe de commerce le plus important du commerce de gros (21.6% du secteur) avec des revenus de 54.9 milliards\$ en 1993. Ces revenus constituent une augmentation de 8.8% par rapport à 1992. Les grossistes en alimentation accaparent les trois quarts des revenus de ce groupe et sont caractérisés par une grande rotation de leurs inventaires et de plus faibles marges brutes que dans l'ensemble du commerce de gros.

Les grossistes de machines, matériel et fournitures (entre autres les ordinateurs et logiciels) constituent le deuxième plus grand groupe de commerce (18.3% du secteur) avec des revenus de 46.4 milliards\$ en 1993, soit une augmentation de 4.8% par rapport 1992. Ce secteur est l'un de ceux qui ont crû le plus rapidement au cours des dernières années. Les entreprises canadiennes (qui sont leurs principaux clients) ont beaucoup investi dans la modernisation de leur capacité de production afin d'améliorer leur productivité pour faire face à la concurrence internationale, ce qui a favorisé les grossistes de ce secteur. De plus, la croissance phénoménale des ventes d'ordinateurs et de logiciels a également contribué à la croissance de ce groupe. Les grossistes d'ordinateurs et de logiciels revendent maintenant plus de 30% des revenus de ce secteur. Ces grossistes sont caractérisés par des inventaires élevés (ils accaparent le tiers des inventaires totaux du commerce de gros) et par des marges brutes élevées; ils ont en moyenne des marges brutes de 30% sur leurs revenus.



The third largest trade group consists of other wholesalers which include wholesalers selling goods as diverse agricultural chemicals (15% of trade group sales), paper and paper products (13%), industrial and household chemicals (13%), sporting goods and waste materials. These wholesalers sold goods for \$34.7 billion in 1993.

### Provincial review

The surge of wholesalers' revenues was mainly fuelled by western provinces. Wholesalers' revenues jumped 15% in British Columbia and 11% in Alberta and Saskatchewan. Trade groups involved in exporting natural resources, such as grains, petroleum, natural gas, lumber (see Fig. 1) benefited from the initial phase of the economic recovery in Canada as well as in the United States. These trade groups are predominant in western provinces. For instance, Alberta claims one quarter of total Canadian petroleum products wholesalers' revenues. British Columbia, in addition to being an important exporter of lumber and forest products, saw its wholesalers benefit from its excellent economic performance through 1993. In Manitoba the sales increase was slightly lower than the regional trend (+7.0%). Almost half of wholesalers' sales in this province consist of grains, especially wheat. In 1993, the weather conditions were not particularly good. This had a negative impact on the year's wheat crop.

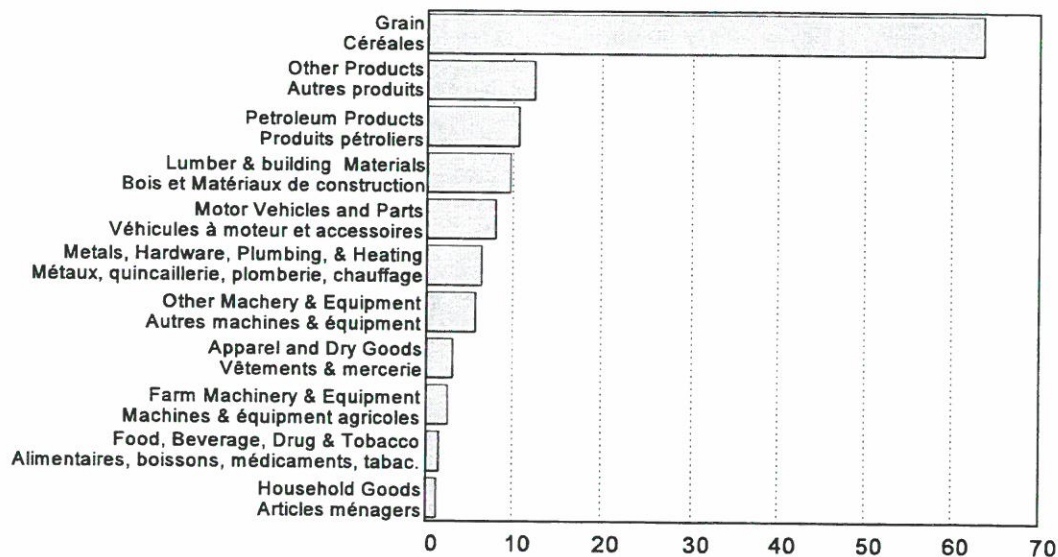
Le troisième plus important groupe de commerce est constitué des autres grossistes qui vendent des produits aussi divers que des produits chimiques pour l'agriculture (15% des revenus), le papier et les produits du papier (13%) et les produits chimiques industriels et ménagers (13%), les articles de sport et les produits de rebuts. Les revenus de ce groupe de commerce se sont chiffrés à 34.7 milliards\$ en 1993.

### Revue par province

La croissance des revenus des grossistes a été particulièrement remarquable dans l'ouest du pays. Les revenus des grossistes ont progressé de 15% en Colombie-Britannique et de 11% en Alberta et en Saskatchewan. Les groupes de commerce tournés vers l'exportation (tels céréales, pétrole, gaz naturel, bois d'oeuvre) ont beaucoup profité de la reprise économique au Canada ainsi que chez nos voisins du sud (voir Fig. 1). Or ces groupes de commerce sont très présents dans les provinces de l'ouest. Par exemple, l'Alberta accapare le quart des revenus des grossistes en produits pétroliers du pays. La Colombie-Britannique, en plus d'être un important exportateur de bois d'oeuvre et de produits forestiers, a vu l'ensemble de ses grossistes profiter de l'excellente performance de son économie en 1993. Seul le Manitoba se distingue des autres provinces de l'ouest en affichant une augmentation de ses revenus légèrement inférieure à la moyenne canadienne (+7.0%). Près de la moitié des ventes des grossistes de cette province sont constituées de céréales, surtout de blé. Or les conditions climatiques ont été défavorables à la culture du blé en 1993 de sorte que les ventes de blé n'ont pas été aussi bonnes qu'elles auraient dû l'être.

**Figure 1**

**Exports by Trade Group as a Percentage of Total Revenues, 1993**  
**Exportations par groupe de commerce en pourcentage des revenus totaux, 1993**





At the other end of the country, in the Atlantic provinces, wholesalers' revenues went up only in Nova Scotia (+6.8%) and Newfoundland (+4.9%). In New Brunswick and Prince Edward Island, wholesalers' revenues decreased by 2.0% and 9.6% respectively. Sales by wholesalers of food products (which includes fish and potatoes) represent a large share of wholesale trade in these provinces. It is as high as 50% in Newfoundland, 41% in Prince Edward Island and 30% in Nova Scotia compared to 21% for the whole country.

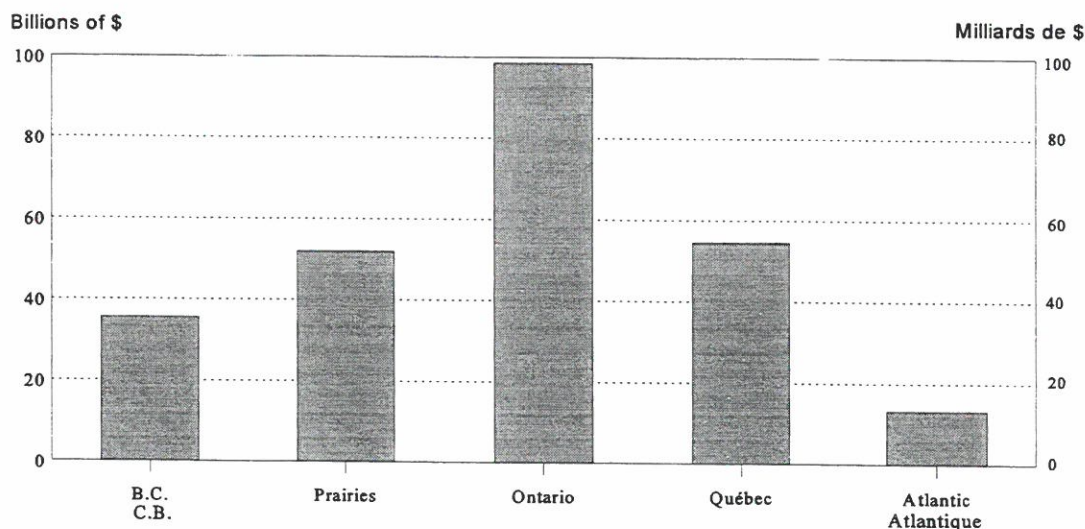
After the severe recession in the early 90's, the fishing industry in Atlantic provinces now suffers serious problems because of decreasing fish stocks. Therefore, wholesalers' revenues in most Atlantic provinces have not reached their pre-recession level.

Dans les provinces maritimes, la Nouvelle-Écosse (+6.8%) et Terre-Neuve (+4.9%) ont été les seules provinces à afficher des augmentations des revenus de leurs grossistes. Au Nouveau-Brunswick les revenus ont diminué de 2.0% et de 9.6% à l'Île-du-Prince-Édouard. Les ventes des grossistes en produits alimentaires (surtout le poisson et la pomme de terre) occupent une place prépondérante dans le commerce de gros de ces provinces. Cette proportion est de près de 50% à Terre-Neuve, 41% à l'Île-du-Prince-Édouard et 30% en Nouvelle-Écosse, comparativement à 21% pour l'ensemble du pays.

Après la sévère récession du début des années 90, l'industrie de la pêche des provinces de l'Atlantique éprouve des problèmes en raison de la diminution des stocks de poissons. Ainsi dans cette région du pays, les revenus des grossistes de la plupart des provinces n'ont pas encore surpassés leur sommet d'avant la récession.

**Figure 2**

**Wholesale Trade Provincial Distribution, 1993  
Distribution provinciale du commerce de gros, 1993**



In Ontario, wholesalers secured 46% of all sales of machinery, equipment and supplies in Canada and 52% of sales of motor vehicles and parts. But this province accounts for 39% of total Canadian wholesale trade (see Fig. 2). The good performance of these sectors contributed to the 7.5% increase of wholesalers' revenues in 1993 over 1992.

On the other hand, wholesalers in the province of Quebec

Dans le centre du pays, l'Ontario accapare 46% des revenus des grossistes de machines, matériel et fournitures et 52% des revenus des grossistes de véhicules automobiles alors que son poids est de 39% pour l'ensemble du commerce de gros (Fig.2). La bonne performance de ces secteurs a contribué à faire en sorte que les grossistes de cette province ont vu leurs revenus augmenter de 7.5% en 1993 par rapport à 1992.

Pour leur part, les grossistes du Québec ont vu leurs revenus



have increased their revenues by 3.7% which is significantly under the national average. A total of 51% of sales made by wholesalers of apparel and dry goods and 29% of sales made by wholesalers of household goods were made by Quebec wholesalers. But its weight in Canadian wholesale trade is only 22%. These sectors are more dependent on the domestic market, but in 1993 the economy was mainly supported by foreign markets and the business sector than by consumer spendings.

### Financial profile

Wholesalers' gross margin (the difference between revenues and purchases adjusted for change in inventory, but excluding salaries and wages) was 21.1% in 1993. Figure 3 shows that the highest gross margin was reported by wholesalers of machinery, equipment and supplies with 29.7% followed by wholesalers of apparel and dry goods with 28.4%. The lower gross margins were reported by wholesalers of food, beverages, drugs and tobacco (15.3%), petroleum products (17.4%) and motor vehicles parts and accessories (17.9%).

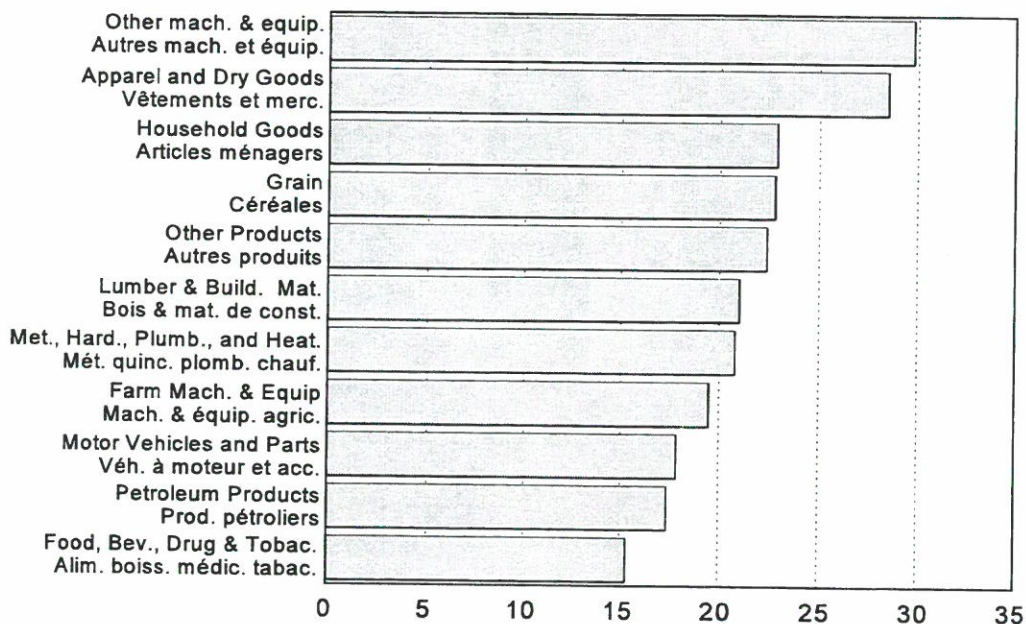
augmenter de 3.7% ce qui est nettement en deçà de la moyenne canadienne. Le Québec regroupe 51% du commerce de gros du vêtement et du textile du pays et 29% du meuble alors que son poids dans l'ensemble du commerce de gros canadien est de 22%. Ces secteurs sont plus tributaires du marché domestique et surtout du comportement des ménages. Or, l'économie tout au long de 1993 a été davantage soutenue par les marchés étrangers et les entreprises que par les consommateurs canadiens.

### Profil financier

Les grossistes ont affiché une marge brute (la différence entre les revenus et les achats ajustés pour la variation des stocks excluant les salaires et traitements) de 21.1% en 1993 (Fig.3). Ce sont les grossistes d'autres machines, matériel et fournitures qui ont la marge brute la plus élevée avec 29.7% suivi des grossistes de vêtements et articles de mercerie avec 28.4%. Les plus faibles marges ont été enregistrées par les grossistes de produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac (15.3%), les grossistes de produits pétroliers (17.4%) et les grossistes de véhicules automobiles, pièces et accessoires (17.9%).

**Figure 3**

**Gross Margin by Trade Group as a Percentage of Total Revenues, 1993**  
**Marge brute par groupe de commerce en pourcentage de revenus totaux, 1993**



Wholesalers with the highest gross margins generally require a more labour input which is reflected in higher spending on wages and salaries. Wholesalers of machinery, equipment and supplies reported wages and salaries representing 15.2% of their total revenues followed by wholesalers of metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies (10.6%) and lumber and building materials (10.4%). On the other hand, wholesalers of petroleum products (2.6%), grains (3.4%) and food, beverages, drugs and tobacco (5.8%) spent relatively less on employee earnings and benefits. Salaries and wages tend to be higher as a proportion of total revenues for commodities of high value and lower for commodities sold in bulk.

Wholesalers of farm machinery, equipment and supplies, other machinery, equipment and supplies, and household goods carry higher inventories. Wholesalers of food, beverages, drugs and tobacco, and petroleum products carry very little inventories and consequently have higher inventory turnover ratios.

#### Other aspects

During 1993, wholesalers' average weekly earnings increased by 2.4% to \$607.28. Meanwhile the number of employees decreased by 0.5% while productivity of the sector grew.

---

\* Gilles Simard is an analyst for the Wholesale Trade Section of Industry Division at Statistics Canada ((613)951-3541).

Les grossistes affichant les marges brutes les plus élevées doivent par contre supporter des dépenses plus élevées en salaires et traitements. Ce sont les grossistes d'autres machines, matériel et fournitures qui dépensent le plus en salaires et traitements, soit 15.2% de leurs revenus totaux. Viennent ensuite les grossistes de métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage (10.6%) et les grossistes de bois et matériaux de construction (10.4%). Par contre, les grossistes de produits pétroliers (2.6%) et de céréales (3.4%) et de produits alimentaires, boissons, médicaments et produits du tabac (5.8%) dépensaient moins en salaires et traitements. Les dépenses en salaires et traitements sont plus élevées pour les grossistes qui vendent des biens dont le prix unitaire est élevé tandis qu'elles sont plus faibles pour les biens transigés en vrac.

Le niveau des inventaires est plus élevé pour les grossistes de machineries agricoles, d'autres machineries, de meubles et de produits semblables. Les grossistes en produits alimentaires et en produits pétroliers affichent les plus faibles niveaux d'inventaires relativement aux revenus.

#### Autres aspects

En 1993, le salaire hebdomadaire moyen du commerce de gros s'est accru de 2.4% pour atteindre 607.28\$. Pendant ce temps le nombre de salariés diminuait de 0.5% alors que la productivité du secteur s'est accrue.

---

\* Gilles Simard est un analyste de la section du Commerce de gros de la Division de l'Industrie de Statistique Canada ((613)951-3541).



**Annual Review - Retail Trade****Revue annuelle - Commerce de détail**

Retailers in Canada had a very successful year in terms of revenues in 1993. All trade groups registered increased revenues to reach \$195.6 billion, an increase of 5.7%<sup>1</sup> from 1992. In comparison, the Consumer Price Index for goods rose 1.8% over the same period.

Drug stores were the major group with the highest increase in their revenues in 1993 (+12.5%). At a more detailed level, six out of 16 trade groups saw their revenues rise by more than 10% in 1993. The strongest increase was by shoe stores (+12.8 %).

Les détaillants canadiens ont connu une année assez fructueuse sur le plan des revenus en 1993. Tous les groupes de commerce ont enregistré des hausses pour pousser les recettes des détaillants à 195.6 milliards\$. une augmentation de 5.7%<sup>1</sup> comparativement à 1992. A titre de comparaison, l'Indice de prix à la consommation pour les biens a augmenté de 1.8% pendant la même période.

Les pharmacies sont le groupe majeur qui a enregistré la plus forte augmentation de ses recettes en 1993 (+12.5%). A un niveau plus détaillé, six groupes de commerce sur 16 ont vu leurs revenus augmenter de plus de 10% en 1993. La plus forte hausse a été du côté des magasins de chaussures (+12.8%).

**Text Table 1**  
**Tableau explicatif 1**

**All major groups saw their revenues increase**  
**Tous les groupes majeurs ont vu leurs recettes augmenter**

Major group Groupe majeur	1992 millions-millions	1993	% Change Chg en %
Food - Alimentation	48556.4	51228.8	5.5
Drugs - Médicaments	10721.5	12059.7	12.5
Clothing - Vêtements	10748.7	11722.6	9.1
Furniture - Meubles	9832.4	10751.4	9.3
Automotive - Automobiles	62957.1	66661.6	5.9
General Merchandise- Marchandises diverses	20859.9	20867.7	0.0
Other - Autres	21373.0	22315.7	4.4

When the seven major groups are broken down into 16 trade groups, supermarkets and grocery stores make up the trade group with the largest share of total retail trade. This group saw its revenues increase 5.1% to total \$47.8 billion. Over the same period, the Consumer Price Index for food purchased in stores rose by 1.8%. Revenues of supermarkets and grocery stores differ provincially due to regulations on the sale of alcoholic beverages.

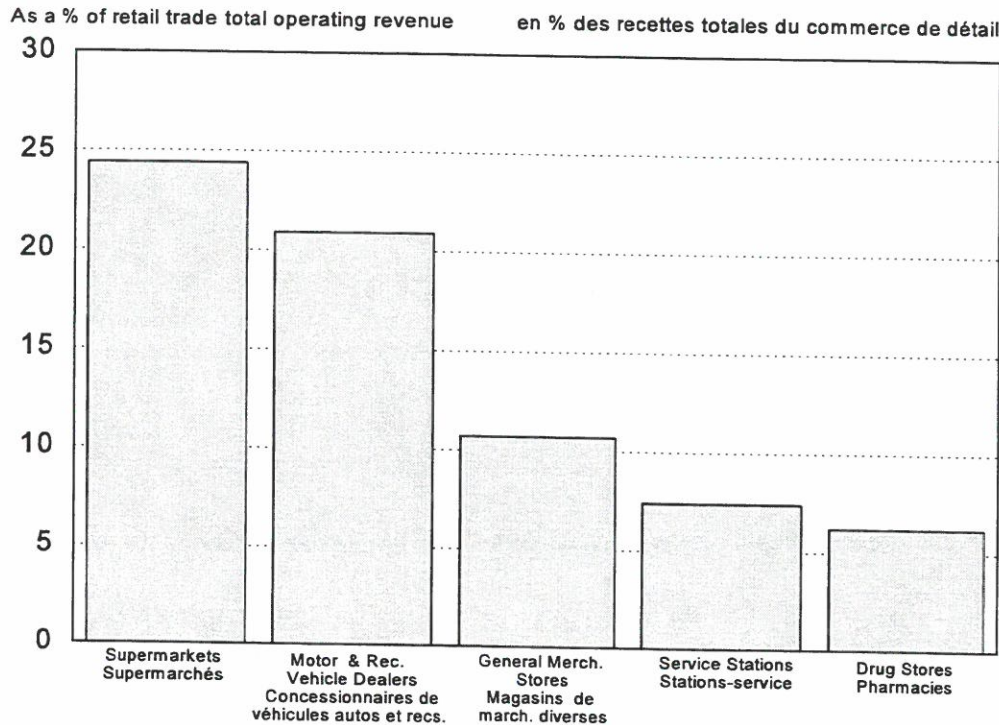
The second largest trade group, motor vehicle dealers (new and used) increased their revenues 6.2% to \$40.9 billion due to a very strong second half of the year. The average selling price of new passenger cars rose in 1993, while the number of new motor vehicles sold declined by 2.8%.

Quand les sept groupes majeurs sont répartis en 16 groupes de commerce, celui qui comprend la plus large part du commerce de détail est celui des supermarchés d'alimentation et des épicerie. Ce groupe de commerce a vu ses recettes augmenter de 5.1% pour totaliser 47.8 milliards\$. L'Indice des prix à la consommation pour les aliments achetés en magasin a connu une hausse de 1.8% pendant la même période de temps. Il faut noter que la part du commerce de détail détenue par les supermarchés et les magasins d'alimentation peut varier selon les provinces à cause de la réglementation de la vente de boissons alcooliques.

Le deuxième groupe de commerce le plus important, les concessionnaires automobiles (neufs et usagés) a augmenté ses recettes de 6.2% à 40.9 milliards\$ grâce à une très forte performance dans les deux derniers trimestres. Le prix de vente moyen des voitures particulières neuves a augmenté en 1993 tandis que le nombre de véhicules automobiles neufs vendus a diminué de 2.8%.

Figure 1

**The Five Largest Trade Groups, Retail Trade, Canada, 1993**  
**Les cinq plus grands groupes de commerce, Commerce de détail, Canada, 1993**



Revenues of general merchandisers remained virtually unchanged in 1993 at \$20.9 billion. A strong recovery in the second half of 1993 offset declines in the second half of 1992. Revenues of department store type merchandise retailers (which also includes drug, clothing, furniture, semi-durable and durable goods stores) rose 6.3% in 1993. While drug stores and shoe stores accounted for most of the increase, clothing store revenues also rose relative to those of general merchandisers.

Retailers earn most of their revenues from the sale of goods purchased for resale. However, one trade group, auto parts and accessories stores, generated almost 20% of its revenues from other sources, such as labour receipts from the installation and the repair of goods and the sale of goods of own manufacture. All other trade groups had less than 10% of their revenues come from other sources.

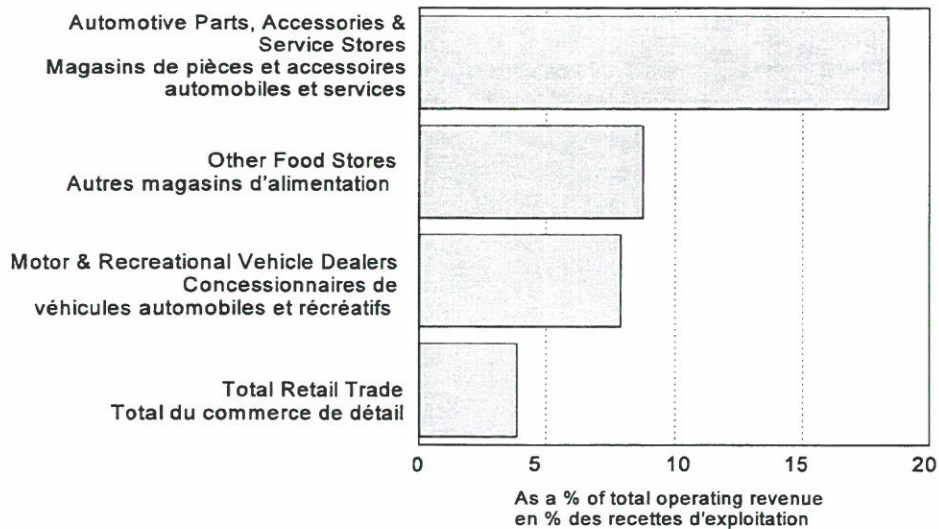
Les recettes des magasins de marchandises diverses ont à peine changé en 1993 avec un total de 20.9 milliards\$. Une forte reprise lors des deux derniers trimestres a contrebalancé un déclin qui a débuté au dernier trimestre de 1992. Les recettes des détaillants de marchandises du type des grands magasins (qui comprend aussi les pharmacies et les magasins de vêtements, de meubles et de produits semi-durables et durables) ont augmenté de 6.3% en 1993. Même si l'augmentation provenait surtout des pharmacies et des magasins de chaussures, les revenus des magasins de vêtements étaient aussi en hausse comparativement aux magasins de marchandises diverses.

Les détaillants obtiennent la plupart de leurs revenus de la vente de biens achetés pour la revente. Cependant, un groupe de commerce, celui des magasins de pièces d'automobiles, a généré presque 20% de ses recettes d'autres sources, comme les recettes de main d'oeuvre provenant de l'installation et la réparation de biens et la vente de produits de propre fabrication. Tous les autres groupes de commerce ont généré moins de 10% de leurs recettes d'autres sources.



**Figure 2**

**Other Operating Revenue, Retail Trade, Canada, 1993**  
**Autres recettes d'exploitation, Commerce de détail, Canada, 1993**



Independent stores account for over 60% of retailing operating revenues in Canada. However, if the automotive sector is excluded, chain stores (excluding franchises) account for over 50% of retail trade revenues. One area where independent retailers hold a dominant market share is drug and patent medicine stores. Their market share in this group is high due to the significance of franchising in this sector. This is in part due to regulations in certain provinces that govern who can own and operate a drug store.

#### Western Canada leads the way

Retailers' revenues increased in all provinces and territories except Newfoundland in 1993. Increases were strongest in the western provinces, reflecting the strong economic growth in this region during the year.

The arrival in British Columbia of record numbers of immigrants and Canadians from other provinces contributed to its attainment of a double-digit increase in retail trade revenue (+10.1%). It is also the province that registered the largest growth in population (+2.4%) and in labour income (+6.5%) in 1993.

Les magasins indépendants comptent pour plus de 60% des ventes au détail au Canada. Cependant, si le secteur de l'automobile est exclu, les magasins à succursales (excluant les franchises) comptent pour plus de 50% des ventes au détail. Un domaine où les détaillants indépendants détiennent une part de marché dominante est le secteur des pharmacies. Leur part de marché est élevée à cause de la prévalence des franchises dans ce secteur. Ceci s'explique en partie par la réglementation dans certaines provinces qui gouverne qui peut détenir et exploiter une pharmacie.

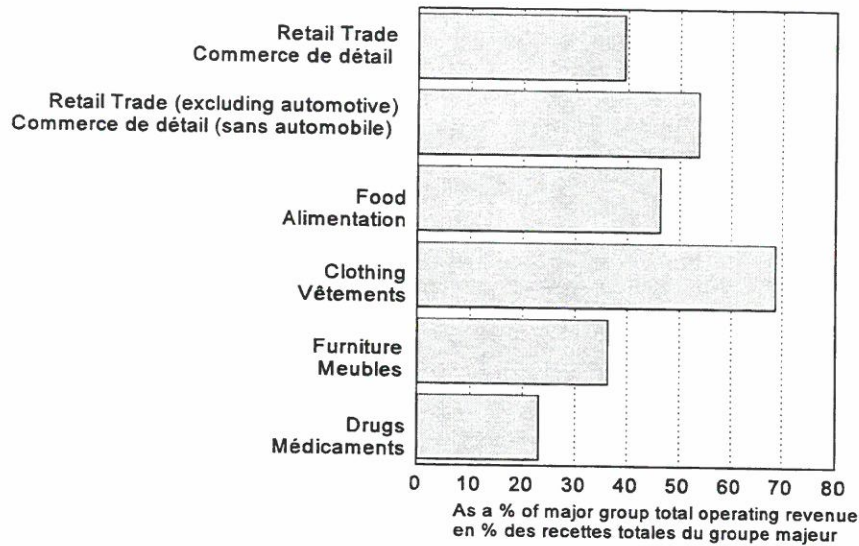
#### L'ouest canadien mène le bal

Les recettes des détaillants ont augmenté dans toutes les provinces (à l'exception de Terre-Neuve) et les deux territoires en 1993. Les augmentations ont été les plus fortes dans les provinces de l'ouest, ce qui reflète assez fidèlement la forte croissance économique de cette région pendant l'année.

L'arrivée en Colombie-Britannique en nombres records d'immigrants et de Canadiens d'autres provinces a contribué à une hausse au-delà de la normale des recettes du commerce de détail (+10.1%). C'est aussi la province qui a enregistré la plus forte augmentation de sa population (+ 2.4%) et des revenus de ses travailleurs (+6.5%) en 1993.

Figure 3

**Chain Stores Do Not Dominate All Sectors**  
**Les magasins à succursales ne dominent pas tous les secteurs**



A record crop year in Saskatchewan was reflected in a 9.2% increase in retailers' revenues. Alberta, the province with the strongest economic growth in 1993,

Une année record sur le plan des récoltes en Saskatchewan a été reflétée dans une augmentation de 9.2% des recettes de ses détaillants. La province avec la plus forte croissance

## Text Table 2

## Tableau explicatif 2

## Retail Trade by Province or Territory

## Commerce de détail par province ou territoire

	Retail Trade Commerce de détail		GDP Change 92/93	
	1993	Change 92/93	PDB	Variation 92/93
	millions-millions	Variation 92/93		
Nfld - T-N	3357.7	0.0		0.7
P.E.I. - I-P-E	860.4	7.8		1.8
N.S. - N-E	6359.4	4.1		1.8
N.B. - N-B	4966.6	4.3		2.4
Que - Qc	47948.7	6.4		2.3
Ont - Ont	71422.0	4.0		1.8
Man - Man	6712.0	5.0		-0.9
Sask - Sask	5875.0	9.2		4.1
Alta - Alb	20563.2	5.8		6.3
B.C. - C-B	26903.2	10.1		3.7
Yuk - Yuk	212.6	6.6		-19.1
N.W.T. - T-N-O	426.7	9.0		0.3



followed the national trend in retail trade with a 5.8% revenue increase. It is also the province with the highest per capita retail sales at \$7,724 per person.

Prince Edward Island was the only Atlantic province where retail trade revenue grew at a rate higher than the national level (+7.8%). Newfoundland is the only province whose level of retail trade hardly budged since 1992. It is also the province with the lowest retail sales per capita at \$5,778.

Retail trade revenue in Ontario grew below the national rate in 1993 (+4.0%). Growth came mainly from revenues of motor vehicle dealers. Its neighbouring province, Quebec, rebounded from a sluggish 1992 to post a 6.4% revenue increase.

#### Gross margins differ among trade groups

Retailers generated a gross margin of 27.4% as a percentage of total operating revenue in 1993. Clothing was the major group with the highest gross margins at 43.3%, while the automotive sector was lowest at 22.4%. At the trade group level (excluding other retail stores), shoe stores have the highest gross margin (44.6%) while motor vehicle dealers were the retailers with the lowest gross margins. At 17.2%, they formed the only group with a gross margin under 20%.

économique, l'Alberta, a suivi la tendance nationale du commerce de détail avec une croissance de ses revenus de 5.8%. C'est aussi la province avec les recettes des détaillants per capita les plus élevées à 7,724\$ par personne.

L'Île-du-Prince-Édouard a été la seule province atlantique où les recettes du commerce de détail ont eu une croissance à un taux plus élevé que le niveau national (+7.8%). Terre-Neuve est la seule province dont le niveau de commerce de détail a peu bougé depuis 1992. C'est aussi la province avec les ventes au détail per capita les moins élevées avec un niveau de 5,778\$

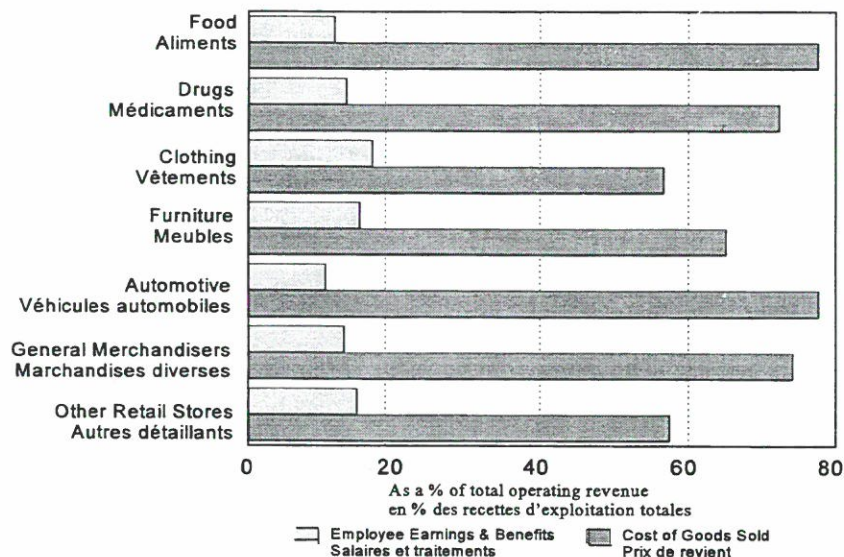
L'Ontario a eu une croissance de ses ventes au détail sous la moyenne nationale en 1993 (+4.0%). La croissance est surtout venue des recettes des concessionnaires automobiles. Sa province voisine, le Québec, a rebondi après une année tiède en 1992 pour afficher une croissance de revenus de 6.4%.

#### Les marges brutes diffèrent parmi les groupes de commerce

Les détaillants ont généré une marge brute de 27.4% en pourcentage des recettes d'exploitation totales en 1993. Le secteur du vêtement est celui où les marges brutes sont les plus élevées avec un taux de 43.3%, pendant que le secteur de l'automobile avait la plus faible à 22.4%. Au niveau des groupes de commerces (excluant les autres magasins de détail), les magasins de chaussures ont eu les marges brutes les plus hautes (44.6%) pendant que les concessionnaires automobiles ont été les détaillants qui ont eu la marge brute la plus faible. Ils forment le seul groupe de détaillants avec une marge brute inférieure à 20% avec un taux de 17.2%.

Figure 4

#### Retailers' Expenses, Canada, 1993 Coûts des détaillants, Canada, 1993





Only retailers in the Yukon and Northwest Territories had gross margins above 30%. Among the provinces, Ontario had the highest gross margin at 28.6%.

Seulement les détaillants du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest ont eu des marges brutes au-dessus de 30%. Parmi les provinces, l'Ontario a enregistré la marge brute la plus élevée avec un taux de 28.6%.

Retailers with the highest gross margins (such as clothing and automotive parts, accessories and services stores) tend to also have the highest expenses on employee earnings and benefits. These expenses accounted for 12.3% of retailers' revenues in 1993. Employee earnings and benefits are highest relative to revenues in the auto parts and accessories trade group (20.7%). The other two automotive groups, motor vehicle dealers and gasoline service stations, have employee earnings and benefits under 10% of their revenues at 8.4% and 7.9% respectively. This is linked to the more labour-intensive nature of the auto parts and services retailing component of the automotive sector.

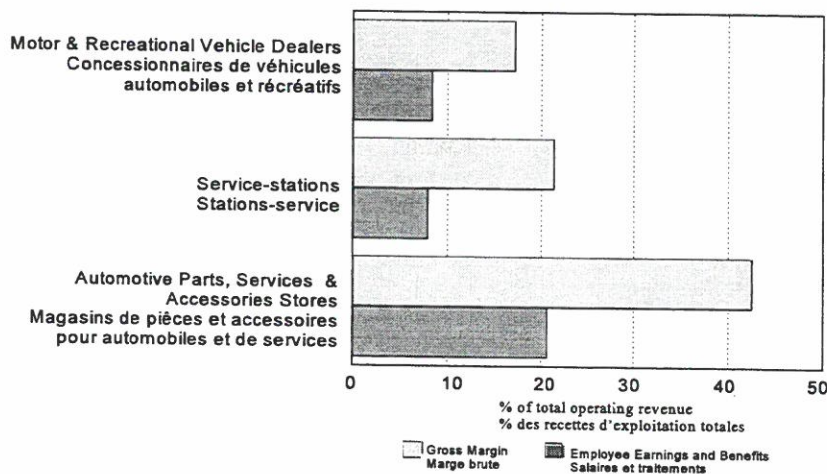
Les détaillants qui ont les marges brutes les plus élevées (tels les magasins de vêtements et ceux d'accessoires, de pièces et de services pour les véhicules automobiles) ont aussi les dépenses les plus élevées relativement à leurs revenus quant aux salaires et traitements. Ces dépenses représentent 12.3% des revenus des détaillants en 1993. Les dépenses en salaires et traitements sont les plus importantes relativement aux recettes dans le groupe des magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services (20.7%). Les deux autres composantes du secteur automobile, les stations-service et les concessionnaires automobiles ont des dépenses en salaires inférieures à 10% des revenus avec 8.4% et 7.9% des recettes respectivement. Ceci est relié à la nature plus axée sur la main d'oeuvre de la composante de vente de pièces et de services du secteur automobile.

The employment level in the retail trade sector rose for the first time since 1990. This increase in the number of employees was the second highest among all sectors of the Canadian economy in 1993. Retail trade represents 13.2% of total payroll employment. It is dominated by

Le niveau d'emploi dans le secteur du commerce de détail a augmenté pour la première fois depuis 1990. Cette hausse a été la deuxième plus forte augmentation dans le nombre d'employés parmi tous les secteurs de l'économie canadienne en 1993. Le commerce de détail représente 13.2% de tous les salariés et est

Figure 5

**Automotive Group Expenses, Canada, 1993**  
**Depenses dans le secteur de l'automobile, Canada, 1993**



lower-paying industries due in part to the abundance of part-time employees. In terms of productivity, production per hour worked in retail trade increased by 2.8%.

dominé par des entreprises où les salaires sont peu élevés, en partie en raison du grand nombre d'employés à temps partiel. Sur le plan de la productivité, la production par heure travaillée dans le commerce de détail a augmenté de 2.8%.

After the Yukon, British Columbia had the highest ratio of employee earnings and benefits to operating revenue (12.7%).

Après le Yukon, c'est en Colombie-Britannique où les salaires et traitements représentent la plus grande part des revenus des détaillants (12.7%).



### Profitability varies by sector

Canadian retailers reported a 2.8% profit margin in 1993. Only the supermarkets and grocery stores group operated at an overall loss during that year. In the general merchandise sector, department stores registered a loss while other general merchandisers had a profitable 1993.

The most profitable sector (excluding Other retail stores) was other clothing stores (+7.1%). This category includes children's clothing stores or stores selling a combination of men's, women's and children's clothing. Three other types of stores had profit margins above 5% in 1993: gasoline service stations, automotive parts, accessories and services stores and other semi-durable goods stores.

Durable goods retailers (including sporting goods stores and jewellery stores) had the highest levels of inventory with a 3.2 revenue to inventory ratio. Gasoline service stations, supermarkets and grocery stores and other food stores all turned over their inventory more than ten times a year. The biggest increase in inventory was among shoe stores (+16.5%), while the most significant decrease in inventory was among general merchandisers (-4.5%).

### Number of clothing stores differs by sex

There are three times more women's clothing stores (9,026) in Canada than there are men's clothing stores (2,733). Overall, there are 163,000 retail stores in Canada that pay employee earnings and benefits. This number does not include unincorporated owner-operated retail stores. Automotive parts, accessories and services stores and supermarkets and grocery stores are the only trade groups that have more than 20,000 retail locations.

Ontario has the highest number of retail locations at 53,528. However, Quebec has the most retail locations among supermarkets and grocery stores, shoe stores, other clothing stores and motor vehicle dealers.

<sup>1</sup> All year-to-year comparisons use data from the Monthly Retail Trade Survey for 1992 estimates.

\* Serge Grenier is an analyst for the Retail Trade Section of Industry Division at Statistics Canada ((613) 951-3556).

### La profitabilité varie selon le secteur

Les détaillants canadiens ont déclaré une marge de profit de 2.8% en 1993. Seul le secteur des supermarchés d'alimentation et des épicerie y a encouru des pertes de ce côté pendant cette année. Dans le secteur des magasins de marchandises diverses, les grands magasins ont enregistré des pertes tandis que les autres magasins de marchandises diverses ont eu une année 1993 profitable.

Le secteur le plus profitable (exception faite des autres détaillants) était celui des autres magasins de vêtements (+7.1%).

Cette catégorie comprend les magasins de vêtements pour enfants et les magasins qui vendent un assortiment de vêtements pour hommes, femmes et enfants. Trois autres types de magasins ont eu des marges de profit sur le plan d'exploitation supérieures à 5% des recettes: les stations-service, les magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services et les autres magasins de produits semi-durables.

Du côté des inventaires, les détaillants en biens durables (comprenant les magasins d'articles de sport et les bijouteries) ont les inventaires les plus élevés avec un ratio de recettes relativement aux inventaires de 3.2. Les stations-service, les supermarchés d'alimentation et épicerie et les autres magasins d'alimentation ont tous des roulements d'inventaires supérieurs à 10 fois par année. La plus grande augmentation des inventaires à la fin de l'année a été dans le groupe des magasins de chaussures (+16.5%), tandis que la plus forte baisse a été dans le groupe des magasins de marchandises diverses (-4.5%).

### Le nombre de magasins de vêtements diffère selon le sexe

Il y a trois fois plus de magasins de vêtements pour femmes (9,026) que de magasins de vêtements pour hommes (2,733) au Canada. Globalement, il y a 163,000 emplacements de commerce de détail au Canada qui paient des salaires et traitements à des employés. Ce chiffre ne comprend pas les entreprises de détail non constituées en société exploitées par leur propriétaire. Les magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services et les supermarchés d'alimentation et épicerie sont les seuls groupes de commerce avec plus de 20,000 points de vente au Canada.

L'Ontario est la province qui a le plus grand nombre de points de vente avec 53,528. Cependant, c'est le Québec qui a le plus grand nombre de points de vente parmi les supermarchés d'alimentation, les magasins de chaussures, les autres magasins de vêtements et les concessionnaires de véhicules automobiles.

<sup>1</sup> Toutes les comparaisons d'une année à l'autre se servent de l'Enquête mensuelle sur le commerce de détail pour les estimations de 1992.

\* Serge Grenier est un analyste de la section du Commerce de détail de la Division de l'Industrie de Statistique Canada ((613) 951-3556).



**Table 1.1. Wholesale Trade - Historical Series, Canada, 1983-1993**  
**Tableau 1.1. Commerce de gros - Série historique, Canada, 1983-1993**

Year Année	Wholesale Trade Total Operating Revenue (in millions of dollars) Commerce de gros - Recettes d'exploitation totales (en millions de dollars)	Wholesale Trade Capital and Repair Expenditures <sup>1</sup> (in millions of dollars) Commerce de gros - Dépenses en immobilisations et en réparations <sup>1</sup> (en millions de dollars)	Total Canadian Exports <sup>2</sup> (in millions of dollars) Exportations <sup>2</sup> totales du Canada (en millions de dollars)	Wholesale Trade % Share of Total Exports Part en % du commerce de gros des exportations totales	Wholesale Trade Contribution to GDP <sup>3</sup> (in millions of dollars) Contribution du commerce de gros au PIB <sup>3</sup> (en millions de dollars)	Wholesale Trade as a % of GDP Commerce de gros en % du PIB	Employment in Wholesale Trade <sup>4</sup> Emploi dans le commerce de gros <sup>4</sup>
1983	148,622	828	90,612	13.2	17,945	4.5	520,583
1984	170,333	1,030	112,383	12.7	19,358	4.6	530,154
1985	183,560	1,032	119,474	11.6	21,766	5.0	542,001
1986	188,236	1,070	120,669	10.2	23,312	5.2	545,907
1987	207,961	1,172	125,086	8.5	25,132	5.3	571,125
1988	227,173	1,262	138,498	9.5	26,972	5.5	591,279
1989	244,094	1,469	138,701	9.7	28,111	5.6	619,542
1990	255,081	1,422	148,979	10.8	28,083	5.6	637,828
1991	232,412	1,365	145,927	10.7	28,186	5.6	613,162
1992	237,468	1,270	162,823	10.9	30,254	6.0	601,621
1993	253,956 <sup>5</sup>	1,246	187,347	11.3	31,761	6.1	594,739

<sup>1</sup> Source: Private and Public Investment in Canada (61-206).

<sup>2</sup> Source: Summary of Canadian International Trade (61-205).

<sup>3</sup> Source: Gross Domestic Product by Industry (15-001).

<sup>4</sup> Source: Employment, Earnings and Hours (72-002).

<sup>5</sup> Not comparable to previous years (see page 9).

<sup>1</sup> Source: Investissements publics et privé au Canada (61-206).

<sup>2</sup> Source: Sommaire du commerce international du Canada (61-205).

<sup>3</sup> Source: Produit intérieur brut par industrie (15-001).

<sup>4</sup> Source: Emploi, gains et durée du travail (72-002).

<sup>5</sup> Pas comparable aux années précédentes (voir page 9).

**Table 1.2. Retail Trade - Historical Series, Canada, 1983-1993**  
**Tableau 1.2. Commerce de détail - Série historique, Canada, 1983-1993**

Year Année	Population of Canada <sup>1</sup> (in thousands) Population du Canada <sup>1</sup> (en milliers)	Retail Trade Total Operating Revenue (in millions of dollars) Recettes d'exploitation totales du commerce de détail (en millions de dollars)	Consumer Expenditures <sup>2</sup> (in millions of dollars) Dépenses des consommateurs <sup>2</sup> (en millions de dollars)	Retail Trade as a % of Consumer Expenditures Commerce de détail en % des dépenses des consommateurs	Retail Trade Contribution to GDP <sup>3</sup> (in millions of dollars) Contribution du commerce de détail au PIB <sup>3</sup> (en millions de dollars)	Retail Trade as a % of GDP Commerce de détail en % du PIB	Employment in Retail Trade <sup>4</sup> Emploi dans le commerce de détail <sup>4</sup>
1983	25,456	116,010	231,085	50.2	24,535	6.2	1,145,267
1984	25,702	126,751	251,275	50.4	25,983	6.2	1,206,567
1985	25,942	141,346	274,100	51.6	27,375	6.2	1,257,462
1986	26,204	152,880	296,973	51.5	28,269	6.3	1,304,348
1987	26,550	167,939	322,253	52.1	29,929	6.3	1,364,813
1988	26,895	180,545	349,415	51.7	30,855	6.3	1,399,058
1989	27,379	188,160	378,428	49.7	31,613	6.3	1,434,175
1990	27,791	192,555	399,123	48.2	30,633	6.1	1,517,679
1991	28,118	181,209	409,767	44.2	29,369	5.9	1,392,608
1992	28,436	185,049	418,935	44.2	29,913	5.9	1,332,892
1993	28,753	195,608	432,248	45.3	30,977	6.0	1,354,280

<sup>1</sup> Source: Quarterly Demographic Statistics (91-002).

<sup>2</sup> Source: National Income and Expenditure Accounts (13-201).

<sup>3</sup> Source: Gross Domestic Product by Industry (15-001).

<sup>4</sup> Source: Employment, Earnings and Hours (72-002).

<sup>1</sup> Source: Statistiques démographiques trimestrielles (91-002).

<sup>2</sup> Source: Comptes nationaux des revenus et dépenses (13-201).

<sup>3</sup> Source: Produit intérieur brut par industrie (15-001).

<sup>4</sup> Source: Emploi, gains et durée du travail (72-002).



**Table 2.1. Wholesale Trade - Total Operating Revenue by Trade Group, Canada, 1993**  
**Tableau 2.1. Commerce de gros - Recettes d'exploitation totales par groupe de commerce, Canada, 1993**

Trade Group Groupe de commerce	Total Operating Revenue (millions of dollars) Recettes d'exploitation totales (millions de dollars)	% of Wholesale Trade Total Operating Revenue % des recettes d'exploitation totales du commerce de gros
Food, Beverage, Drug and Tobacco Products - Produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac	54,941	21.63
Apparel and Dry Goods - Vêtements et articles de mercerie	5,510	2.17
Household Goods - Articles ménagers	7,530	2.96
Motor Vehicles, Parts and Accessories - Véhicules automobiles, pièces et accessoires	22,368	8.81
Metals, Hardware, Plumbing and Heating Equipment and Supplies - Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	14,929	5.88
Lumber and Building Materials - Bois et matériaux de construction	19,717	7.76
Farm Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures agricoles	5,104	2.01
Other Machinery, Equipment and Supplies - Autres machines, matériel et fournitures	46,441	18.29
Other Products - Autres produits	34,687	13.66
Grain - Céréales	10,682	4.21
Petroleum Products - Produits pétroliers	32,048	12.62
<b>All Groups - Tous les groupes</b>	<b>253,956</b>	<b>100.00</b>

**Table 2.2. Retail Trade - Total Operating Revenue by Trade Group, Canada, 1993**  
**Tableau 2.2. Commerce de détail - Recettes d'exploitation totales par groupe de commerce, Canada, 1993**

Trade Group Groupe de commerce	Total Operating Revenue (millions of dollars) Recettes d'exploitation totales (millions de dollars)	% of Retail Trade Total Operating Revenue % des recettes d'exploitation totales du commerce de détail	Number of Locations Nombre d'emplacements
Supermarkets and Grocery Stores - Supermarchés d'alimentation et épicerie	47,773	24.42	20,493
All Other Food Stores - Tous les autres magasins d'alimentation	3,455	1.77	7,878
Drug and Patent Medicine Stores - Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	12,060	6.17	5,600
Shoe Stores - Magasins de chaussures	1,699	0.87	3,698
Men's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour hommes	1,792	0.92	2,733
Women's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour femmes	3,880	1.98	9,026
Other Clothing Stores - Autres magasins de vêtements	4,351	2.22	7,545
Household Furniture and Appliance Stores - Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8,430	4.31	10,439
Household Furnishings Stores - Magasins d'accessoires d'ameublement	2,322	1.19	3,912
Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers - Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	40,891	20.90	7,133
Gasoline Service Stations - Stations-service	14,451	7.39	14,605
Automotive Parts, Accessories and Services - Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services	11,320	5.79	21,643
General Merchandise Stores - Magasins de marchandises diverses	20,868	10.67	7,110
Other Semi-Durable Goods Stores - Autres magasins de produits semi-durables	6,757	3.45	16,398
Other Durable Goods Stores - Autres magasins de produits durables	5,376	2.75	11,104
Other Retail Stores - Autres magasins de vente au détail	10,183	5.21	13,685
<b>Total, All Stores - Total, ensemble des magasins</b>	<b>195,608</b>	<b>100.00</b>	<b>163,003</b>

**Table 3.1. Wholesale Trade - All Groups, Canada, 1993**  
**Tableau 3.1. Commerce de gros - Tous les groupes, Canada, 1993**

**Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce**

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
<b>Revenues - Recettes</b>		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	240,845	94.84
<b>Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation</b>		
Commission Revenue - Commissions	696	0.27
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	6,477	2.55
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	4,046	1.59
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	1,893	0.75
<b>Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation</b>	<b>13,111</b>	<b>5.16</b>
<b>Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales</b>	<b>253,956</b>	<b>100.00</b>
<b>Expenses - Dépenses</b>		
<b>Cost of Goods Sold - Prix de revient</b>	<b>200,479</b>	<b>78.94</b>
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	28,686	11.30
Add: Purchases - Plus: Achats	202,336	79.67
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	30,543	12.03
<b>Gross Margin - Marge brute</b>	<b>53,477</b>	<b>21.06</b>
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	21,469	8.45
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	21,257	8.37
<b>Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation</b>	<b>243,204</b>	<b>95.77</b>
<b>Operating Profit - Bénéfice d'exploitation</b>	<b>10,751</b>	<b>4.23</b>

**Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire**

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	943	2,602	2,063	539	204
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	264	643	508	135	66
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	1,810	6,062	4,800	1,262	499
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	1,433	3,940	3,068	872	330
Quebec - Québec	15,764	54,552	43,194	11,358	4,537
Ontario	20,899	98,597	77,234	21,363	9,378
Manitoba	2,325	13,885	10,450	3,434	664
Saskatchewan	2,316	8,242	6,502	1,740	701
Alberta	6,857	29,919	24,094	5,825	2,174
British Columbia - Colombie-Britannique	9,515	35,140	28,306	6,834	2,870
Yukon Territory - Territoire du Yukon	51	156	107	50	15
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	99	217	151	66	31

255  
53,477



**Table 3.2. Wholesale Trade - Food, Beverage, Drug and Tobacco Products, Canada, 1993**  
**Tableau 3.2. Commerce de gros - Produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac, Canada, 1993**

**Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce**

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
<b>Revenues - Recettes</b>		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la vente à son propre compte	53,345	97.09
<b>Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation</b>		
Commission Revenue - Commissions	207	0.38
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	1,210	2.20
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	33	0.06
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	145	0.26
<b>Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation</b>	<b>1,596</b>	<b>2.91</b>
<b>Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales</b>	<b>54,941</b>	<b>100.00</b>
<b>Expenses - Dépenses</b>		
<b>Cost of Goods Sold - Prix de revient</b>	<b>46,538</b>	<b>84.70</b>
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	3,568	6.49
Add: Purchases - Plus: Achats	46,529	84.69
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	3,559	6.48
<b>Gross Margin - Marge brute</b>	<b>8,404</b>	<b>15.30</b>
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	3,167	5.76
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	3,340	6.08
<b>Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation</b>	<b>53,045</b>	<b>96.55</b>
<b>Operating Profit - Bénéfice d'exploitation</b>	<b>1,897</b>	<b>3.45</b>

**Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire**

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	237	1,218	1,078	140	64
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	55	256	216	40	16
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	217	1,970	1,689	281	130
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	144	1,037	862	175	60
Quebec - Québec	1,884	15,327	13,137	2,190	857
Ontario	1,680	17,693	14,889	2,804	1,103
Manitoba	240	2,338	2,058	280	95
Saskatchewan	90	1,771	1,567	204	84
Alberta	423	5,833	4,961	871	285
British Columbia - Colombie-Britannique	831	7,421	6,024	1,397	466
Yukon Territory - Territoire du Yukon	8	48	37	12	4
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	13	29	18	11	3

**Table 3.3. Wholesale Trade - Apparel and Dry Goods, Canada, 1993**  
**Tableau 3.3. Commerce de gros - Vêtements et articles de mercerie, Canada, 1993**

**Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce**

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
<b>Revenues - Recettes</b>		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	5,363	97.34
<b>Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation</b>		
Commission Revenue - Commissions	12	0.23
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	125	2.26
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	1	0.02
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	9	0.15
<b>Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation</b>	<b>147</b>	<b>2.66</b>
<b>Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales</b>	<b>5,510</b>	<b>100.00</b>
<b>Expenses - Dépenses</b>		
<b>Cost of Goods Sold - Prix de revient</b>	<b>3,948</b>	<b>71.65</b>
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	955	17.33
Add: Purchases - Plus: Achats	4,046	73.44
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,054	19.12
<b>Gross Margin - Marge brute</b>	<b>1,562</b>	<b>28.35</b>
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	469	8.52
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	676	12.27
<b>Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation</b>	<b>5,093</b>	<b>92.44</b>
<b>Operating Profit - Bénéfice d'exploitation</b>	<b>417</b>	<b>7.56</b>

**Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire**

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	10	17	8	9	1
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	x	x	x	x	x
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x	x	x
Quebec - Québec	997	2,876	2,083	792	240
Ontario	716	1,992	1,407	585	159
Manitoba	52	99	76	23	8
Saskatchewan	13	15	10	5	1
Alberta	86	128	86	42	17
British Columbia - Colombie-Britannique	249	373	268	105	40
Yukon Territory - Territoire du Yukon	x	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	--	--	--	--	--



**Table 3.4. Wholesale Trade - Household Goods, Canada, 1993**  
**Tableau 3.4. Commerce de gros - Articles ménagers, Canada, 1993**

**Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce**

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
<b>Revenues - Recettes</b>		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	7,019	93.22
<b>Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation</b>		
Commission Revenue - Commissions	4	0.05
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	451	5.98
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	44	0.59
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	12	0.16
<b>Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation</b>	<b>510</b>	<b>6.78</b>
<b>Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales</b>	<b>7,530</b>	<b>100.00</b>
<b>Expenses - Dépenses</b>		
<b>Cost of Goods Sold - Prix de revient</b>	<b>5,801</b>	<b>77.04</b>
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,255	16.67
Add: Purchases - Plus: Achats	5,781	76.78
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,235	16.40
<b>Gross Margin - Marge brute</b>	<b>1,729</b>	<b>22.96</b>
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	680	9.03
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	995	13.22
<b>Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation</b>	<b>7,477</b>	<b>99.29</b>
<b>Operating Profit - Bénéfice d'exploitation</b>	<b>53</b>	<b>0.71</b>

**Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire**

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	15	33	27	6	2
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	30	25	19	6	3
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	19	2,179	1,642	538	176
Quebec - Québec	534	3,364	2,657	707	334
Ontario	760	111	84	28	12
Manitoba	45	82	70	12	4
Saskatchewan	32	541	401	140	49
Alberta	182	1,099	832	267	88
British Columbia - Colombie-Britannique	339	0	0	0	0
Yukon Territory - Territoire du Yukon	--	--	--	--	--
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	x	x	x	x	x

**Table 3.5. Wholesale Trade - Motor Vehicles, Parts and Accessories, Canada, 1993**  
**Tableau 3.5. Commerce de gros - Véhicules automobiles, pièces et accessoires, Canada, 1993**

## Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
<b>Revenues - Recettes</b>		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	21,524	96.23
<b>Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation</b>		
Commission Revenue - Commissions	18	0.08
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	270	1.21
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	518	2.32
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	38	0.17
<b>Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation</b>	<b>844</b>	<b>3.77</b>
<b>Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales</b>	<b>22,368</b>	<b>100.00</b>
<b>Expenses - Dépenses</b>		
<b>Cost of Goods Sold - Prix de revient</b>	<b>18,356</b>	<b>82.06</b>
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	3,545	15.85
Add: Purchases - Plus: Achats	18,034	80.62
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	3,222	14.41
<b>Gross Margin - Marge brute</b>	<b>4,012</b>	<b>17.94</b>
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	1,883	8.42
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	2,103	9.40
<b>Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation</b>	<b>22,342</b>	<b>99.88</b>
<b>Operating Profit - Bénéfice d'exploitation</b>	<b>26</b>	<b>0.12</b>

## Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	87	115	82	33	18
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	18	13	8	4	2
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	128	760	677	83	36
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	123	382	297	85	41
Quebec - Québec	1,066	4,283	3,526	758	307
Ontario	1,636	11,306	9,471	1,835	948
Manitoba	194	694	543	151	67
Saskatchewan	174	328	232	97	46
Alberta	728	1,974	1,474	500	227
British Columbia - Colombie-Britannique	782	2,506	2,043	462	189
Yukon Territory - Territoire du Yukon	x	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	x	x	x	x	x



**Table 3.6. Wholesale Trade - Metal, Hardware, Plumbing and Heating Equipment and Supplies, Canada, 1993**  
**Tableau 3.6. Commerce de gros - Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage, Canada, 1993**

### Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
<b>Revenues - Recettes</b>		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	14,393	96.41
<b>Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation</b>		
Commission Revenue - Commissions	42	0.28
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	403	2.70
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	66	0.44
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	26	0.18
<b>Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation</b>	<b>536</b>	<b>3.59</b>
<b>Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales</b>	<b>14,929</b>	<b>100.00</b>
<b>Expenses - Dépenses</b>		
<b>Cost of Goods Sold - Prix de revient</b>	<b>11,816</b>	<b>79.15</b>
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	2,204	14.76
Add: Purchases - Plus: Achats	11,983	80.27
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	2,371	15.88
<b>Gross Margin - Marge brute</b>	<b>3,112</b>	<b>20.85</b>
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	1,580	10.58
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	1,351	9.05
<b>Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation</b>	<b>14,747</b>	<b>98.78</b>
<b>Operating Profit - Bénéfice d'exploitation</b>	<b>182</b>	<b>1.22</b>

### Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	36	74	57	17	8
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	95	253	200	53	28
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	91	241	189	52	27
Quebec - Québec	945	3,675	2,890	785	348
Ontario	1,723	6,336	4,969	1,368	714
Manitoba	120	322	250	72	35
Saskatchewan	111	312	245	68	86
Alberta	410	1,477	1,171	306	152
British Columbia - Colombie-Britannique	523	2,215	1,832	384	181
Yukon Territory - Territoire du Yukon	6	10	4	6	1
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	x	x	x	x	x

**Table 3.7. Wholesale Trade - Lumber and Building Materials, Canada, 1993**  
**Tableau 3.7. Commerce de gros - Bois et matériaux de construction, Canada, 1993**

**Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce**

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
<b>Revenues - Recettes</b>		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	19,158	97.16
<b>Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation</b>		
Commission Revenue - Commissions	21	0.10
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	392	1.99
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	72	0.37
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	75	0.38
<b>Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation</b>	<b>559</b>	<b>2.84</b>
<b>Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales</b>	<b>19,717</b>	<b>100.00</b>
<b>Expenses - Dépenses</b>		
<b>Cost of Goods Sold - Prix de revient</b>	<b>15,597</b>	<b>79.10</b>
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	2,358	11.96
Add: Purchases - Plus: Achats	15,886	80.57
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	2,647	13.42
<b>Gross Margin - Marge brute</b>	<b>4,120</b>	<b>20.90</b>
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	2,053	10.41
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	1,688	8.56
<b>Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation</b>	<b>19,338</b>	<b>98.08</b>
<b>Operating Profit - Bénéfice d'exploitation</b>	<b>378</b>	<b>1.92</b>

**Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire**

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	116	252	195	57	26
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	169	567	451	117	55
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	152	411	349	61	29
Quebec - Québec	1,202	3,289	2,465	823	403
Ontario	1,681	7,036	5,353	1,682	838
Manitoba	220	654	540	114	53
Saskatchewan	181	388	300	88	39
Alberta	551	2,136	1,712	425	185
British Columbia - Colombie-Britannique	1,050	4,898	4,158	740	399
Yukon Territory - Territoire du Yukon	x	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	10	19	14	5	3



**Table 3.8. Wholesale Trade - Farm Machinery, Equipment and Supplies, Canada, 1993**  
**Tableau 3.8. Commerce de gros - Machines, matériel et fournitures agricoles, Canada, 1993**

**Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce**

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
<b>Revenues - Recettes</b>		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	4,707	92.22
<b>Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation</b>		
Commission Revenue - Commissions	14	0.28
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	101	1.97
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	266	5.20
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	16	0.32
<b>Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation</b>	<b>397</b>	<b>7.78</b>
<b>Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales</b>	<b>5,104</b>	<b>100.00</b>
<b>Expenses - Dépenses</b>		
<b>Cost of Goods Sold - Prix de revient</b>		
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	4,108	80.49
Add: Purchases - Plus: Achats	994	19.48
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	4,193	82.16
	1,080	21.16
<b>Gross Margin - Marge brute</b>	<b>996</b>	<b>19.51</b>
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	406	7.95
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	318	6.24
<b>Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation</b>	<b>4,832</b>	<b>94.67</b>
<b>Operating Profit - Bénéfice d'exploitation</b>	<b>272</b>	<b>5.33</b>

**Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire**

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
millions of dollars - millions de dollars					
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	25	51	42	10	4
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	39	131	102	28	17
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	34	87	62	26	10
Quebec - Québec	497	710	555	155	62
Ontario	556	1,425	1,204	221	106
Manitoba	159	587	485	102	66
Saskatchewan	353	1,065	879	186	69
Alberta	299	772	561	210	51
British Columbia - Colombie-Britannique	111	275	218	57	20
Yukon Territory - Territoire du Yukon	--	--	--	--	--
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	--	--	--	--	--

**Table 3.9. Wholesale Trade - Other Machinery, Equipment and Supplies, Canada, 1993**  
**Tableau 3.9. Commerce de gros - Autres machines, matériel et fournitures, Canada, 1993**

**Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce**

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
<b>Revenues - Recettes</b>		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	40,938	88.15
<b>Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation</b>		
Commission Revenue - Commissions	97	0.21
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	1,483	3.19
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	2,904	6.25
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	1,018	2.19
<b>Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation</b>	<b>5,502</b>	<b>11.85</b>
<b>Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales</b>	<b>46,441</b>	<b>100.00</b>
<b>Expenses - Dépenses</b>		
<b>Cost of Goods Sold - Prix de revient</b>	<b>32,649</b>	<b>70.30</b>
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	6,910	14.88
Add: Purchases - Plus: Achats	33,208	71.51
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	7,469	16.08
<b>Gross Margin - Marge brute</b>	<b>13,791</b>	<b>29.70</b>
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	7,048	15.18
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	5,848	12.59
<b>Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation</b>	<b>45,545</b>	<b>98.07</b>
<b>Operating Profit - Bénéfice d'exploitation</b>	<b>895</b>	<b>1.93</b>

**Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire**

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	253	342	237	105	50
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	42	59	37	22	9
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	571	878	621	257	131
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	367	489	350	140	68
Quebec - Québec	4,200	9,348	6,565	2,783	1,308
Ontario	6,763	21,518	15,142	6,376	3,488
Manitoba	633	992	649	343	149
Saskatchewan	516	833	573	260	134
Alberta	2,522	5,080	3,575	1,504	723
British Columbia - Colombie-Britannique	3,347	6,820	4,851	1,968	966
Yukon Territory - Territoire du Yukon	11	39	25	15	4
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	25	44	25	19	18



**Table 3.10. Wholesale Trade - Other Products, Canada, 1993**  
**Tableau 3.10. Commerce de gros - Produits divers, Canada, 1993**

**Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce**

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
<b>Revenues - Recettes</b>		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	32,354	93.27
<b>Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation</b>		
Commission Revenue - Commissions	97	0.28
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	1,985	5.72
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	84	0.24
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	166	0.48
<b>Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation</b>	<b>2,333</b>	<b>6.73</b>
<b>Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales</b>	<b>34,687</b>	<b>100.00</b>
<b>Expenses - Dépenses</b>		
<b>Cost of Goods Sold - Prix de revient</b>	<b>26,936</b>	<b>77.65</b>
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	3,362	9.69
Add: Purchases - Plus: Achats	27,220	78.47
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	3,646	10.51
<b>Gross Margin - Marge brute</b>	<b>7,752</b>	<b>22.35</b>
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	2,991	8.62
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	3,411	9.83
<b>Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation</b>	<b>33,337</b>	<b>96.11</b>
<b>Operating Profit - Bénéfice d'exploitation</b>	<b>1,350</b>	<b>3.89</b>

**Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire**

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	132	119	88	31	13
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	48	61	45	16	5
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	389	324	244	80	37
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	370	280	179	101	38
Quebec - Québec	3,403	7,038	5,498	1,540	640
Ontario	4,554	14,616	11,329	3,287	1,362
Manitoba	516	1,315	1,083	231	84
Saskatchewan	600	1,821	1,229	592	77
Alberta	1,250	3,217	2,392	825	307
British Columbia - Colombie-Britannique	2,078	5,879	4,838	1,042	425
Yukon Territory - Territoire du Yukon	x	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	x	x	x	x	x

**Table 3.11. Wholesale Trade - Grains, Canada, 1993**  
**Tableau 3.11. Commerce de gros - Céréales, Canada, 1993**

**Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce**

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
<b>Revenues - Recettes</b>		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	10,242	95.88
<b>Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation</b>		
Commission Revenue - Commissions	147	1.38
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	13	0.13
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	2	0.02
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	277	2.60
<b>Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation</b>	<b>440</b>	<b>4.12</b>
<b>Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales</b>	<b>10,682</b>	<b>100.00</b>
<b>Expenses - Dépenses</b>		
<b>Cost of Goods Sold - Prix de revient</b>	<b>8,247</b>	<b>77.21</b>
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,075	10.07
Add: Purchases - Plus: Achats	8,959	83.88
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,787	16.73
<b>Gross Margin - Marge brute</b>	<b>2,434</b>	<b>22.79</b>
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	361	3.38
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	124	1.16
<b>Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation</b>	<b>8,731</b>	<b>81.74</b>
<b>Operating Profit - Bénéfice d'exploitation</b>	<b>1,950</b>	<b>18.26</b>

**Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire**

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
millions of dollars - millions de dollars					
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	x	x	x	x	x
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x	x	x
Quebec - Québec	34	441	415	27	15
Ontario	116	1,579	1,452	127	53
Manitoba	33	6,144	4,204	1,940	73
Saskatchewan	25	660	555	105	135
Alberta	31	613	441	172	57
British Columbia - Colombie-Britannique	19	1,224	1,161	63	26
Yukon Territory - Territoire du Yukon	--	--	--	--	--
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	--	--	--	--	--



**Table 3.12. Wholesale Trade - Petroleum Products, Canada, 1993**  
**Tableau 3.12. Commerce de gros - Produits pétroliers, Canada, 1993**

**Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce**

Income Statement État des résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
<b>Revenues - Recettes</b>		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	31,802	99.23
<b>Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation</b>		
Commission Revenue - Commissions	36	0.11
Sales of Goods of Own Manufacture - Ventes de produits de propre fabrication	45	0.14
Labour Receipts from Installation and Repair of Goods and Revenues from Rental and Leasing of Goods and Equipment - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et la location de biens et de matériel	54	0.17
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	111	0.35
<b>Total Other Operating Revenue - Total autres recettes d'exploitation</b>	<b>246</b>	<b>0.77</b>
<b>Total Operating Revenue - Recettes d'exploitation totales</b>	<b>32,048</b>	<b>100.00</b>
<b>Expenses - Dépenses</b>		
<b>Cost of Goods Sold - Prix de revient</b>	<b>26,483</b>	<b>82.64</b>
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	2,460	7.68
Add: Purchases - Plus: Achats	26,497	82.68
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	2,474	7.72
<b>Gross Margin - Marge brute</b>	<b>5,565</b>	<b>17.36</b>
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	831	2.59
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	1,403	4.38
<b>Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation</b>	<b>28,717</b>	<b>89.61</b>
<b>Operating Profit - Bénéfice d'exploitation</b>	<b>3,331</b>	<b>10.39</b>

**Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire**

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	56	431	291	140	19
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	39	150	108	41	9
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	155	1,089	745	344	54
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	126	969	744	225	53
Quebec - Québec	1,001	5,386	4,418	967	180
Ontario	713	11,730	9,362	2,368	272
Manitoba	114	630	478	152	24
Saskatchewan	222	967	845	122	26
Alberta	377	8,148	7,320	828	119
British Columbia - Colombie-Britannique	185	2,429	2,080	348	70
Yukon Territory - Territoire du Yukon	x	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	x	x	x	x	x

**Table 4.1. Retail Trade - All Groups, Canada, 1993**  
**Tableau 4.1. Commerce de détail - Tous les groupes, Canada, 1993**

**Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce**

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
<b>Revenues - Recettes</b>		
<b>Independent Stores - Magasins indépendants</b>		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	111,426	56.96
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	7,594	3.88
<b>Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants</b>	<b>119,020</b>	<b>60.85</b>
<b>Chain Stores - Magasins à succursales</b>		
<b>Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales</b>	<b>76,587</b>	<b>39.15</b>
<b>All Stores - Tous les magasins</b>		
<b>Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins</b>	<b>195,608</b>	<b>100.00</b>
<b>Expenses - Dépenses</b>		
<b>Cost of Goods Sold - Prix de revient</b>	<b>142,088</b>	<b>72.64</b>
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	25,414	12.99
Add: Purchases - Plus: Achats	143,388	73.30
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	26,714	13.66
<b>Gross Margin - Marge brute</b>	<b>53,520</b>	<b>27.36</b>
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	23,994	12.27
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	24,035	12.29
<b>Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation</b>	<b>190,116</b>	<b>97.19</b>
<b>Operating Profit - Bénéfice d'exploitation</b>	<b>5,491</b>	<b>2.81</b>

**Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire**

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	3,840	3,358	2,554	804	368
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	959	860	639	222	96
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	5,872	6,359	4,797	1,563	728
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	4,710	4,967	3,751	1,215	524
Quebec - Québec	46,267	47,949	35,407	12,542	5,724
Ontario	53,528	71,422	51,026	20,396	8,993
Manitoba	5,647	6,712	4,938	1,774	806
Saskatchewan	5,951	5,875	4,311	1,564	704
Alberta	15,394	20,563	14,811	5,752	2,587
British Columbia - Colombie-Britannique	20,337	26,903	19,424	7,479	3,385
Yukon Territory - Territoire du Yukon	196	213	148	65	28
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	299	427	282	145	51



**Table 4.2. Retail Trade - Supermarkets and Grocery Stores, Canada, 1993**  
**Tableau 4.2. Commerce de détail - Supermarchés d'alimentation et épiceries, Canada, 1993**

## Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
<b>Revenues - Recettes</b>		
<b>Independent Stores - Magasins indépendants</b>		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	24,451	51.18
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	245	0.51
<b>Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants</b>	<b>24,696</b>	<b>51.69</b>
<b>Chain Stores - Magasins à succursales</b>		
<b>Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales</b>	<b>23,078</b>	<b>48.31</b>
<b>All Stores - Tous les magasins</b>		
<b>Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins</b>	<b>47,773</b>	<b>100.00</b>
<b>Expenses - Dépenses</b>		
<b>Cost of Goods Sold - Prix de revient</b>	<b>37,509</b>	<b>78.51</b>
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	2,470	5.17
Add: Purchases - Plus: Achats	37,552	78.60
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	2,513	5.26
<b>Gross Margin - Marge brute</b>	<b>10,265</b>	<b>21.49</b>
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	5,368	11.24
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	5,364	11.23
<b>Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation</b>	<b>48,241</b>	<b>100.98</b>
<b>Operating Profit - Bénéfice d'exploitation</b>	<b>-468</b>	<b>-0.98</b>

## Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
millions of dollars - millions de dollars					
Newfoundland - Terre-Neuve	1,032	1,032	844	189	96
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	109	205	163	42	18
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	937	1,615	1,359	257	160
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	744	1,339	1,089	249	127
Quebec - Québec	7,289	13,426	10,883	2,543	1,326
Ontario	5,462	15,002	11,427	3,575	1,732
Manitoba	621	1,844	1,432	411	222
Saskatchewan	774	1,493	1,192	301	152
Alberta	1,548	5,099	3,953	1,146	702
British Columbia - Colombie-Britannique	1,910	6,559	5,049	1,510	812
Yukon Territory - Territoire du Yukon	16	57	41	16	7
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	52	103	77	26	14

**Table 4.3. Retail Trade - All Other Food Stores, Canada, 1993**  
**Tableau 4.3. Commerce de détail - Tous les autres magasins d'alimentation, Canada, 1993**

**Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce**

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
<b>Revenues - Recettes</b>		
<b>Independent Stores - Magasins indépendants</b>		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	2,739	79.27
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	303	8.77
<b>Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants</b>	<b>3,042</b>	<b>88.04</b>
<b>Chain Stores - Magasins à succursales</b>		
<b>Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales</b>	<b>413</b>	<b>11.96</b>
<b>All Stores - Tous les magasins</b>		
<b>Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins</b>	<b>3,455</b>	<b>100.00</b>
<b>Expenses - Dépenses</b>		
<b>Cost of Goods Sold - Prix de revient</b>	<b>2,206</b>	<b>63.84</b>
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	170	4.92
Add: Purchases - Plus: Achats	2,218	64.18
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	182	5.26
<b>Gross Margin - Marge brute</b>	<b>1,250</b>	<b>36.16</b>
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	559	16.19
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	550	15.92
<b>Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation</b>	<b>3,315</b>	<b>95.95</b>
<b>Operating Profit - Bénéfice d'exploitation</b>	<b>140</b>	<b>4.05</b>



Table 4.4. Retail Trade - Drug and Patent Medicine Stores, Canada, 1993

Tableau 4.4. Commerce de détail - Pharmacies et magasins de médicaments brevetés, Canada, 1993

## Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
<b>Revenues - Recettes</b>		
<b>Independent Stores - Magasins indépendants</b>		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	9,149	75.87
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	72	0.59
<b>Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants</b>	<b>9,221</b>	<b>76.46</b>
<b>Chain Stores - Magasins à succursales</b>		
<b>Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales</b>	<b>2,839</b>	<b>23.54</b>
<b>All Stores - Tous les magasins</b>		
<b>Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins</b>	<b>12,060</b>	<b>100.00</b>
<b>Expenses - Dépenses</b>		
<b>Cost of Goods Sold - Prix de revient</b>	<b>8,725</b>	<b>72.34</b>
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,699	14.09
Add: Purchases - Plus: Achats	8,786	72.85
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,760	14.59
<b>Gross Margin - Marge brute</b>	<b>3,335</b>	<b>27.66</b>
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	1,588	13.17
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	1,513	12.55
<b>Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation</b>	<b>11,826</b>	<b>98.06</b>
<b>Operating Profit - Bénéfice d'exploitation</b>	<b>233</b>	<b>1.94</b>

## Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	138	263	189	73	37
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	33	68	49	19	9
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	253	462	336	126	61
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	126	327	231	96	42
Quebec - Québec	1,137	2,971	2,174	798	335
Ontario	2,336	4,725	3,396	1,329	660
Manitoba	184	266	186	80	36
Saskatchewan	306	350	252	98	47
Alberta	598	1,124	810	314	157
British Columbia - Colombie-Britannique	482	1,478	1,084	395	200
Yukon Territory - Territoire du Yukon	x	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	x	x	x	x	x

**Table 4.5. Retail Trade - Shoe Stores, Canada, 1993**  
**Tableau 4.5. Commerce de détail - Magasins de chaussures, Canada, 1993**

**Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce**

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
<b>Revenues - Recettes</b>		
<b>Independent Stores - Magasins indépendants</b>		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	540	31.77
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	16	0.94
<b>Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants</b>	<b>556</b>	<b>32.71</b>
<b>Chain Stores - Magasins à succursales</b>		
<b>Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales</b>	<b>1,143</b>	<b>67.29</b>
<b>All Stores - Tous les magasins</b>		
<b>Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins</b>	<b>1,699</b>	<b>100.00</b>
<b>Expenses - Dépenses</b>		
<b>Cost of Goods Sold - Prix de revient</b>	<b>941</b>	<b>55.41</b>
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	439	25.86
Add: Purchases - Plus: Achats	1,014	59.67
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	512	30.12
<b>Gross Margin - Marge brute</b>	<b>758</b>	<b>44.59</b>
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	293	17.23
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	400	23.53
<b>Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation</b>	<b>1,634</b>	<b>96.17</b>
<b>Operating Profit - Bénéfice d'exploitation</b>	<b>65</b>	<b>3.83</b>

**Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire**

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	50	19	11	8	3
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Ecosse	94	31	18	13	5
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	63	30	17	12	5
Quebec - Québec	1,457	609	342	267	113
Ontario	1,216	621	337	284	106
Manitoba	114	42	23	19	6
Saskatchewan	86	36	20	16	6
Alberta	251	128	72	57	20
British Columbia - Colombie-Britannique	352	175	97	79	28
Yukon Territory - Territoire du Yukon	x	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	x	x	x	x	x



**Table 4.6. Retail Trade - Men's Clothing Stores, Canada, 1993**  
**Tableau 4.6. Commerce de détail - Magasins de vêtements pour hommes, Canada, 1993**

**Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce**

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
<b>Revenues - Recettes</b>		
<b>Independent Stores - Magasins indépendants</b>		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	657	36.67
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	16	0.91
<b>Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants</b>	<b>673</b>	<b>37.59</b>
<b>Chain Stores - Magasins à succursales</b>		
<b>Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales</b>	<b>1,118</b>	<b>62.41</b>
<b>All Stores - Tous les magasins</b>		
<b>Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins</b>	<b>1,792</b>	<b>100.00</b>
<b>Expenses - Dépenses</b>		
<b>Cost of Goods Sold - Prix de revient</b>	<b>1,056</b>	<b>58.93</b>
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	366	20.42
Add: Purchases - Plus: Achats	1,060	59.17
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	370	20.67
<b>Gross Margin - Marge brute</b>	<b>736</b>	<b>41.07</b>
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	293	16.37
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	368	20.53
<b>Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation</b>	<b>1,717</b>	<b>95.83</b>
<b>Operating Profit - Bénéfice d'exploitation</b>	<b>75</b>	<b>4.17</b>

**Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire**

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	28	18	9	8	2
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	58	34	22	13	5
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	59	38	28	10	5
Quebec - Québec	699	428	248	180	74
Ontario	1,093	764	449	315	131
Manitoba	78	54	33	22	8
Saskatchewan	83	42	27	16	5
Alberta	261	195	112	83	31
British Columbia - Colombie-Britannique	360	211	124	87	31
Yukon Territory - Territoire du Yukon	x	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	x	x	x	x	x

**Table 4.7. Retail Trade - Women's Clothing Stores, Canada, 1993**  
**Tableau 4.7. Commerce de détail - Magasins de vêtements pour dames, Canada, 1993**

**Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce**

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
<b>Revenues - Recettes</b>		
<b>Independent Stores - Magasins indépendants</b>		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	986	25.40
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	16	0.42
<b>Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants</b>	<b>1,002</b>	<b>25.82</b>
<b>Chain Stores - Magasins à succursales</b>		
<b>Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales</b>	<b>2,878</b>	<b>74.18</b>
<b>All Stores - Tous les magasins</b>		
<b>Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins</b>	<b>3,880</b>	<b>100.00</b>
<b>Expenses - Dépenses</b>		
<b>Cost of Goods Sold - Prix de revient</b>		
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	581	14.96
Add: Purchases - Plus: Achats	2,183	56.25
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	603	15.53
<b>Gross Margin - Marge brute</b>	<b>1,720</b>	<b>44.32</b>
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	666	17.17
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	969	24.98
<b>Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation</b>	<b>3,796</b>	<b>97.83</b>
<b>Operating Profit - Bénéfice d'exploitation</b>	<b>84</b>	<b>2.17</b>

**Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire**

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
millions of dollars - millions de dollars					
Newfoundland - Terre-Neuve	118	55	30	25	9
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	...	...	...	...	...
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	285	116	67	49	17
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	227	88	48	40	12
Quebec - Québec	2,525	1,021	552	470	197
Ontario	3,136	1,490	833	657	256
Manitoba	324	125	69	55	20
Saskatchewan	254	98	56	42	14
Alberta	944	395	225	170	60
British Columbia - Colombie-Britannique	1,165	475	270	205	79
Yukon Territory - Territoire du Yukon	x	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	x	x	x	x	x



**Table 4.8. Retail Trade - Other Clothing Stores, Canada, 1993**  
**Tableau 4.8. Commerce de détail - Autres magasins de vêtements, Canada, 1993**

**Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce**

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
<b>Revenues - Recettes</b>		
<b>Independent Stores - Magasins indépendants</b>		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	1,375	31.60
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	50	1.14
<b>Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants</b>	<b>1,425</b>	<b>32.75</b>
<b>Chain Stores - Magasins à succursales</b>		
<b>Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales</b>	<b>2,926</b>	<b>67.25</b>
<b>All Stores - Tous les magasins</b>		
<b>Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins</b>	<b>4,351</b>	<b>100.00</b>
<b>Expenses - Dépenses</b>		
<b>Cost of Goods Sold - Prix de revient</b>	<b>2,488</b>	<b>57.17</b>
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	860	19.77
Add: Purchases - Plus: Achats	2,561	58.87
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	934	21.46
<b>Gross Margin - Marge brute</b>	<b>1,864</b>	<b>42.83</b>
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	719	16.53
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	838	19.25
<b>Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation</b>	<b>4,044</b>	<b>92.95</b>
<b>Operating Profit - Bénéfice d'exploitation</b>	<b>307</b>	<b>7.05</b>

**Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire**

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	139	78	50	28	11
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	53	17	10	7	3
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	238	107	65	42	16
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	209	76	47	29	12
Quebec - Québec	2,789	1,324	770	554	224
Ontario	2,094	1,468	812	656	264
Manitoba	220	141	81	60	20
Saskatchewan	248	122	71	51	20
Alberta	684	459	260	199	72
British Columbia - Colombie-Britannique	852	547	315	232	80
Yukon Territory - Territoire du Yukon	x	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	x	x	x	x	x

**Table 4.9. Retail Trade - Household Furniture and Appliances Stores, Canada, 1993**  
**Tableau 4.9. Commerce de détail - Magasins de meubles et d'appareils ménagers, Canada, 1993**

**Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce**

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
<b>Revenues - Recettes</b>		
<b>Independent Stores - Magasins indépendants</b>		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	4,718	55.97
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	275	3.26
<b>Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants</b>	<b>4,993</b>	<b>59.23</b>
<b>Chain Stores - Magasins à succursales</b>		
<b>Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales</b>	<b>3,437</b>	<b>40.77</b>
<b>All Stores - Tous les magasins</b>		
<b>Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins</b>	<b>8,430</b>	<b>100.00</b>
<b>Expenses - Dépenses</b>		
<b>Cost of Goods Sold - Prix de revient</b>	<b>5,565</b>	<b>66.02</b>
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,714	20.33
Add: Purchases - Plus: Achats	5,639	66.89
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,787	21.20
<b>Gross Margin - Marge brute</b>	<b>2,865</b>	<b>33.98</b>
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	1,246	14.78
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	1,456	17.27
<b>Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation</b>	<b>8,267</b>	<b>98.07</b>
<b>Operating Profit - Bénéfice d'exploitation</b>	<b>163</b>	<b>1.93</b>

**Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire**

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	184	105	71	34	12
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	49	26	17	9	4
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	313	166	103	63	28
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	333	142	98	44	21
Quebec - Québec	3,065	2,154	1,457	697	316
Ontario	3,596	3,123	2,038	1,085	479
Manitoba	343	243	162	82	37
Saskatchewan	313	177	116	61	27
Alberta	959	1,058	689	369	151
British Columbia - Colombie-Britannique	1,262	1,219	803	416	168
Yukon Territory - Territoire du Yukon	7	6	4	1	--
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	15	9	6	3	1



**Table 4.10. Retail Trade - Household Furnishings Stores, Canada, 1993**  
**Tableau 4.10. Commerce de détail - Magasins d'accessoires d'ameublement, Canada, 1993**

**Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce**

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
<b>Revenues - Recettes</b>		
<b>Independent Stores - Magasins indépendants</b>		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	1,779	76.62
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	108	4.67
<b>Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants</b>	<b>1,887</b>	<b>81.29</b>
<b>Chain Stores - Magasins à succursales</b>		
<b>Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales</b>	<b>434</b>	<b>18.71</b>
<b>All Stores - Tous les magasins</b>		
<b>Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins</b>	<b>2,322</b>	<b>100.00</b>
<b>Expenses - Dépenses</b>		
<b>Cost of Goods Sold - Prix de revient</b>	<b>1,436</b>	<b>61.85</b>
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	400	17.25
Add: Purchases - Plus: Achats	1,457	62.75
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	421	18.15
<b>Gross Margin - Marge brute</b>	<b>886</b>	<b>38.15</b>
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	379	16.32
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	458	19.74
<b>Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation</b>	<b>2,273</b>	<b>97.91</b>
<b>Operating Profit - Bénéfice d'exploitation</b>	<b>48</b>	<b>2.09</b>

**Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire**

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	32	14	8	6	2
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	19	7	4	3	1
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	121	49	31	18	8
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	67	42	28	14	5
Quebec - Québec	1,083	535	317	218	96
Ontario	1,458	880	540	341	145
Manitoba	84	47	31	16	8
Saskatchewan	105	59	38	21	9
Alberta	351	243	154	89	36
British Columbia - Colombie-Britannique	585	441	282	159	67
Yukon Territory - Territoire du Yukon	x	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	x	x	x	x	x

**Table 4.11. Retail Trade - Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers, Canada, 1993**  
**Tableau 4.11. Commerce de détail - Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs, Canada, 1993**

**Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce**

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
<b>Revenues - Recettes</b>		
<b>Independent Stores - Magasins indépendants</b>		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	37,120	90.78
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	3,237	7.92
<b>Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants</b>	<b>40,358</b>	<b>98.70</b>
<b>Chain Stores - Magasins à succursales</b>		
<b>Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales</b>	<b>534</b>	<b>1.30</b>
<b>All Stores - Tous les magasins</b>		
<b>Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins</b>	<b>40,891</b>	<b>100.00</b>
<b>Expenses - Dépenses</b>		
<b>Cost of Goods Sold - Prix de revient</b>	<b>33,844</b>	<b>82.77</b>
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	6,776	16.57
Add: Purchases - Plus: Achats	34,279	83.83
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	7,211	17.64
<b>Gross Margin - Marge brute</b>	<b>7,047</b>	<b>17.23</b>
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	3,426	8.38
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	2,778	6.79
<b>Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation</b>	<b>40,048</b>	<b>97.94</b>
<b>Operating Profit - Bénéfice d'exploitation</b>	<b>843</b>	<b>2.06</b>

**Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire**

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	194	553	454	100	54
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	48	162	132	30	12
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	304	1,296	1,069	226	122
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	238	1,098	927	172	80
Quebec - Québec	2,295	9,902	8,029	1,873	857
Ontario	2,069	15,852	13,232	2,621	1,300
Manitoba	258	1,288	1,074	214	101
Saskatchewan	326	1,173	993	180	92
Alberta	604	3,925	3,231	694	336
British Columbia - Colombie-Britannique	780	5,576	4,654	923	466
Yukon Territory - Territoire du Yukon	7	25	19	6	3
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	9	40	31	8	4



**Table 4.12. Retail Trade - Gasoline Service Stations, Canada, 1993**  
**Tableau 4.12. Commerce de détail - Stations-service, Canada, 1993**

**Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce**

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
<b>Revenues - Recettes</b>		
<b>Independent Stores - Magasins indépendants</b>		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	7,143	49.43
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	679	4.70
<b>Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants</b>	<b>7,822</b>	<b>54.13</b>
<b>Chain Stores - Magasins à succursales</b>		
<b>Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales</b>	<b>6,629</b>	<b>45.87</b>
<b>All Stores - Tous les magasins</b>		
<b>Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins</b>	<b>14,451</b>	<b>100.00</b>
<b>Expenses - Dépenses</b>		
<b>Cost of Goods Sold - Prix de revient</b>	<b>11,358</b>	<b>78.59</b>
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	411	2.84
Add: Purchases - Plus: Achats	11,358	78.60
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	411	2.85
<b>Gross Margin - Marge brute</b>	<b>3,093</b>	<b>21.41</b>
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	1,139	7.88
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	1,117	7.73
<b>Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation</b>	<b>13,614</b>	<b>94.21</b>
<b>Operating Profit - Bénéfice d'exploitation</b>	<b>837</b>	<b>5.79</b>

**Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire**

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	394	340	283	57	30
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	110	89	74	15	8
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	643	675	559	116	59
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	405	425	336	89	33
Quebec - Québec	3,899	2,925	2,349	577	244
Ontario	4,523	5,331	4,088	1,243	389
Manitoba	573	572	466	106	45
Saskatchewan	669	508	409	99	42
Alberta	1,525	1,576	1,258	318	117
British Columbia - Colombie-Britannique	1,814	1,964	1,500	464	168
Yukon Territory - Territoire du Yukon	...	...	...	...	...
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	15	12	9	3	2

**Table 4.13. Retail Trade - Automotive Parts, Accessories and Services Stores, Canada, 1993**  
**Tableau 4.13. Commerce de détail - Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services, Canada, 1993**

### Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
<b>Revenues - Recettes</b>		
<b>Independent Stores - Magasins indépendants</b>		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	8,468	74.81
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	2,079	18.37
<b>Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants</b>	<b>10,548</b>	<b>93.18</b>
<b>Chain Stores - Magasins à succursales</b>		
<b>Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales</b>	<b>772</b>	<b>6.82</b>
<b>All Stores - Tous les magasins</b>		
<b>Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins</b>	<b>11,320</b>	<b>100.00</b>
<b>Expenses - Dépenses</b>		
<b>Cost of Goods Sold - Prix de revient</b>	<b>6,506</b>	<b>57.48</b>
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,270	11.22
Add: Purchases - Plus: Achats	6,627	58.55
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,391	12.29
<b>Gross Margin - Marge brute</b>	<b>4,813</b>	<b>42.52</b>
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	2,341	20.69
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	1,886	16.66
<b>Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation</b>	<b>10,734</b>	<b>94.82</b>
<b>Operating Profit - Bénéfice d'exploitation</b>	<b>586</b>	<b>5.18</b>

### Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	357	169	109	60	29
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	147	54	33	21	11
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	615	308	188	120	56
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	696	284	179	106	53
Quebec - Québec	6,234	2,945	1,740	1,205	579
Ontario	6,657	4,141	2,420	1,720	847
Manitoba	741	354	204	150	70
Saskatchewan	852	371	200	171	84
Alberta	2,248	1,358	764	594	285
British Columbia - Colombie-Britannique	3,044	1,313	657	656	322
Yukon Territory - Territoire du Yukon	...	...	...	...	...
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	...	...	...	...	...



**Table 4.14. Retail Trade - General Merchandise Stores, Canada, 1993**  
**Tableau 4.14. Commerce de détail - Magasins de marchandises diverses, Canada, 1993**

**Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce**

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
<b>Revenues - Recettes</b>		
<b>Independent Stores - Magasins indépendants</b>		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	1,875	8.99
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	65	0.31
<b>Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants</b>	<b>1,940</b>	<b>9.30</b>
<b>Chain Stores - Magasins à succursales</b>		
<b>Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales</b>	<b>18,928</b>	<b>90.70</b>
<b>All Stores - Tous les magasins</b>		
<b>Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins</b>	<b>20,868</b>	<b>100.00</b>
<b>Expenses - Dépenses</b>		
<b>Cost of Goods Sold - Prix de revient</b>	<b>15,457</b>	<b>74.07</b>
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	3,999	19.17
Add: Purchases - Plus: Achats	15,647	74.98
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	4,190	20.08
<b>Gross Margin - Marge brute</b>	<b>5,411</b>	<b>25.93</b>
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	2,690	12.89
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	2,675	12.82
<b>Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation</b>	<b>20,822</b>	<b>99.78</b>
<b>Operating Profit - Bénéfice d'exploitation</b>	<b>46</b>	<b>0.22</b>

**Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire**

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	405	433	325	108	42
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	49	94	69	25	9
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	314	702	515	187	80
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	308	576	407	170	62
Quebec - Québec	1,487	4,187	3,104	1,082	540
Ontario	2,545	7,613	5,557	2,056	1,086
Manitoba	339	940	721	218	116
Saskatchewan	333	761	579	182	103
Alberta	683	2,354	1,763	591	265
British Columbia - Colombie-Britannique	573	3,015	2,294	721	368
Yukon Territory - Territoire du Yukon	x	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	x	x	x	x	x

**Table 4.15. Retail Trade - Other Semi-Durable Goods Stores, Canada, 1993**  
**Tableau 4.15. Commerce de détail - Autres magasins de produits semi-durables, Canada, 1993**

**Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce**

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
<b>Revenues - Recettes</b>		
<b>Independent Stores - Magasins indépendants</b>		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	4,817	71.29
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	114	1.69
<b>Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants</b>	<b>4,931</b>	<b>72.98</b>
<b>Chain Stores - Magasins à succursales</b>		
<b>Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales</b>	<b>1,826</b>	<b>27.02</b>
<b>All Stores - Tous les magasins</b>		
<b>Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins</b>	<b>6,757</b>	<b>100.00</b>
<b>Expenses - Dépenses</b>		
<b>Cost of Goods Sold - Prix de revient</b>	<b>4,130</b>	<b>61.12</b>
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,470	21.75
Add: Purchases - Plus: Achats	4,222	62.48
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,562	23.11
<b>Gross Margin - Marge brute</b>	<b>2,627</b>	<b>38.88</b>
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	1,108	16.39
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	1,179	17.46
<b>Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation</b>	<b>6,417</b>	<b>94.97</b>
<b>Operating Profit - Bénéfice d'exploitation</b>	<b>340</b>	<b>5.03</b>

**Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire**

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	342	106	68	38	16
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	154	44	27	16	7
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	625	201	128	73	34
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	450	132	88	44	21
Quebec - Québec	3,796	1,544	987	557	236
Ontario	5,762	2,546	1,493	1,053	445
Manitoba	679	200	116	84	31
Saskatchewan	529	207	120	87	32
Alberta	1,636	774	486	288	124
British Columbia - Colombie-Britannique	2,364	982	603	379	158
Yukon Territory - Territoire du Yukon	31	10	6	4	2
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	29	12	7	5	2



**Table 4.16. Retail Trade - Other Durable Goods Stores, Canada, 1993**  
**Tableau 4.16. Commerce de détail - Autres magasins de produits durables, Canada, 1993**

**Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce**

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
<b>Revenues - Recettes</b>		
<b>Independent Stores - Magasins indépendants</b>		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	3,067	57.04
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	178	3.31
<b>Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants</b>	<b>3,245</b>	<b>60.35</b>
<b>Chain Stores - Magasins à succursales</b>		
<b>Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales</b>	<b>2,131</b>	<b>39.65</b>
<b>All Stores - Tous les magasins</b>		
<b>Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins</b>	<b>5,376</b>	<b>100.00</b>
<b>Expenses - Dépenses</b>		
<b>Cost of Goods Sold - Prix de revient</b>	<b>3,347</b>	<b>62.25</b>
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,633	30.38
Add: Purchases - Plus: Achats	3,419	63.60
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,705	31.72
<b>Gross Margin - Marge brute</b>	<b>2,029</b>	<b>37.75</b>
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	866	16.11
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	1,160	21.59
<b>Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation</b>	<b>5,373</b>	<b>99.95</b>
<b>Operating Profit - Bénéfice d'exploitation</b>	<b>3</b>	<b>0.05</b>

**Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire**

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	152	47	28	19	8
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	34	12	8	4	2
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	305	121	73	48	24
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	263	84	52	31	14
Quebec - Québec	2,540	1,055	666	389	166
Ontario	3,779	2,109	1,317	791	329
Manitoba	368	196	115	81	38
Saskatchewan	498	184	112	72	30
Alberta	1,285	634	390	243	100
British Columbia - Colombie-Britannique	1,837	917	574	343	153
Yukon Territory - Territoire du Yukon	...	...	...	...	...
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	28	11	6	4	1

**Table 4.17. Retail Trade - Other Retail Stores, Canada, 1993**  
**Tableau 4.17. Commerce de détail - Autres magasins de ventes au détail, Canada, 1993**

**Trade Group Profile - Profil du groupe de commerce**

Income Statement État de résultats	in millions of dollars en millions de dollars	as % of total operating revenue en % des recettes d'exploitation totales
<b>Revenues - Recettes</b>		
<b>Independent Stores - Magasins indépendants</b>		
Sales of goods purchased for resale on own account - Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte	2,543	24.97
Other Operating Revenue - Autres recettes d'exploitation	140	1.38
<b>Total Operating Revenue, Independent Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins indépendants</b>	<b>2,683</b>	<b>26.35</b>
<b>Chain Stores - Magasins à succursales</b>		
<b>Total Operating Revenue, Chain Stores - Recettes d'exploitation totales, magasins à succursales</b>	<b>7,500</b>	<b>73.65</b>
<b>All Stores - Tous les magasins</b>		
<b>Total Operating Revenue, All Stores - Recettes d'exploitation totales, tous les magasins</b>	<b>10,183</b>	<b>100.00</b>
<b>Expenses - Dépenses</b>		
<b>Cost of Goods Sold - Prix de revient</b>	<b>5,361</b>	<b>52.64</b>
Opening Inventory - Stocks d'ouverture	1,155	11.34
Add: Purchases - Plus: Achats	5,367	52.70
Deduct: Closing Inventory - Moins: Stocks de fermeture	1,161	11.40
<b>Gross Margin - Marge brute</b>	<b>4,822</b>	<b>47.36</b>
Employee Earnings and Benefits - Rémunération et avantages sociaux des employés	1,311	12.88
Other Operating Expenses (Excluding Depreciation) - Autres dépenses d'exploitation (excluant la dépréciation)	1,323	12.99
<b>Total Operating Expenses - Dépenses totales d'exploitation</b>	<b>7,995</b>	<b>78.51</b>
<b>Operating Profit - Bénéfice d'exploitation</b>	<b>2,188</b>	<b>21.49</b>

**Characteristics by Province or Territory - Caractéristiques selon la province ou le territoire**

Regions Régions	Number of Locations Nombre d'emplacements	Total Operating Revenue Recettes d'exploitation totales	Cost of Goods Sold Prix de revient	Gross Margin Marge brute	Employee Earnings and Benefits Rémunération et avantages sociaux des employés
		millions of dollars - millions de dollars			
Newfoundland - Terre-Neuve	195	97	54	44	13
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	70	51	32	19	6
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	538	398	215	183	46
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	349	243	145	98	26
Quebec - Québec	3,313	1,694	979	714	225
Ontario	5,173	4,495	2,272	2,223	632
Manitoba	489	313	173	140	34
Saskatchewan	413	244	94	150	39
Alberta	1,257	1,048	530	518	98
British Columbia - Colombie-Britannique	1,847	1,561	850	711	188
Yukon Territory - Territoire du Yukon	x	x	x	x	x
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	x	x	x	x	x



**Table 5.1. Wholesale Trade - Performance Indicators by Trade Group, Canada, 1993**  
**Tableau 5.1. Commerce de gros - Indicateurs de performance par groupe de commerce, Canada, 1993**

Trade Group Groupe de commerce	Revenue to Inventory Ratio Ratio recettes/ inventaires	Cost of Goods to Inventory Ratio Ratio prix de revient/ inventaires	Gross Margin Marge brute	Profit Margin Marge de profit
			%	
Food, Beverage, Drug and Tobacco Products - Produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac	15.42	13.06	15.30	3.45
Apparel and Dry Goods - Vêtements et articles de mercerie	5.49	3.93	28.35	7.56
Household Goods - Articles ménagers	6.05	4.66	22.96	0.71
Motor Vehicles, Parts and Accessories - Véhicules automobiles, pièces et accessoires	6.61	5.42	17.94	0.12
Metals, Hardware, Plumbing and Heating Equipment and Supplies - Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6.53	5.17	20.85	1.22
Lumber and Building Materials - Bois et matériaux de construction	7.88	6.23	20.90	1.92
Farm Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures agricoles	4.92	3.96	19.51	5.33
Other Machinery, Equipment and Supplies - Autres machines, matériel et fournitures	6.46	4.54	29.70	1.93
Other Products - Autres produits	9.90	7.69	22.35	3.89
Grain - Céréales	7.46	5.76	22.79	18.26
Petroleum Products - Produits pétroliers	12.99	10.74	17.36	10.39
<b>All Groups - Tous les groupes</b>	<b>8.57</b>	<b>6.77</b>	<b>21.06</b>	<b>4.23</b>

**Table 5.2. Retail Trade - Performance Indicators by Trade Group, Canada, 1993**  
**Tableau 5.2. Commerce de détail - Indicateurs de performance par groupe de commerce, Canada, 1993**

Trade Group Groupe de commerce	Revenue to Inventory Ratio Ratio recettes/ inventaires	Cost of Goods to Inventory Ratio Ratio prix de revient/ inventaires	Gross Margin Marge brute	Profit Margin Marge de profit
			%	
Supermarkets and Grocery Stores - Supermarchés d'alimentation et épiceries	19.17	15.05	21.49	-0.98
All Other Food Stores - Tous les autres magasins d'alimentation	19.66	12.55	36.16	4.05
Drug and Patent Medicine Stores - Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	6.97	5.04	27.66	1.93
Shoe Stores - Magasins de chaussures	3.57	1.98	44.59	3.83
Men's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour hommes	4.87	2.87	41.07	4.17
Women's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour femmes	6.56	3.65	44.32	2.17
Other Clothing Stores - Autres magasins de vêtements	4.85	2.77	42.83	7.05
Household Furniture and Appliance Stores - Magasins de meubles et d'appareils ménagers	4.82	3.18	33.98	1.93
Household Furnishings Stores - Magasins d'accessoires d'ameublement	5.65	3.49	38.15	2.09
Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers - Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	5.85	4.84	17.23	2.06
Gasoline Service Stations - Stations-service	35.14	27.62	21.41	5.79
Automotive Parts, Accessories and Services - Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services	8.51	4.89	42.52	5.18
General Merchandise Stores - Magasins de marchandises diverses	5.10	3.77	25.93	0.22
Other Semi-Durable Goods Stores - Autres magasins de produits semi-durables	4.46	2.72	38.88	5.03
Other Durable Goods Stores - Autres magasins de produits durables	3.22	2.00	37.75	0.05
Other Retail Stores - Autres magasins de vente au détail	8.79	4.63	47.36	21.49
<b>Total, All Stores - Total, ensemble des magasins</b>	<b>7.50</b>	<b>5.45</b>	<b>27.36</b>	<b>2.81</b>

**Table 6.1. Total Operating Revenue by the 1980 Standard Industrial Classification, Wholesale Trade, Canada, 1993**  
**Tableau 6.1. Recettes d'exploitation totales selon la Classification type des industries de 1980, Commerce de gros, Canada, 1993**

1980 SIC CTI 1980	Description	Total Operating Revenue (in millions of dollars) <sup>1</sup>  Recettes d'exploitation totales (en millions de dollars) <sup>1</sup>
<b>501</b>	<b>Farm Products - Produits agricoles</b>	
5011	Livestock - Bétail	14,411
5012	Grain - Céréales	1,378
5019	Other Farm Products - Autres produits agricoles	10,682
		2,351
<b>511</b>	<b>Petroleum Products - Produits pétroliers</b>	<b>32,048</b>
<b>521</b>	<b>Food - Produits alimentaires</b>	<b>41,615</b>
5211	Confectionery - Confiseries	1,162
5212	Frozen Foods (Packaged) - Produits alimentaires congelés (emballés)	629
5213	Dairy Products - Produits laitiers	682
5214	Poultry and Eggs - Volaille et oeufs	684
5215	Fish and Seafood - Poisson et fruits de mer	1,784
5216	Fresh Fruit and Vegetables - Fruits et légumes frais	6,021
5217	Meat and Meat Products - Viande et produits de la viande	4,978
5219	Other Foods - Autres produits alimentaires	25,675
<b>522</b>	<b>Beverages - Boissons</b>	<b>3,602</b>
5221	Non-Alcoholic Beverages - Boissons non-alcooliques	580
5222	Alcoholic Beverages - Boissons alcooliques	3,022
<b>523</b>	<b>Drugs and Toilet Preparations - Médicaments et produits de toilette</b>	<b>7,145</b>
5231	Drugs - Médicaments	4,566
5232	Toilet Soaps and Preparations - Savons et produits de toilette	1,416
5239	Drug Sundries and Other Drugs and Toilet Preparations - Produits pharmaceutiques divers et autres produits de toilette	1,163
<b>524</b>	<b>Tobacco Products - Produits du tabac</b>	<b>2,553</b>
<b>531</b>	<b>Apparel - Vêtements</b>	<b>3,908</b>
5311	Men's and Boys' Clothing and Furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour hommes et garçonnet	513
5312	Women's, Misses' and Children's Outerwear - Vêtements de dessus pour dames, jeunes filles et enfants	827
5313	Women's, Misses' and Children's Hosiery, Underwear and Apparel Accessories - Bas et chaussettes, sous-vêtements et articles d'habillement pour dames, jeunes filles et enfants	454
5314	Footwear - Chaussures	565
5319	Other Apparel - Autres vêtements	1,549
<b>532</b>	<b>Dry Goods - Tissus et articles de mercerie</b>	<b>1,602</b>
5321	Piece Goods - Tissus à la pièce	1,338
5329	Notions and Other Dry Goods - Articles de mercerie	264
<b>541</b>	<b>Electrical and Electronic Household Appliances and Parts - Appareil ménagers électriques et leurs pièces</b>	<b>4,478</b>
5411	Electrical Household Appliances - Appareils ménagers électriques	1,351
5412	Electronic Household Appliances - Appareils ménagers électroniques	3,127
<b>542</b>	<b>Household Furniture - Meubles de maison</b>	<b>463</b>
<b>543</b>	<b>Household Furnishings - Accessoires ménagers d'ameublement</b>	<b>2,589</b>
5431	China, Glassware, Crockery and Pottery - Porcelaine, verrerie, faïence et poterie	398
5432	Floor Coverings - Revêtements de sol	1,636
5433	Linens, Draperies and Other Textile Furnishings - Linge de maison, tentures et autres articles de textile	228
5439	Other Household Furnishings - Autres accessoires ménagers d'ameublement	327
<b>551</b>	<b>Motor Vehicles - Véhicules automobiles</b>	<b>11,575</b>
5511	Automobiles - Automobiles	7,505
5512	Trucks and Buses - Camions et autobus	3,022
5519	Other Motor Vehicles and Trailers - Autres véhicules automobiles	1,048
<b>552</b>	<b>Motor Vehicle Parts and Accessories - Pièces et accessoires de véhicules automobiles</b>	<b>10,463</b>
5521	Tires and Tubes - Pneus et chambres à air	1,914
5529	Other Motor Vehicle Parts and Accessories - Autres pièces et accessoires pour véhicules automobile	8,549

<sup>1</sup> See Estimation in "Methodology".

<sup>1</sup> Voir Estimation dans "Méthodologie".



**Table 6.1. Total Operating Revenue by the 1980 Standard Industrial Classification, Wholesale Trade, Canada, 1993 - Continued**  
**Tableau 6.1. Recettes d'exploitation totales selon la Classification type des industries de 1980, Commerce de gros, Canada, 1993 - suite**

1980 SIC	Description	Total Operating Revenue (in millions of dollars)
CTI 1980		Recettes d'exploitation totales (en millions de dollars)
<b>561</b>	<b>Metal and Metal Products - Métaux et produits en métal</b>	<b>5,685</b>
5611	Iron and Steel Primary Forms and Structural Shapes - Formes primaires et profilés de charpente en fer et acier	2,900
5612	Other Iron and Steel Products - Autres produits en fer et en acier	923
5613	Non-Ferrous Metal and Metal Products - Métaux non ferreux et produits en métaux non ferreux	928
5619	Combination Metal and Metal Products - Combinaisons de métaux et produits en métal	934
<b>562</b>	<b>Hardware and Plumbing, Heating and Air Conditioning Equipment and Supplies - Articles de quincaillerie et matériel et fourniture de plomberie, de chauffage et de climatisation</b>	<b>8,838</b>
5621	Hardware - Articles de quincaillerie	4,919
5622	Plumbing, Heating and Air Conditioning Equipment and Supplies - Matériel et fournitures de plomberie, de chauffage et de climatisation	3,919
<b>563</b>	<b>Lumber and Building Materials - Bois et matériaux de construction</b>	<b>19,422</b>
5631	Lumber, Plywood and Millwork - Bois de construction, contreplaqués et bois travaillé	10,695
5632	Paint, Glass and Wallpaper - Peintures, vitres et papiers peints	574
5639	Other Building Materials - Autres matériaux de construction	8,153
<b>571</b>	<b>Farm Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures agricoles</b>	<b>5,078</b>
<b>572</b>	<b>Construction, Forestry and Mining Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures pour la construction</b>	<b>4,572</b>
5721	Construction and Forestry Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures de construction et d'exploitation forestière	2,145
5722	Mining Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures d'extraction minière	2,427
<b>573</b>	<b>Industrial Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures industriels</b>	<b>8,205</b>
<b>574</b>	<b>Electrical and Electronic Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures électriques et électroniques</b>	<b>19,947</b>
5741	Electrical Wiring Supplies and Electrical Construction Material - Fournitures pour canalisations électriques et matériaux d'installations électriques	3,938
5742	Electrical Generating and Transmission Equipment and Supplies - Matériel et fournitures de production et de transmission d'électricité	320
5743	Electronic Machinery, Equipment and Supplies (except Computer and Related Equipment) - Machines, matériel et fournitures électroniques (sauf ordinateurs et le matériel connexe)	6,782
5744	Computer and Related Machinery, Equipment and Packaged Software - Ordinateurs, machines et matériel connexes, et progiciels	8,434
5749	Other Electrical and Electronic Machinery, Equipment and Supplies - Autres machines, matériel et fournitures électriques et électroniques	473
<b>579</b>	<b>Other Machinery, Equipment and Supplies - Autres machines, matériel et fournitures</b>	<b>14,411</b>
5791	Office and Store Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures de bureau et de magasin	6,771
5792	Service Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures des entreprises de services	1,589
5793	Professional Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures d'usage professionnel	3,609
5799	Other Machinery, Equipment and Supplies n.e.c. - Autres machines, matériel et fournitures n.c.a.	2,442
<b>591</b>	<b>Waste Materials - Matières de rebut</b>	<b>2,279</b>
5911	Automobile Wrecking - Démontage d'automobiles	896
5919	Other Waste Materials - Autres matières de rebut	1,383
<b>592</b>	<b>Paper and Paper Products - Papier et produits du papier</b>	<b>5,479</b>
5921	Newsprint - Papier journal	--
5922	Stationery and Office Supplies - Papeterie et fournitures de bureau	1,102
5929	Other Paper and Paper Products - Autres papiers et produits du papier	4,377
<b>593</b>	<b>Agricultural Supplies - Fournitures agricoles</b>	<b>5,637</b>
5931	Agricultural Feeds - Aliments pour animaux	1,274
5932	Seeds and Seed Processing - Semences et traitement des semences	1,197
5939	Agricultural Chemical and Other Farm Supplies - Produits chimiques et autres fournitures agricoles	3,166
<b>594</b>	<b>Toys, Amusement and Sporting Goods - Jouets et articles de loisirs et de sport</b>	<b>1,972</b>
5941	Toys, Novelties and Fireworks - Jouets, articles de fantaisie et pièces pour feux d'artifice	774
5942	Amusement and Sporting Goods - Articles de loisir et de sport	1,198

**Table 6.1. Total Operating Revenue by the 1980 Standard Industrial Classification, Wholesale Trade, Canada, 1993 - Concluded**  
**Tableau 6.1. Recettes d'exploitation totales selon la Classification type des industries de 1980, Commerce de gros, Canada, 1993 - fin**

1980 SIC CTI 1980	Description	Total Operating Revenue (in millions of dollars)  Recettes d'exploitation totales (en millions de dollars)
<b>595</b>	<b>Photographic Equipment and Musical Instruments and Supplies - Matériel et fournitures photographiques et instruments de musique</b>	<b>2,017</b>
5951	Photographic Equipment and Supplies - Matériel et fournitures photographiques	822
5952	Musical Instruments and Accessories - Instruments et accessoires de musique	1,195
<b>596</b>	<b>Jewellery and Watches - Bijoux et montres</b>	<b>462</b>
<b>597</b>	<b>Industrial and Household Chemicals - Produits chimiques d'usage ménager et industriel</b>	<b>5,015</b>
<b>598</b>	<b>General Merchandise - Marchandise générale</b>	<b>414</b>
<b>599</b>	<b>Other Products n.e.c. - Autres produits n.c.a.</b>	<b>8,074</b>
5991	Books, Periodicals and Newspapers - Livres, périodiques et journaux	1,677
5992	Second-Hand Goods (except Machinery and Automotive) - Marchandises d'occasion (sauf machines et véhicules automobiles)	x
5993	Forest Products - Produits forestiers	x
5999	Other Products n.e.c. - Autres produits n.c.a.	6068



**Table 6.2. Total Operating Revenue by the 1980 Standard Industrial Classification, Retail Trade, Canada, 1993****Tableau 6.2. Recettes d'exploitation totales selon la Classification type des industries de 1980, Commerce de détail, Canada, 1993**

1980 SIC  CTI 1980	Description	Total Operating Revenue (in millions of dollars) <sup>1</sup>  Recettes d'exploitation totales (en millions de dollars) <sup>1</sup>
<b>601</b>	<b>Food Stores - Magasins d'alimentation</b>	<b>51,236</b>
6011	Supermarkets - Supermarchés d'alimentation	35,484
6012	Grocery Stores (Excluding Supermarkets) - Épiceries (sauf supermarchés)	12,300
6013	Bakery Products Stores - Boulangeries - pâtisseries	633
6014	Candy and Nut Stores - Confiseries et magasins de noix	200
6015	Fruit and Vegetable Stores - Magasins de fruits et légumes	845
6016	Meat Markets - Marchés de viande	805
6019	Other Food (Specialty) Stores n.e.c. - Autres magasins d'alimentation spécialisés n.c.a.	969
<b>602</b>	<b>Liquor, Wine and Beer Stores - Magasins de spiritueux, de vin et de bière</b>	<b>5,674</b>
6021	Liquor Stores - Magasins de spiritueux	x
6022	Wine Stores - Magasins de vin	x
6023	Beer Stores - Magasins de bière	x
<b>603</b>	<b>Prescription Drugs and Patent Medicine Stores - Magasins de médicaments sur ordonnances et de médicaments brevetés</b>	<b>12,059</b>
6031	Pharmacies - Pharmacies	11,589
6032	Patent Medicine and Toiletries Stores - Magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette	470
<b>611</b>	<b>Shoe Stores - Magasins de chaussures</b>	<b>1,737</b>
<b>612</b>	<b>Men's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour hommes</b>	<b>1,792</b>
<b>613</b>	<b>Women's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour dames</b>	<b>3,801</b>
<b>614</b>	<b>Clothing Stores n.e.c. - Magasins de vêtements n.c.a.</b>	<b>3,858</b>
6141	Children's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour enfants	636
6142	Fur Stores - Magasins de fourrures	103
6149	Other Clothing Stores, n.e.c. - Autres magasins de vêtements, n.c.a.	3,119
<b>615</b>	<b>Fabric and Yarn Stores - Magasins de tissus et de filés</b>	<b>573</b>
<b>621</b>	<b>Household Furniture Stores - Magasins de meubles de maison</b>	<b>4,624</b>
6211	Household Furniture Stores (With Appliances and Furnishings) - Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)	2,863
6212	Household Furniture Stores (Without Appliances and Furnishings) - Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement)	1,638
6213	Furniture Refinishing and Repair Shops - Ateliers de réparation de meubles	123
<b>622</b>	<b>Appliance, Television, Radio and Stereo Stores - Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques</b>	<b>3,790</b>
6221	Appliance, Television, Radio and Stereo Stores - Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques	809
6222	Television, Radio and Stereo Stores - Magasins de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques	2,406
6223	Appliance, Television, Radio and Stereo Repair Shops - Ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques	575
<b>623</b>	<b>Household Furnishing Stores - Magasins d'accessoires d'ameublement</b>	<b>2,319</b>
6231	Floor Covering Stores - Magasins de revêtements de sol	1,217
6232	Draperies Stores - Magasins de tentures	182
6239	Other Household Furnishings Stores - Autres magasins d'accessoires d'ameublement	920

<sup>1</sup> See Estimation in "Methodology".<sup>1</sup> Voir Estimation dans "Méthodologie".

**Table 6.2. Total Operating Revenue by the 1980 Standard Industrial Classification, Retail Trade, Canada, 1993 - Continued**  
**Tableau 6.2. Recettes d'exploitation totales selon la Classification type des industries de 1980, Commerce de détail, Canada, 1993 - suite**

1980 SIC CTI 1980	Description	Total Operating Revenue (in millions of dollars)  Recettes d'exploitation totales (en millions de dollars)
<b>631</b>	<b>Automobile Dealers - Concessionnaires d'automobiles</b>	<b>38,297</b>
6311	Automobile (New) Dealers - Concessionnaires d'automobiles (neuves)	36,672
6312	Automobile (Used) Dealers - Concessionnaires d'automobiles d'occasion	1,625
<b>632</b>	<b>Recreational Vehicle Dealers - Marchands de véhicules de loisir</b>	<b>2,579</b>
6321	Motor Home and Travel Trailer Dealers - Marchands de roulettes motorisées et de roulettes de voyage	...
6322	Boats, Outboard Motors and Boating Accessories Dealers - Marchands de bateaux, de moteurs hors-bord et d'accessoires pour bateaux	...
6323	Motorcycle and Snowmobile Dealers - Marchands de motocyclettes et de motoneiges	...
6329	Other Recreational Vehicle Dealers - Autres marchands de véhicules de loisir	...
<b>633</b>	<b>Gasoline Service Stations - Stations-service</b>	<b>14,635</b>
<b>634</b>	<b>Automotive Parts and Accessories Stores - Magasins de pièces et accessoires pour véhicules automobiles</b>	<b>5,385</b>
6341	Home and Auto Supply Stores - Magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile	3,641
6342	Tire, Battery, Parts and Accessories Stores - Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires	1,744
<b>635</b>	<b>Motor Vehicle Repairs Shops - Ateliers de réparation de véhicules automobiles</b>	<b>5,369</b>
6351	Garages (General Repairs) - Garages (réparations générales)	2,508
6352	Paint and Body Repair Shops - Ateliers de peinture et de carrosserie	1,663
6353	Muffler Replacement Shops - Ateliers de remplacement de silencieux	456
6354	Motor Vehicle Glass Replacement Shops - Ateliers de remplacement de glaces pour véhicules automobiles	326
6355	Motor Vehicle Transmission Repair and Replacement Shops - Ateliers de réparation et de remplacement de boîtes de vitesse de véhicules automobiles	...
6359	Other Motor Vehicle Repair Shops - Autres ateliers de réparation de véhicules automobiles	...
<b>639</b>	<b>Other Motor Vehicle Services - Autres services pour véhicules automobiles</b>	<b>386</b>
6391	Car Washes - Lave-autos	...
6399	Other Motor Vehicle Services n.e.c. - Autres services pour véhicules automobiles n.c.a.	...
<b>641</b>	<b>General Merchandise Stores - Magasins de marchandises diverses</b>	<b>20,868</b>
6411	Department Stores - Magasins à rayons	12,540
6412	General Stores - Magasins généraux	4,502
6413	Other General Merchandise Stores - Autres magasins de marchandises diverses	3,826
<b>651</b>	<b>Book and Stationery Stores - Librairies et papeteries</b>	<b>1,502</b>
<b>652</b>	<b>Florists, Lawn and Garden Centres - Fleuristes et centres de jardinage</b>	<b>1,046</b>
6521	Florist Shops - Fleuristes	628
6522	Lawn and Garden Centres - Centres de jardinage	418
<b>653</b>	<b>Hardware, Paint, Glass and Wallpaper Stores - Magasins de quincaillerie, de peinture, de vitre et de papier peint</b>	<b>2,419</b>
6531	Hardware Stores - Quincailleries	1,935
6532	Paint, Glass and Wallpaper Stores - Magasins de peinture, de vitre et de papier peint	484
<b>654</b>	<b>Sporting Goods and Bicycle Stores - Magasins d'articles de sport et bicyclettes</b>	<b>2,555</b>
6541	Sporting Goods Stores - Magasins d'articles de sport	2,423
6542	Bicycle Shops - Magasins de bicyclettes	132
<b>655</b>	<b>Musical Instrument and Record Stores - Magasins d'instruments de musique et de disques</b>	<b>988</b>
6551	Musical Instrument Stores - Magasins d'instruments de musique	445
6552	Record and Tape Stores - Magasins de disques et de bandes magnétiques	543



**Table 6.2. Total Operating Revenue by the 1980 Standard Industrial Classification, Retail Trade, Canada, 1993 - Concluded**  
**Tableau 6.2. Recettes d'exploitation totales selon la Classification type des industries de 1980, Commerce de détail, Canada, 1993 - fin**

1980 SIC  CTI 1980	Description	Total Operating Revenue (in millions of dollars)  Recettes d'exploitation totales (en millions de dollars)
<b>656</b>	<b>Jewellery Stores and Watch and Jewellery Repair Shops - Bijouteries et ateliers de réparation de montres et de bijoux</b>	
6561	Jewellery Stores - Bijouteries	<b>1,288</b>
6562	Watch and Jewellery Repair Shops - Ateliers de réparation de montres et de bijoux	1,212 76
<b>657</b>	<b>Camera and Photographic Supply Stores - Magasins d'appareils et de fournitures photographiques</b>	<b>527</b>
<b>658</b>	<b>Toy, Hobby, Novelty and Souvenir Stores - Magasins de jouets, d'articles de loisir, d'articles de fantaisie et de souvenirs</b>	
6581	Toy and Hobby Stores - Magasins de jouets et d'articles de loisir	<b>1,795</b>
6582	Gift, Novelty and Souvenir Stores - Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs	626 1,169
<b>659</b>	<b>Other Retail Stores - Autres magasins de vente au détail</b>	<b>4,505</b>
6591	Second-Hand Merchandise Stores n.e.c. - Magasins de marchandises d'occasion n.c.a.	387
6592	Opticians' Shops - Opticiens	620
6593	Art Galleries and Artists' Supply Stores - Galeries d'art et magasins de fournitures pour artistes	282
6594	Luggage and Leather Goods Stores - Magasins de bagages et de maroquinerie	182
6595	Monument and Tombstone Dealers - Marchands de monuments funéraires et de pierres tombales	13
6596	Pet Stores - Magasins d'animaux de maison	439
6597	Coin and Stamp Dealers - Marchands de pièces de monnaie et de timbres	...
6598	Mobile Home Dealers - Marchands de maisons mobiles	158
6599	Other Retail Stores n.e.c. - Autres magasins de vente au détail n.c.a.	...

**Table 7.0. Wholesale Trade - Total Operating Revenue by Class of Customer and Trade Group, Canada, 1993**  
**Tableau 7.0. Commerce de gros - Recettes d'exploitation totales selon le type de clientèle et le groupe de commerce, Canada, 1993**

Trade Group Groupe de commerce	Total Operating Revenue (in millions of dollars) Recettes d'exploitation totales (en millions de dollars)	Household Consumers for Personal Use Consommateurs ménagers pour usage personnel	Retailers for Resale Détaillants pour la revente	Industrial, Commercial and Other Non-Household Users Industriels, commerçants et autres consommateurs non ménagers	Other Wholesalers for Resale Autres grossistes pour la revente	Farmers for Use in Farm Production Agriculteurs pour la production agricole	Foreign Markets Marchés étrangers
		percentage - pourcentage					
Food, Beverage, Drug and Tobacco Products - Produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac	54,941	6.0	64.1	9.0	19.3	0.0	1.5
Apparel and Dry Goods - Vêtements et articles de mercerie	5,510	1.5	66.7	15.0	13.4	0.0	3.3
Household Goods - Articles ménagers	7,530	5.1	57.4	11.0	25.3	0.0	1.3
Motor Vehicles, Parts and Accessories - Véhicules automobiles, pièces et accessoires	22,368	2.9	33.8	19.3	35.3	0.6	8.1
Metals, Hardware, Plumbing and Heating Equipment and Supplies - Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	14,929	1.3	23.9	52.6	15.0	0.5	6.5
Lumber and Building Materials - Bois et matériaux de construction	19,717	14.6	31.2	30.1	11.6	2.0	10.5
Farm Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures agricoles	5,104	2.6	10.9	10.3	4.3	69.2	2.5
Other Machinery, Equipment and Supplies - Autres machines, matériel et fournitures	46,441	2.4	18.5	60.3	12.0	0.7	5.9
Other Products - Autres produits	34,687	1.9	27.8	34.7	16.0	6.5	12.6
Grain - Céréales	10,682	0.1	5.4	19.8	7.4	3.5	63.9
Petroleum Products - Produits pétroliers	32,048	4.4	38.3	22.5	21.6	2.5	10.8
<b>All Groups - Tous les groupes</b>	<b>253,956</b>	<b>4.2</b>	<b>36.1</b>	<b>29.4</b>	<b>17.7</b>	<b>3.2</b>	<b>9.4</b>



**Table 8.0. Retail Trade - Total Operating Revenue by Type of Operation and Trade Group, Canada, 1993**  
**Tableau 8.0. Commerce de détail - Recettes d'exploitation totales par type d'exploitation et groupe de commerce, Canada, 1993**

Trade Group Groupe de commerce	Total Operating Revenue (millions of dollars) Recettes d'exploitation totales (millions de dollars)	Contribution to Total Operating Revenue		Number of Locations	
		Contribution aux recettes d'exploitation totales		Nombre d'emplacements	
		Chain Stores Magasins à succursales	Independent Stores Magasins indépendants	Chain Stores Magasins à succursales	Independent Stores Magasins indépendants
		Percentage - Pourcentage		Number - nombre	
Supermarkets and Grocery Stores - Supermarchés d'alimentation et épiceries	47,773	48.31	51.69	4,181	16,312
All Other Food Stores - Tous les autres magasins d'alimentation	3,455	11.96	88.04	637	7,241
Drug and Patent Medicine Stores - Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	12,060	23.54	76.46	905	4,695
Shoe Stores - Magasins de chaussures	1,699	67.29	32.71	2,163	1,535
Men's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour hommes	1,792	62.41	37.59	1,179	1,554
Women's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour femmes	3,880	74.18	25.82	5,006	4,020
Other Clothing Stores - Autres magasins de vêtements	4,351	67.25	32.75	3,337	4,208
Household Furniture and Appliance Stores - Magasins de meubles et d'appareils ménagers	8,430	40.77	59.23	1,670	8,769
Household Furnishings Stores - Magasins d'accessoires d'ameublement	2,322	18.71	81.29	675	3,237
Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers - Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	40,891	1.30	98.70	38	7,095
Gasoline Service Stations - Stations-service	14,451	45.87	54.13	5,447	9,158
Automotive Parts, Accessories and Services - Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services	11,320	6.82	93.18	1,066	20,577
General Merchandise Stores - Magasins de marchandises diverses	20,868	90.70	9.30	3,981	3,129
Other Semi-Durable Goods Stores - Autres magasins de produits semi-durables	6,757	27.02	72.98	2,597	13,801
Other Durable Goods Stores - Autres magasins de produits durables	5,376	39.65	60.35	3,060	8,044
Other Retail Stores - Autres magasins de vente au détail	10,183	73.65	26.35	5,399	8,286
<b>Total, All Stores - Total, ensemble des magasins</b>	<b>195,608</b>	<b>39.15</b>	<b>60.85</b>	<b>41,341</b>	<b>121,662</b>

**Table 9.1. Wholesale Trade - Selected Price Indices, Canada, 1988-1993**  
**Tableau 9.1. Commerce de gros - Indices de prix divers, Canada, 1988-1993**

	1988	1989	1990	1991	1992	1993
Food, Beverage, Drug and Tobacco Products - Produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac	105.1	108.4	111.1	114.3	114.8	115.9
Apparel and Dry Goods - Vêtements et articles de mercerie	107.4	111.1	114.2	106.1	106.9	108.1
Household Goods - Articles ménagers	99.8	99.7	103.6	97.2	100.6	103.6
Motor Vehicles, Parts and Accessories - Véhicules automobiles, pièces et accessoires	100.0	101.5	101.6	94.4	96.7	101.2
Metals, Hardware, Plumbing and Heating Equipment and Supplies - Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	116.1	117.9	112.7	100.6	101.0	102.6
Lumber and Building Materials - Bois et matériaux de construction	106.8	110.4	112.2	104.3	109.0	125.3
Farm Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures agricoles	103.1	105.0	108.7	98.2	100.4	103.2
Other Machinery, Equipment and Supplies - Autres machines, matériel et fournitures	102.5	103.3	99.8	93.1	88.1	87.3
Other Products - Autres produits	109.4	112.0	111.4	108.5	109.0	112.2
<b>All Groups - Tous les groupes</b>	<b>105.6</b>	<b>107.2</b>	<b>107.0</b>	<b>102.4</b>	<b>102.4</b>	<b>105.0</b>

Source: The implicit price indices used are supplied by National Accounts and Environment Division.

Source: Les indices implicites de prix utilisés sont fournis par la Division des comptes nationaux et de l'environnement.

**Table 9.2. Retail Trade - Selected Price Indices, Canada, 1987-1993**  
**Tableau 9.2. Commerce de détail - Indices de prix divers, Canada, 1987-1993**

	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993
Consumer Price Index - Indice de prix à la consommation	104.4	108.6	114.0	119.5	126.2	128.1	130.4
Food Purchased from Stores Price Index (Including Non-Alcoholic Beverages) - Indice des prix des aliments achetés au magasin (y compris les boissons non-alcoolisées)	104.6	106.6	109.9	114.2	116.9	115.2	117.3
Clothing Price Index - Indice des prix des vêtements	104.2	109.6	114.1	117.3	128.4	129.5	130.8
Household Furnishings, Equipment, and Related Services Price Index - Indice des prix des articles d'ameublement, équipement ménager et services connexes	103.4	107.0	111.6	112.8	116.9	116.5	117.0
Gasoline and Other Fuels Price Index - Indice de prix de l'essence et autres carburants	104.8	103.8	110.3	126.6	124.7	120.2	118.4
Purchase of Automotive Vehicles Price Index - Indice de prix d'achat de véhicules automobiles	102.0	106.4	112.4	112.8	110.6	115.1	120.1
Non-Durable Goods Price Index - Indice des prix des biens non-durables	104.4	107.5	112.5	119.5	126.8	127.7	129.6
Semi-Durable Goods Price Index - Indice des prix des biens semi-durables	104.3	109.7	114.6	117.9	128.7	129.5	130.7
Durable Goods Price Index - Indice des prix des biens durables	103.0	107.0	111.9	113.1	113.9	115.3	117.8

Source: Prices Division.

Source: Division des prix.





## Methodology

### Introduction

This section describes the methodology of the Annual Wholesale and Retail Trade Survey (AWRTS) carried out by the Industry Division of Statistics Canada. The following subsections provide descriptions of target and survey populations, sample design, data processing and estimation.

### The Annual Wholesale and Retail Trade Survey

#### A. Populations

##### Target Population

The target population is the collection of all units for which the information is required. The AWRTS target population consists of all Canadian-domiciled companies and individuals engaged in wholesaling and/or retailing of goods and services. Direct sellers, operators of vending machines and wholesale agents and brokers are excluded from the target population of this survey.

##### Survey Population

The survey population is the collection of all units for which the survey can realistically provide information. The survey population may differ from the target population due to operational difficulties in identifying all the units that belong to the target population.

The AWRTS survey population consists of all companies and individuals that provide employment for others in the wholesaling or retailing of goods and services. Excluded from the survey population are nonemployers engaged in wholesaling and/or retailing of goods and services.

#### B. Sample Design

A survey frame is a list of all units that carries the contact information (e.g. name, address) and the classification (e.g., industrial classification) information of the units. This list is used for sample design and selection; ultimately, it provides the contact information for the selected units.

The AWRTS survey frame was created from the information available on the Statistics Canada Business Register, which is a database containing information (e.g. contact, classification) on all businesses operating in

## Méthodologie

### Introduction

Cette section décrit la méthodologie de l'Enquête annuelle sur les commerces de gros et de détail (EACGD) menée par la Division de l'industrie de Statistique Canada. Les sous-sections suivantes fournissent des descriptions des populations cibles et d'enquête, le plan d'échantillonnage, le traitement des données et l'estimation.

### L'Enquête annuelle sur les commerces de gros et de détail

#### A. Populations

##### Population cible

La population cible est l'ensemble de toutes les unités pour lesquelles des informations sont requises. La population cible de l'EACGD est composée de toutes les compagnies et les individus domiciliés au Canada qui sont impliqués dans la vente de biens et de services comme grossiste ou comme détaillant. Les vendeurs directs, les exploitations de distributeurs automatiques et les agents et courtiers du commerce de gros sont exclus de la population cible de cette enquête.

##### Population d'enquête

La population d'enquête est l'ensemble de toutes les unités pour lesquelles l'enquête peut fournir des données de façon réaliste. La population d'enquête peut différer de la population cible à cause de difficultés opérationnelles dans l'identification de toutes les unités qui font partie de la population cible.

La population d'enquête de l'EACGD est composée de toutes les compagnies et individus qui fournissent des emplois à d'autres individus dans la vente en gros et au détail de biens et de services. Sont exclus de l'enquête les entreprises n'ayant pas de salariés impliqués dans la vente en gros ou au détail de biens et de services.

#### B. Plan d'échantillonnage

Une base de sondage est une liste de toutes les unités qui comprend des informations sur le point de contact (ex. nom, adresse) et la classification (ex. classification par industrie) des unités. Cette liste est utilisée pour l'élaboration et la sélection de l'échantillon et fournit en bout de ligne l'information pour les unités choisies.

La base de sondage a été créée à partir de l'information disponible sur le Registre des Entreprises de Statistique Canada, une base de données qui contient de l'information (ex. personne-contact, classification) sur toutes les entreprises en opération au Canada.



Canada. The AWRTS used that portion of the Register classified as wholesale or retail trade, following the definition of the survey population given above.

The AWRTS sample is based on the sample used for the Monthly Wholesale and Retail Trade Surveys (MWRTS). Specifically, the AWRTS sample includes all companies sampled by MWRTS any time during the survey reference year, supplemented by retail chains that were not in the MWRTS sample and a sample of wholesale grain and petroleum dealers.

Before sample selection, the companies and individuals on the AWRTS survey frame are stratified into relatively homogeneous groups. These groups are called strata and are used for sample allocation and selection. The companies and individuals in the survey population are first stratified according to their province/territory and trade group. Trade groups are mutually exclusive sets of four digit Standard Industrial Classification codes representing similar kinds of businesses. Within each province/territory by trade group combination three size strata are created, the size being measured by total estimated sales.

To reduce sampling variability, the largest size stratum within each province/territory by trade group combination is sampled with certainty. This stratum is called the "take-all" stratum. In the remaining strata, companies are sampled by a probability mechanism. These strata are called "take-some" strata.

All sampled units are assigned a sampling weight. The sampling weight is a raising factor attached to each sampled unit to obtain estimates for the population from a sample. For example, if two units are selected at random and with equal probability out of a population of 10 units, then each selected unit represents five units in the population, and it is given a sampling weight of five.

### C. Data Collection

Data collection, data capture, preliminary editing and follow-up of non-respondents are all done in the seven Statistics Canada regional offices. Sampled companies are contacted either by mail or by telephone, whichever they prefer. Data capture and preliminary editing are done simultaneously to ensure that data that may contain errors are followed up immediately. Preliminary editing is automatic; it involves comparing collected information with either MWRTS data for the same reporting period and/or adjusted annual historical data. Data and updates to the frame (e.g., contact information, legal name and classification changes) are transmitted to Ottawa and loaded onto the survey data base several times during the collection period.

L'EACGD a utilisé la portion du Registre qui est classée comme commerce de gros ou de détail, conformément avec la définition de la population d'enquête fournit auparavant.

L'échantillon de l'EACGD est basé sur l'échantillon de l'Enquête mensuelle sur les commerces de gros et de détail (EMCGD). De façon plus spécifique, l'échantillon de l'EACGD comprend toutes les compagnies échantillonnées par l'EMCGD à n'importe quelle occasion pendant l'année de référence, avec en supplément un recensement des petites organisations de magasins à succursales du commerce de détail et un échantillon de grossistes de céréales et de pétrole.

Avant la sélection de l'échantillon, les compagnies et les individus sur la base de sondage de l'EACGD sont stratifiés en groupes relativement homogènes. Ces groupes s'appellent des strates et sont utilisés pour la répartition et la sélection de l'échantillon. Les compagnies et les individus de la population d'enquête sont stratifiés en premier lieu selon leur province ou territoire et leur groupe de commerce. Les groupes de commerce sont des groupes mutuellement exclusifs de codes de quatre chiffres de la Classification type des industries représentant des marchandises semblables. Trois strates par taille sont créées à l'intérieur de chaque combinaison de province ou territoire par groupe de commerce, en mesurant la taille par les ventes totales.

Pour réduire la variabilité de l'échantillon, la plus grande strate de chaque combinaison de province ou territoire par groupe de commerce est échantillonnée avec certitude. Cette strate s'appelle la strate à tirage complet. Les compagnies dans les autres strates sont échantillonnées selon un mécanisme de probabilité. Ces strates s'appellent les strates à tirage partiel.

Toutes les unités échantillonnées se voient attribuées un poids d'échantillon. Ce poids d'échantillon est un facteur d'expansion relié à chaque unité échantillonnée afin d'obtenir des estimés pour la population à partir d'un échantillon. Par exemple, si deux unités sont choisies au hasard à partir d'une population de 10 unités, alors chaque unité choisie représente cinq unités dans la population et se voit confié un poids d'échantillon de cinq.

### C. La collecte de données

Les sept bureaux régionaux de Statistique Canada font la collecte des données, la saisie des données, les vérifications préliminaires et le suivi des non-répondants. On communique avec les entreprises échantillonnées par la poste ou par téléphone selon leurs préférences. La saisie des données et leur vérification préliminaire sont effectuées simultanément pour s'assurer qu'un suivi est fait immédiatement si les données contiennent des erreurs. La vérification préliminaire est automatique; elle comprend la comparaison des informations recueillies avec celles de l'EMCGD pour la période rapportée et/ou des données annuelles ajustées. Les données et les mises à jour de la base (ex. information de contact, nom légal et changements de classification) sont retransmis à Ottawa et transférées sur la base de données de l'enquête à plusieurs reprises pendant la période de collecte.



#### D. Statistical Edit and Imputation

Once all the data within each trade group and geographic region are available, the data are analyzed. Extreme values are listed for manual inspection in an order of priority decided by the size of the deviation from average behavior. Records that fail statistical edits are considered outliers and are not used in calculating imputation variables used by the imputation system.

For records that do not respond on time or whose reported values are not credible, an estimate is imputed. In addition, values for companies who ceased their activities during the calendar year were also imputed. A variety of imputation methods are available and the selection of the method is done automatically by the system depending on the availability of required information. The imputation system may use annualized monthly data, estimation based on other variables on the questionnaire, cell (trade group by province/territory) means, or the value of a similar unit. If there are insufficient data for an imputation cell (trade group by geographic region), the cell is automatically enlarged by combining it with similar cells.

#### E. Estimation

The reported (or imputed) values for each company or individual in the sample are multiplied by the weight for that company or individual and these weighted values are summed to produce estimates. An initial weight equal to the inverse of the original probability of selection is assigned to each entity. These weights are subsequently adjusted for the achieved sample size to inflate the estimate to represent the entire population.

Estimates are computed for several domains of interest such as trade group and province. A domain is defined as the most recent classification value available from the Business Register for the statistical entity and the survey reference period. It should be noted that the domains may differ from the original sampling strata because records may have changed in size, industry, or location. Changes in classification are reflected immediately in the estimates and do not accumulate over time.

#### F. Non-Employer Estimates

Non-employer businesses are not represented on the survey frame. Although contributing only approximately 2% of total retail trade, the significance of these businesses varies widely by trade group and region. Survey estimates are supplemented by estimates for non-employer businesses derived from an analysis of income tax data from 1984 to 1987. There are approximately 30,000 unincorporated owner-operated retail businesses in Canada.

#### D. Vérification statistique et imputation

Les données sont analysées une fois que toutes les données sur un groupe de commerce et une région géographique sont disponibles. Les valeurs extrêmes sont listées pour une inspection manuelle selon un ordre de priorité qui est fonction de l'ampleur de l'écart par rapport à la moyenne. Les enregistrements qui sont rejetés à la vérification statistique sont considérées comme des valeurs aberrantes et ne servent pas au calcul des variables d'imputation utilisées par le système d'imputation.

On impute une estimation aux enregistrements des entreprises n'ayant pas répondu à temps ou dont les variables déclarées ont été rejetées à la vérification préliminaire. De plus, les valeurs des compagnies qui ont cessé leurs activités pendant l'année civile ont aussi été imputées. Diverses méthodes d'imputation sont disponibles, le choix de la méthode étant fait automatiquement par le système en fonction de la disponibilité des données requises. Le système d'imputation peut notamment utiliser les données mensuelles annualisées, l'estimation basée sur d'autres variables du questionnaire, la moyenne de la cellule, ou la valeur d'une unité semblable. S'il manque des données pour la cellule d'imputation (groupe de commerce par région géographique), celle-ci est automatiquement combinée avec des cellules semblables.

#### E. Estimation

Les valeurs rapportées (ou imputées) pour chaque compagnie ou individu faisant partie de l'échantillon sont multipliées par le poids de cette compagnie ou individu et ces valeurs pondérées sont totalisées pour produire des estimations. Un poids initial égal à l'inverse de la probabilité originale de sélection est attribué à chaque entité. Ces poids sont ajustés subséquemment pour la taille finale de l'échantillon afin de gonfler les estimations pour représenter toute la population.

Les estimations sont faits à partir d'un nombre de domaines d'intérêt tels que le groupe de commerce et la province. Un domaine se définit comme la classification la plus récente disponible de la Base de Données du Registre Central (BDRC) pour l'entité statistique et la période de référence de l'enquête. Il faut noter que les domaines peuvent différer de la strate originale d'échantillonnage parce que les enregistrements ont pu changer de taille, d'industrie ou d'emplacement. Les changements de classification se répercutent immédiatement sur les estimations et ne s'accumulent pas avec le temps.

#### F. Estimations pour les entreprises n'ayant pas de salariés

Les entreprises n'ayant pas de salariés ne sont pas représentées dans la partie non intégrée de la BDRC. Elles ne constituent que 2% environ de l'ensemble du commerce de détail mais leur importance varie considérablement selon le groupe de commerce et la région. Les estimations de l'enquête sont complétées par des estimations pour les entreprises n'ayant pas de salariés, qui ont été calculées à partir des données fiscales de 1984 à 1987. Il y a environ 30 000 entreprises de détail non constituées en société exploitées par leur propriétaire au Canada.



## Data Quality

Any survey is subject to errors. While considerable effort is made to ensure a high standard throughout all survey operations, the resulting estimates are inevitably subject to a certain degree of error. Errors can arise due to the use of a sample instead of a complete census, from mistakes made by respondents or interviewers during the collection of data, from errors made in keying the data, from imputation of a consistent but not necessarily correct value, or from other sources.

The total survey error is defined as the difference between the survey estimate and the true population value for which the survey estimate aims. The total survey error consists of two types of errors, sampling and non-sampling errors.

### A. Sampling Errors

When a sample is selected from a population, estimates based on an individual sample may not be the same as what would be obtained from a census. The difference between the estimates from a sample survey and a census conducted under the same conditions is called the sampling error of a survey estimate. Factors such as the sample size, the sample design, the variability of the population characteristic under study and the estimation method affect the sampling error. In general, a larger sample size produces a smaller sampling error. If the population is very heterogeneous, a large sample size is needed to obtain a reliable estimate.

Sampling error can be measured by the standard error (or standard deviation) of the estimate. This quantity reflects the expected variability of the survey estimate of a particular population characteristic if repeated sampling were carried out, and may be estimated from the sample. A relative measure of the estimated standard error is the estimated coefficient of variation (cv). It is the estimated standard error expressed as a percentage of the survey estimate. Estimates with smaller cvs are more reliable than estimates with larger cvs. Estimated coefficients of variation are accompanied in this publication by the following codes:

Table of Coefficient of Variation Codes

Letter	Coefficient of variation	Significance
A -	0.0% - 0.5%	Very good
B -	0.6% - 1.0%	Very good
C -	1.1% - 2.5%	Good
D -	2.6% - 5.0%	Good
E -	5.1% - 10.0%	Acceptable
F -	10.1% - 16.5%	Acceptable
G -	16.6% - 25.0%	Acceptable
H -	25.1% - 33.3%	Use with caution
I -	33.4% - 50.0%	Use with caution
J -	Over 50.0%	Unpublishable data

## Qualité des données

Toute enquête est sujette aux erreurs. Même si des efforts considérables sont faits pour s'assurer que des normes élevées sont respectées pendant toutes les opérations de l'enquête, les estimations qui en découlent sont inévitablement assujetties à un certain niveau d'erreur. Des erreurs peuvent survenir parce qu'un échantillon est utilisé au lieu d'un recensement complet, ou parce que les répondants ou les interviewers se sont trompés pendant la collecte de données, ou à la saisie de données, à l'imputation d'une valeur cohérente mais pas nécessairement précise, ou d'autres sources.

L'erreur totale de l'enquête se définit comme étant la différence entre l'estimation de l'enquête et la vraie valeur de la population visée par l'estimation de l'enquête. L'erreur totale de l'enquête comprend deux types d'erreur, les erreurs qui sont dues à l'échantillonnage et celles qui ne le sont pas.

### A. Erreur d'échantillonnage

Quand un échantillon est sélectionné à partir d'une population, les estimations basées sur les données échantillonnées peuvent ne pas être les mêmes que celles qui seraient obtenues d'un recensement. La différence entre les estimations d'un enquête-échantillon et celles d'un recensement recueillies sous les mêmes conditions s'appelle l'erreur d'échantillonnage d'une estimation d'enquête. Les facteurs tels que la taille de l'échantillon, le plan de sondage, la variabilité des caractéristiques de la population enquêtée et la méthode d'estimation affectent l'erreur d'échantillonnage. En général, un échantillon plus grand produit une erreur d'échantillonnage plus petite. Si la population est très hétérogène, une taille d'échantillon plus grande est requise pour obtenir des estimations fiables.

L'erreur d'échantillonnage peut être mesurée par l'erreur-type (ou l'écart-type) de l'estimation. Cette mesure reflète la variabilité anticipée de l'estimation d'enquête d'une caractéristique particulière de la population si un échantillonnage répété était effectué, et qui pourrait être estimé à partir de l'échantillon. Une mesure relative de l'erreur-type estimée est l'écart-type estimé (cv). Cette mesure exprime l'erreur-type estimée comme un pourcentage de l'estimation d'enquête. Les estimations avec de petits cvs sont plus fiables que les estimations avec des cvs plus élevés. Les coefficients de variation estimés sont accompagnés dans cette publication par les codes suivants.

Tableau de codes de coefficients de variation

Lettre	Coefficient de variation	Signification
A -	0.0% - 0.5%	Très bonne
B -	0.6% - 1.0%	Très bonne
C -	1.1% - 2.5%	Bonne
D -	2.6% - 5.0%	Bonne
E -	5.1% - 10.0%	Acceptable
F -	10.1% - 16.5%	Acceptable
G -	16.6% - 25.0%	Acceptable
H -	25.1% - 33.3%	A utiliser avec précaution
I -	33.4% - 50.0%	A utiliser avec précaution
J -	Plus de 50.0%	Données non diffusables



## B. Non-sampling Errors

The sampling error is only one component of the total survey error. All other errors arising from all phases of a survey are called non-sampling errors. For example, these types of errors can arise when a respondent provides incorrect information or does not answer certain questions; when a unit in the target population is omitted or covered more than once; when a unit that is out of scope for the survey is included by mistake; or when errors occur in data processing, such as coding or capture errors. While the impact of the non-sampling error is difficult to evaluate, certain measures such as response and imputation rates can be used as indicators of the potential level of nonsampling errors.

Some nonsampling errors will cancel out over many observations, but systematically occurring errors (i.e. those that do not tend to cancel) will contribute to a bias in the estimates. For example, if respondents consistently tend to underestimate their sales, then the resulting estimate of the total sales will be below the true population total. Such a bias is not reflected in the estimates of standard error. As the sample size increases, the sampling error decreases. However, this is not necessarily true for the non-sampling error.

### Coverage errors

Coverage errors arise when the survey frame does not adequately cover the target population. As a result, certain units belonging to the target population are either excluded (undercoverage), or counted more than once (overcoverage). In addition, out of scope units may be present in the survey frame (overcoverage).

### Response errors

Response errors occur when a respondent provides incorrect information due to misinterpretation of the survey questions or lack of correct information, gives wrong information by mistake, or is reluctant to disclose the correct information. Gross response errors are likely to be caught during editing, but others may simply go through undetected.

### Non-response errors

Non-response errors can occur when a respondent does not respond at all (total non-response) or responds only to some questions (partial non-response). These errors can have a serious effect if non-respondents are systematically different from respondents in survey characteristics and/or the non-response rate is high.

## B. Erreurs non liées à l'échantillonnage

L'erreur d'échantillonnage est seulement une partie de l'erreur totale de l'enquête. Toutes les autres erreurs qui résultent des autres phases d'une enquête s'appellent des erreurs non liées à l'échantillonnage. Par exemple, ces types d'erreurs peuvent provenir de cas où un répondant fournit de l'information incorrecte ou ne répond pas à certaines questions; quand une unité de la population cible est omise ou est couverte à plus d'une reprise; quand une unité qui est hors champ pour une enquête est incluse par erreur; ou quand il y a des erreurs dans le traitement des données, telles que le codage et les erreurs de saisie. Même si l'impact de l'erreur non liée à l'échantillonnage est difficile à évaluer, certaines mesures telles que les taux de réponse et d'imputation peuvent être utilisées comme indicateurs du niveau potentiel des erreurs non liées à l'échantillonnage.

Quelques erreurs non liées à l'échantillonnage seront annulées sur un grand nombre d'observations, mais les erreurs qui arrivent systématiquement (ex. celles qui ne s'annulent pas) contribueront à un biais dans les estimations. Par exemple, si les répondants montrent une tendance constante à sous-estimer leurs ventes, alors l'estimation des ventes totales qui en résulte sera inférieure à celle de la vraie population. Un tel biais ne paraîtrait pas dans les estimés de l'erreur-type. L'erreur d'échantillonnage de l'enquête devrait diminuer plus la taille de l'échantillon se rapproche de la taille de la population. Cependant, ceci n'est pas toujours vrai pour la composante des erreurs non liées à l'échantillonnage.

### Le champ de couverture de l'enquête

Les erreurs dues au champ de couverture de l'enquête surviennent quand le plan de sondage ne couvre pas de façon adéquate la population cible. Le résultat est que certaines unités qui font partie de la population cible sont exclues (sous-couverture), ou sont comptabilisées à plus d'une reprise (couverture excessive). De plus, les unités hors champ peuvent être présentes dans le plan de sondage (couverture excessive).

### Erreurs de réponse

Les erreurs de réponse surviennent quand un répondant fournit de l'information erronée due à une mauvaise interprétation des questions de l'enquête ou en l'absence de données précises, fournit de l'information erronée par erreur, ou n'est pas disposé à dévoiler l'information précise. Les erreurs de réponse évidentes sont probablement détectées pendant la vérification, mais d'autres erreurs peuvent ne pas être détectées.

### Erreurs de non-réponse

Les erreurs de non-réponse surviennent quand un répondant fournit aucune réponse (la non-réponse totale) ou répond seulement à quelques questions (la non-réponse partielle). Ces erreurs peuvent avoir de sérieux effets si les non-répondants sont systématiquement différents des répondants dans leurs caractéristiques d'enquête et/ou le taux de non-réponse est élevé.



### Processing Errors

Errors that occur during the processing of the data are another component of the non-sampling error. Processing errors can arise in data capture, coding, editing, imputation, outlier treatment and other types of data handling. A coding error occurs when a field is coded erroneously because of misinterpretation of coding procedures or bad judgement (e.g. errors in trade group coding). A data capture error occurs when data are misinterpreted or keyed incorrectly.

### Some Non-sampling Error Measures

One source of non-sampling error is the non-response error. To assist users in evaluating these errors, the data quality tables give the response fractions. The **response fraction**, which is a measure of the data response rate, is the proportion of the estimate based upon reported data. For example, a cell with a sample of 20 units in which five respond for a particular year would have a response rate of 25%. If these five reporting units represented \$8 million out of a total estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%.

### Joint Interpretation of Measures of Error

The measure of non-response error and the coefficient of variation must be considered jointly to have an overview of the quality of the estimates. The lower the coefficient of variation and the higher the response fraction, the better will be the published estimate.

### Erreurs de traitement

Les erreurs qui ont lieu pendant le traitement des données sont une autre composante de l'erreur non reliée à l'échantillonnage. Les erreurs de traitement peuvent survenir pendant la saisie des données, le codage, la vérification, l'imputation, le traitement des données inhabituelles et d'autres types de manipulation des données. Une erreur de codage survient quand un champ est codé de façon erronée parce que les procédures de codage ont été mal interprétées ou il y a eu une erreur de jugement (ex. erreurs dans le codage des groupes de commerce). Une erreur de saisie de données survient quand les données sont mal interprétées ou sont saisies incorrectement.

### Quelques mesures d'erreurs non liées à l'échantillonnage

Une source d'erreurs non liées à l'échantillonnage est l'erreur de non-réponse. Pour aider les utilisateurs à évaluer ces erreurs, les tableaux de qualité de données fournit les fractions de réponse. La **fraction de réponse**, qui est une mesure du taux de réponse des données, se définit comme étant la proportion de l'estimation qui est basée sur les données rapportées. Par exemple, une cellule avec un échantillon de 20 unités parmi lesquelles cinq ont répondu pour une année en particulier aurait un taux de réponse de 25%. Si ces cinq unités de collecte représentent 8 millions de dollars d'une estimation de 10 millions\$, la fraction de réponse serait de 80 pour cent.

### Interprétation simultanée des mesures d'erreur

Il faut tenir compte simultanément de la mesure d'erreurs non liées à l'échantillonnage ainsi que du coefficient de variation pour avoir un aperçu de la qualité des estimations. Plus le coefficient de variation sera bas et que la fraction de réponse sera élevée, meilleure sera l'estimation publiée.

**Supplementary Table 1.1. Data Quality Table - Wholesale Trade by Trade Group, Canada, 1993**  
**Tableau supplémentaire 1.1. Tableau de qualité de données - Commerce de gros par groupe de commerce, Canada, 1993**

Trade Group - Canada	Response Rate	Response Fraction	Sample Size	Total Operating Revenue Coefficient of Variation <sup>1</sup>
Groupe de commerce - Canada	Taux de réponse	Fraction de réponse	Taille de l'échantillon	Coefficient de variation <sup>1</sup> des recettes d'exploitation totales
	percentage - pourcentage			
Food, Beverage, Drug and Tobacco Products - Produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac	89.60	92.17	471	3.26 (D)
Apparel and Dry Goods - Vêtements et articles de mercerie	85.40	86.44	493	4.18 (D)
Household Goods - Articles ménagers	89.35	89.19	263	6.46 (E)
Motor Vehicles, Parts and Accessories - Véhicules automobiles, pièces et accessoires	89.74	93.08	419	1.58 (C)
Metals, Hardware, Plumbing and Heating Equipment and Supplies - Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	90.10	96.84	394	4.22 (D)
Lumber and Building Materials - Bois et matériaux de construction	87.00	87.17	546	5.36 (E)
Farm Machinery, Equipment and Supplies - Machines, matériel et fournitures agricoles	89.92	94.49	397	5.18 (E)
Other Machinery, Equipment and Supplies - Autres machines, matériel et fournitures	89.92	94.37	1,230	3.54 (D)
Other Products - Autres produits	88.21	93.09	984	4.46 (D)
Grain - Céréales	77.94	99.63	68	1.04 (C)
Petroleum Products - Produits pétroliers	73.96	86.34	192	1.30 (C)
<b>All Groups - Tous les groupes</b>	<b>88.14</b>	<b>92.07</b>	<b>5,457</b>	<b>1.24 (C)</b>

<sup>1</sup> See "Data Quality" for a description of the codes.

<sup>1</sup> Voir "Qualité de données" pour une description des codes.

**Supplementary Table 1.2. Data Quality Table - Wholesale Trade by Province or Territory, Canada, 1993**  
**Tableau supplémentaire 1.2. Tableau de qualité de données - Commerce de gros par province ou territoires, Canada, 1993**

Regions	Response Rate	Response Fraction	Sample Size	Total Operating Revenue Coefficient of Variation <sup>1</sup>
Régions	Taux de réponse	Fraction de réponse	Taille de l'échantillon	Coefficient de variation <sup>1</sup> des recettes d'exploitation totales
	percentage - pourcentage			
Newfoundland - Terre-Neuve	87.91	90.59	208	3.40 (D)
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	85.71	83.97	149	1.34 (C)
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	88.80	91.31	279	3.96 (D)
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	86.13	88.05	207	1.48 (C)
Quebec - Québec	86.94	89.84	1,233	2.44 (C)
Ontario	90.96	92.56	1,546	2.22 (C)
Manitoba	87.16	95.17	393	1.28 (C)
Saskatchewan	89.13	92.49	223	1.98 (C)
Alberta	90.94	94.86	581	1.56 (C)
British Columbia - Colombie-Britannique	89.54	90.26	555	4.38 (D)
Yukon Territory - Territoire du Yukon	70.45	87.15	30	0.00 (A)
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	86.11	79.18	53	0.22 (A)

<sup>1</sup> See "Data Quality" for a description of the codes.

<sup>1</sup> Voir "Qualité de données" pour une description des codes.



**Supplementary Table 2.1. Data Quality Table - Retail Trade, by Trade Group, Canada, 1993**  
**Tableau supplémentaire 2.1. Tableau de qualité de données - Commerce de détail, par groupe de commerce, Canada, 1993**

Trade Group - Canada	Response Rate	Response Fraction	Sample Size	Total Operating Revenue Coefficient of Variation <sup>1</sup>
Groupe de commerce - Canada	Taux de réponse	Fraction de réponse	Taille de l'échantillon	Coefficient de variation <sup>1</sup> des recettes d'exploitation totales
	percentage	pourcentage		
Supermarkets and Grocery Stores - Supermarchés d'alimentation et épicerie	81.92	92.65	1,789	1.66 (C)
All Other Food Stores - Tous les autres magasins d'alimentation	78.13	90.29	631	4.92 (D)
Drug and Patent Medicine Stores - Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	86.59	91.25	1,165	1.80 (C)
Shoe Stores - Magasins de chaussures	73.91	82.39	253	3.34 (D)
Men's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour hommes	81.65	91.92	267	3.62 (D)
Women's Clothing Stores - Magasins de vêtements pour femmes	75.26	89.59	477	1.60 (C)
Other Clothing Stores - Autres magasins de vêtements	77.04	86.49	601	2.10 (C)
Household Furniture and Appliance Stores - Magasins de meubles et d'appareils ménagers	80.16	88.90	1,105	2.90 (D)
Household Furnishings Stores - Magasins d'accessoires d'ameublement	81.32	86.05	755	3.10 (D)
Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers - Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	90.07	95.42	1,480	3.74 (D)
Gasoline Service Stations - Stations-service	79.81	91.44	1,070	2.58 (D)
Automotive Parts, Accessories and Services - Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services	84.88	89.46	1,859	2.30 (D)
General Merchandise Stores - Magasins de marchandises diverses	84.06	97.91	389	0.54 (A)
Other Semi-Durable Goods Stores - Autres magasins de produits semi-durables	82.22	89.11	1,598	2.50 (C)
Other Durable Goods Stores - Autres magasins de produits durables	79.64	85.89	1,066	3.02 (C)
Other Retail Stores - Autres magasins de vente au détail	79.66	92.70	1,234	1.00 (B)
<b>Total, All Stores - Total, ensemble des magasins</b>	<b>82.16</b>	<b>92.58</b>	<b>15,739</b>	<b>0.94 (B)</b>

<sup>1</sup> See "Data Quality" for a description of the codes.

<sup>1</sup> Voir "Qualité de données" pour une description des codes.

**Supplementary Table 2.2. Data Quality Table - Retail Trade, By Province or Territory, Canada, 1993**  
**Tableau supplémentaire 2.2. Tableau de qualité de données - Commerce de détail, par province ou territoire, Canada, 1993**

Regions	Response Rate	Response Fraction	Sample Size	Total Operating Revenue Coefficient of Variation <sup>1</sup>
Régions	Taux de réponse	Fraction de réponse	Taille de l'échantillon	Coefficient de variation <sup>1</sup> des recettes d'exploitation totales
	percentage	pourcentage		
Newfoundland - Terre-Neuve	83.61	92.61	939	1.50 (C)
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	82.86	89.86	374	1.32 (C)
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	83.85	89.60	958	2.98 (D)
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	81.72	82.95	930	3.28 (D)
Quebec - Québec	80.74	91.60	3,389	1.86 (C)
Ontario	83.08	93.40	3,314	2.08 (C)
Manitoba	83.13	90.67	1,037	1.56 (C)
Saskatchewan	87.44	94.07	843	1.72 (C)
Alberta	86.51	94.49	1,477	2.36 (C)
British Columbia - Colombie-Britannique	80.92	92.60	2,155	1.20 (C)
Yukon Territory - Territoire du Yukon	73.01	79.39	155	0.60 (B)
Northwest Territories - Territoires du Nord-Ouest	80.00	87.45	168	1.86 (C)

<sup>1</sup> See "Data Quality" for a description of the codes.

<sup>1</sup> Voir "Qualité de données" pour une description des codes.

## Special Requests

It should be noted that this publication represents only a portion of a larger data base available. More detailed tabulations, which more closely reflect specific client needs, can be made available on a cost-recovery basis. Some of the data aggregations available are:

Summary statistics using the 1980 Standard Industrial Classification system.

Breakdowns of variables by size of operating revenue.

All special requests are subject to confidentiality disclosure applications as described later. Readers are invited to discuss such requests by contacting the Wholesale Trade Section (613) 951-3541 or the Retail Trade section at (613) 951-3556 (facsimile number (613) 951-3522).

### Confidentiality

To protect the confidentiality of respondents, all statistics are subjected to confidentiality analysis before publication. Where it is found that the publication would involve the release of data that could be attributed to an identifiable respondent, those statistics are suppressed. Confidentiality analysis includes the detection of possible "direct disclosure", which occurs when the value in a tabulation cell is composed of a few respondents or when the cell is dominated by a few companies. It also includes the detection and prevention of "residual disclosure", which could occur when the value of an otherwise suppressed cell could be inferred from cells remaining in the table or from overlaying one set of tables on another.

## Demandes spéciales

Il convient de noter que la présente publication ne représente qu'une partie d'une base de données plus importante. Il est possible d'obtenir des tableaux détaillés, qui répondent davantage aux exigences précises des clients, moyennant le recouvrement des coûts. Voici quelques exemples de totalisations pouvant être ainsi obtenues:

Statistiques sommaires utilisant la Classification des types d'industries de 1980.

Répartition des variables par la taille des recettes d'exploitation.

Toutes les demandes spéciales seront soumises aux règles de suppression visant à protéger la confidentialité des données, telles que décrites ci-bas. Pour toutes demandes spéciales, le lecteur est invité à communiquer avec la Section du commerce de gros (613) 951-3541 ou la Section de commerce de détail au (613) 951-3556 (numéro de télécopieur (613) 951-3522).

### Confidentialité

Pour garantir la confidentialité des données fournies par les répondants, aux termes de la Loi sur la statistique, toutes les données font l'objet d'une analyse de la confidentialité avant d'être diffusées. Des statistiques sont supprimées d'une publication lorsqu'il est possible d'identifier le répondant en question. L'analyse de confidentialité tient compte non seulement de la possibilité de "divulgaration directe", qui survient lorsque la valeur d'une cellule de totalisation est dominée par un petit nombre de répondants. Elle se préoccupe également de la possibilité de "déduction par recoupements", dans les cas où l'on pourrait supposer la valeur d'une cellule supprimée ou en superposant une série de tableaux à une autre.



## Glossary

The information provided in this appendix consists of definitions or clarifications of various key terms employed in the Annual Wholesale and Retail Trade Survey. These are presented in the order of their appearance in the questionnaire.

**Wholesale Trade** - The selling of merchandise to which they have title on their own account to retailers, industrial, commercial, institutional or professional users and farmers for farm use. In addition, they may perform one or more of the following related functions: breaking bulk, providing delivery service to customers, operating warehousing facilities for storage of the goods they sell. Included in this category are wholesalers known as: drop shippers or desk jobbers, export merchants, import merchants, mail order wholesalers, rack jobbers or voluntary general wholesale distributors. Includes assemblers of primary products which are primarily engaged in selling products from farmers, loggers, fishermen and trappers.

**Retail Trade** - The aggregate sales made through retail locations (outlets). Excludes 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 made by book and record clubs and sales made through automatic vending machines. The only exception to the direct selling exclusion is the catalogue sales activity of department store organizations that is classified to the "general merchandise stores" industry class. In addition, retail trade excludes: retail sales through ancillary units, e.g., warehouses, head offices, etc.; sales of contractors whose major activity is not retailing; and retail transactions between individuals.

**Reporting period** - The 1993 calendar year or financial year ending at any time between April 1, 1993 and March 31, 1994.

**Kind-of-business** - Major activity identified by the percentage of their sales and receipts by main commodity line or type of services rendered.

**Sales** - The total sales of merchandise and receipts from repairs, equipment rental, restaurants and other services, less returns, adjustments and discounts. 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.

## Glossaire

L'annexe renferme des définitions ou clarifie certains termes importants utilisés lors de l'Enquête annuelle sur les commerces de gros et de détail. Ces termes apparaissent dans l'ordre selon lesquels ils se présentent sur le questionnaire.

**Commerce de gros** - La vente de marchandises à son propre compte, aux détaillants, aux utilisateurs industriels, commerciaux, institutionnels et professionnels et aux agriculteurs en vue d'un usage agricole. Ceci comprend aussi une ou plusieurs des fonctions suivantes: répartition des marchandises en vrac, livraison des marchandises aux clients, exploitation d'installations d'entreposage de marchandises à vendre. Sont inclus les grossistes qui assurent l'expédition directe de l'usine au détaillant ou à un utilisateur industriel, les exportateurs, les importateurs, les grossistes spécialisés en vente par correspondance, les grossistes-étalagistes et les distributeurs-grossistes de marchandises diverses. Sont aussi inclus les grossistes dont l'activité principale consiste à vendre des produits d'agriculteurs, d'exploitants forestiers, de pêcheurs et de trappeurs.

**Commerce de détail** - L'ensemble des ventes faites par des points de vente au 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". En outre, le commerce de détail ne comprend pas les ventes au détail des unités auxiliaires (par exemple, entrepôts et sièges sociaux), ni les ventes des entrepreneurs dont l'activité principale ne relève pas du commerce de détail, ni les opérations de détail entre particuliers.

**Période de déclaration** - L'année civile 1993 ou tout exercice financier se terminant entre le 1er avril 1993 et le 31 mars 1994.

**Genre de commerce** - Activité principale identifiée par la répartition en pourcentage des ventes et recettes par principaux groupes de marchandises ou de services.

**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 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



**Sales by class of customer** - Percentage of their sales and receipts by type of end-user: household consumers (not for business use); retailers; wholesalers; industrial, commercial and other users; farmers for use in farm production; and foreign markets.

**Sales of goods purchased for resale on own account** - Total net sales of goods purchased for resale on own account (less returns, adjustments and discounts). Includes sales value of trade-ins and parts used in repairs. Excludes also the Goods and Services Tax (GST) and other sales taxes collected for remittance to a government.

**Commission revenue** - Total gross commission revenue earned for buying and/or selling merchandise on account of others (not to be confused with the value of the goods handled on a commission basis).

**Sales of goods of own manufacture** - Sales of goods of own manufacture or goods manufactured for the reporting establishment on a custom basis, with materials owned by the establishment.

**Labour receipts from installation and repair of goods** - Labour receipts from installation, repairs and maintenance to machinery and equipment.

**Revenues from rental and leasing of goods and equipment** - Receipts from the rental or leasing of farm and industrial goods and equipment.

**Other operating revenue** - All other operating revenue such as warehousing, custom manufacturing (processing of materials owned by others), construction or sub-contract work, real estate rental income, and other operating revenue not elsewhere reported.

**Total operating revenue** - The sum of sales of goods purchased for resale on own account, commission revenue, sales of goods of own manufacture, labour receipts from installation and repair of goods, revenues from rental and leasing of goods and equipment and other operating revenue.

**Non-operating revenue** - All non-trading revenue including subsidies, interest, dividends and other income not elsewhere reported.

**Purchases** - Net purchases (gross value less returns, adjustments and discounts) at delivered price (including freight, insurance, commissions paid to buying agents,

vente directes sont exclues.

**Ventes par type de clientèle** - Répartition en pourcentage du total de leurs ventes et recettes par catégorie de clients: aux ménages (non pour usage commercial), aux détaillants, aux grossistes, aux industriels, commerçants et autres consommateurs, aux agriculteurs pour la production agricole; aux marchés étrangers.

**Ventes de marchandises achetées pour la revente à son propre compte** - Montant total de ventes nettes de marchandises qui ont été achetées pour la revente à propre compte (moins les rendus, les ajustements et les rabais). Comprend la valeur des ventes des reprises et des pièces utilisées dans la réparation. Exclut également la taxe fédérale sur les produits et les services (TPS) et toutes les autres taxes de vente perçues pour le compte d'un organisme public.

**Commissions** - Montant total des commissions brutes touchées pour l'achat et/ou la vente des marchandises pour le compte d'autrui (ne pas confondre avec la valeur des marchandises dont sont tirées les commissions).

**Ventes de produits de propre fabrication** - Ventes de produits de propre fabrication ou fabriqués à façon pour l'établissement répondant avec des matériaux qui lui appartiennent.

**Recettes de main - d'oeuvre provenant de l'installation et la réparation de biens** - Recettes de main-d'oeuvre provenant de l'installation, la réparation et l'entretien de machineries et d'équipement.

**Recettes provenant de la location de biens et de matériel** - Recettes totales provenant de location de biens et d'équipement agricole et industriel.

**Autres recettes d'exploitation** - Toutes autres recettes d'exploitation provenant par exemple de l'entreposage, de la fabrication à façon (traitement de matériaux appartenant à autrui), de l'installation de biens vendus, de la construction ou de travail en sous-traitance, de la location de biens immobiliers, et toute autre recette d'exploitation non mentionnée ci-dessus.

**Recettes d'exploitation totales** - Le total des ventes de marchandises achetées pour la revente, des commissions, des ventes de produits de propre fabrication, des recettes de main d'oeuvre provenant de l'installation et de la réparation de biens, de recettes provenant de la location de biens et de matériel et d'autres recettes d'exploitation.

**Recettes hors exploitation** - Les autres recettes hors exploitation y compris les subventions, les intérêts, les dividendes reçus et autres revenus non mentionnés ailleurs.

**Achats** - Le montant net des achats (montant brut moins les marchandises retournées, les ajustements et les rabais) au prix de livraison (y compris les frais de transport, l'assurance, les



import duties and other related specific costs). Includes value of parts used in the repair of trucks, buses and machinery and equipment as well as the cost of components, semi-finished goods and materials purchased by the reporting establishment for manufacturing, construction, sub-contract work and repair.

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

**Gross margin** - This value is obtained by calculating: total operating revenue - cost of goods sold. This measure is also known as return on sales.

**Employee earnings and benefits** - Total salaries and wages, bonuses, commissions and any other payments forming part of the employees' earnings (including those of head office and warehouse personnel) excluding taxable employee benefits. Includes gross payments before deductions for such items as Income Tax, Canada and Quebec pension, Unemployment Insurance premiums. Salaries and withdrawals of working proprietors of unincorporated businesses are excluded. For incorporated businesses, salaries of working executives are included.

**Other operating expenses** - Includes rent, insurance, energy, supplies, travel, advertising, etc... and other expenditures on purchased services. Excludes depreciation, income tax, charitable donations and interest paid.

**Opening and closing inventories** - The value of goods held for resale and materials for use in manufacturing as well as raw materials, semi-finished goods, and work in process. The value of merchandise held on consignment for the establishment by other firms is included. The value of merchandise held by the establishment on consignment from other firms was excluded. Store and office supplies not charged to cost of sales is excluded.

**Retail location** - 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..

commissions payées aux agents d'achat, les droits de douane et certains autres frais connexes). Inclus la valeur des pièces utilisées dans la réparation des camions, des autobus, de machinerie et d'équipement. Inclus également le prix de revient des pièces, des produits semi-finis et des matières achetées par l'établissement répondant en vue de la fabrication, de la construction, du travail en sous-traitance et de la réparation.

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

**Marge brute** - On obtient cette donnée en calculant: les recettes d'exploitation totales - le prix de revient. Cette mesure est aussi connue comme le rendement des ventes.

**Rémunération et avantages sociaux des employés** - Total des salaires, traitements, primes, commissions et tout autre versements faisant partie des gains des employés (y compris les employés du siège social et des entrepôts), sauf les avantages imposables. Comprend les montants bruts versés avant les retenues de l'impôt sur le revenu et les contributions des employés au titre de l'assurance-chômage et du régime de pensions du Canada et du Québec. Les traitements des propriétaires actifs pour les entreprises non-constituées en société par actions ne sont pas inclus. Pour les entreprises constituées, les traitements des cadres actifs sont inclus.

**Autres dépenses d'exploitation** - Inclus le loyer, les assurances, les services publics, les fournitures, les frais de déplacements, de publicité, etc... et autres dépenses pour l'achat de services. Exclut l'amortissement, l'impôt sur le revenu, les dons de charité et les intérêts versés.

**Stocks d'ouverture et de fermeture** - La valeur des marchandises détenues pour la revente et des matériaux pour fin de fabrication, ainsi que celle des matières premières, des produits semi-finis et des produits en cours de fabrication. Ce poste comprend les marchandises que d'autres entreprises gardent en consignment pour l'établissement. On ne comprend pas ici les marchandises détenues en consignment pour le compte d'autrui. Les fournitures de magasin et de bureau qui ne sont pas déclarées sous les frais de vente ne doivent pas être incluses.

**Point de vente au détail** - 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..



**Chain organization** - 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. The only exception is **department store organizations** that are treated statistically with chain organizations 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 organization**. Franchised stores and voluntary group stores are therefore considered as independent organizations unless they meet all the conditions of the chain definition.

**Operating Profit** - This value is obtained by calculating: Total operating revenue - total operating expenses.

**Profit Margin** - This value is obtained by calculating: Operating profit ÷ total operating revenue.

**Operating Revenue to Inventory Ratio** - This value is obtained by calculating: Total operating revenue ÷ ((Opening Inventory + Closing Inventory) ÷ 2).

**Cost of Goods Sold to Inventory Ratio** - This value is obtained by calculating: Cost of Goods Sold ÷ ((Opening Inventory + Closing Inventory) ÷ 2).

**Employee:** Any person(s) drawing pay for services rendered and for whom the employer is required to complete a Revenue Canada T-4 Supplementary Form.

**Entreprise de magasins à succursales** - 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. Les **entreprises de grands magasins** constituent la seule exception, car elles sont considérées du point de vue statistique comme des entreprises de magasins à succursales, 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.

**Bénéfice d'exploitation** - On obtient cette donnée en calculant: recettes d'exploitation totales - les dépenses d'exploitation totales.

**Marge de profit** - On obtient cette donnée en calculant: Bénéfice d'exploitation ÷ recettes d'exploitation totales.

**Ratio des recettes d'exploitation aux inventaires** - On obtient cette donnée en calculant: Recettes d'exploitation totales ÷ ((Stocks d'ouverture + Stocks de fermeture) ÷ 2).

**Ratio du prix de revient aux inventaires** - On obtient cette donnée en calculant: Prix de revient ÷ ((Stocks d'ouverture + Stocks de fermeture) ÷ 2).

**Salarié** - Toute personne rétribuée pour ses services et pour laquelle l'employeur doit remplir une déclaration T-4 Supplémentaire de Revenu Canada.





Industry Division  
**Annual Wholesale and Retail Trade Survey 1993**

Si vous préférez recevoir ce questionnaire en français veuillez cocher

Complete and mail within 30 days of receipt.



Correct pre-printed information if necessary using the corresponding boxes provided below.

Legal Name	
Business name	
C / O	
No. & Street	
City	
Province	Postal Code

**1 - PLEASE READ CAREFULLY BEFORE COMPLETING**

**AUTHORITY**  
 Collected under the authority of the Statistics Act, Revised Statutes of Canada, 1985, Chapter S19.

**PURPOSE OF THE SURVEY**  
 This survey collects essential data to produce statistics on retail and wholesale trade and on the national economy. Aggregated industry information is required by all levels of government to develop national and regional economic programs and policies. In addition, this information is used by businesses, trade associations and others to assist in decision making, marketing efforts and to assess business conditions.

**CONFIDENTIALITY**  
 Statistics Canada is prohibited by law from publishing any statistics which would divulge information obtained from this survey that relates to any identifiable business without the

previous written consent of that business. The data reported on this questionnaire will be treated in strict confidence. They will be used exclusively for statistical purposes and will be published in aggregate form only. The confidentiality provisions of the Statistics Act are not affected by either the Access to Information Act or any other legislation.

**FEDERAL PROVINCIAL / TERRITORIAL AGREEMENTS**  
 To avoid duplication of enquiry and to provide consistent statistics, agreements have been made under Section 11 of the Statistics Act, to exchange information collected by this survey with the Bureaus of Statistics of Alberta and Manitoba. Agreement has also been made under Section 12 of the Statistics Act, with the Northwest Territories Bureau of Statistics for the sharing of information from this survey. Under Section 12, you may refuse to share your information with the Northwest Territories Bureau of Statistics by writing to the Chief Statistician and returning your letter of objection along with the completed questionnaire.

**2 - INQUIRIES**

	LOCAL	TOLL FREE
If you require assistance in the completion of the questionnaire or have any questions regarding the survey, please call the nearest Statistics Canada Regional Office.	Halifax	1 - 800 - 565 - 1685
	Montréal	1 - 800 - 363 - 6720
	Sturgeon Falls	1 - 800 - 461 - 1662
	Toronto	1 - 800 - 387 - 0730
	Winnipeg	1 - 800 - 665 - 3393
	Edmonton	1 - 800 - 661 - 9884
	Vancouver	1 - 800 - 663 - 0172

**3 - REPORTING PERIOD**

**Report for the 1993 Calendar year, January 1, 1993 to December 31, 1993**  
 If you cannot provide calendar year data, report for your business year ending between April 1, 1993 and March 31, 1994

PLEASE SPECIFY REPORTING PERIOD

FROM	D	M	Y	TO	D	M	Y

**4 - KIND OF BUSINESS**

List the main lines of merchandise and services sold and indicate the percentage of total sales and receipts.

(a) _____	%
(b) _____	%
(c) _____	%

**5 - SALES BY CLASS OF CUSTOMER**

Indicate the percentage of total sales and receipts made to:

(a) Household Consumers ( <i>not for business use</i> ) .....	%
(b) Retailers .....	%
(c) Wholesalers .....	%
(d) Industrial, commercial and other users .....	%
(e) Farmers, for use in farm production .....	%
(f) Export .....	%
(g) Total .....	<b>100</b> %

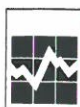
5-3100-1887.1: 1993-20-10 STC/IND-375-75008



6 - REVENUE							
(a) Sales of goods purchased for resale on own account <i>(Report gross sales of new and / or used goods less returns, adjustments, provincial sales taxes and GST. Do not deduct the value of trade-ins)</i>	\$ .00						
(b) Commission revenue <i>(gross earnings from selling and buying goods on account of others)</i>	\$ .00						
(c) Sales of goods of own manufacture	\$ .00						
(d) Labour receipts from installation and repair of goods <i>(report parts in (a) above)</i>	\$ .00						
(e) Revenues from rental and leasing of goods and equipment	\$ .00						
(f) Other operating revenue <i>(such as rental from real estate, food serving and other service activities)</i>	\$ .00						
(g) <b>Total operating revenue</b> <i>(sum of (a) to (f))</i>	\$ .00						
(h) <b>Non-Operating revenue</b> <i>(such as subsidies, interest and dividends and gains on disposal of investments and capital assets)</i>	\$ .00						
7 - EXPENSES							
(a) Employee earnings and benefits: <i>(Report total salaries, wages, bonuses, commissions and any other payments to employees. Report gross payments before deductions for such items as Income Tax, Canada and Quebec pension, Unemployment Insurance premiums)</i>	\$ .00						
(b) Cost of goods sold	\$ .00						
<b>OR</b>							
(c) Purchases of new and used goods for resale <i>(Include all charges and the value of goods taken in trade, less returns, adjustments and discounts.)</i>	\$ .00						
(d) Other operating expenses <i>(Include rent, insurance, energy, supplies, travel, advertising etc. and other expenditures on purchased services. Exclude depreciation, income tax, charitable donations and interest paid.)</i>	\$ .00						
8 - INVENTORY							
Report the inventory of new and used goods held for resale as shown in your books. REPORT AT COST if possible. Include: Trade-ins or parts for use in repairs. Any inventory in transit, warehouses or on consignment to others in Canada. Exclude: The value of goods consigned to you by others. Store and office supplies and other supplies not to be sold.							
(a) Opening \$ .00	(b) Closing \$ .00						
If not reported at cost, indicate: <input type="checkbox"/> Market price <i>(current replacement cost)</i> <input type="checkbox"/> Selling price <input type="checkbox"/> Other <i>(specify)</i>							
9 - LOCATIONS AND PROVINCIAL DISTRIBUTION							
(a) Indicate the number of locations operated during your reporting period							
(b) Do you operate in more than one province? <input type="checkbox"/> No ▶ Skip to 10 <input type="checkbox"/> Yes ▶ If yes, report the following items.							
Province Territory	Trading Locations	Sales & Receipts		Employee Earnings and Benefits		Cost of Goods Sold <i>(exclude labour cost)</i>	
	Number	Dollars	OR Percentage	Dollars	OR Percentage	Dollars	OR Percentage
Newfoundland		\$ .00	%	\$ .00	%	\$ .00	%
Prince Edward Island		\$ .00	%	\$ .00	%	\$ .00	%
Nova Scotia		\$ .00	%	\$ .00	%	\$ .00	%
New Brunswick		\$ .00	%	\$ .00	%	\$ .00	%
Québec		\$ .00	%	\$ .00	%	\$ .00	%
Ontario		\$ .00	%	\$ .00	%	\$ .00	%
Manitoba		\$ .00	%	\$ .00	%	\$ .00	%
Saskatchewan		\$ .00	%	\$ .00	%	\$ .00	%
Alberta		\$ .00	%	\$ .00	%	\$ .00	%
British Columbia		\$ .00	%	\$ .00	%	\$ .00	%
Yukon Territory		\$ .00	%	\$ .00	%	\$ .00	%
Northwest Territories		\$ .00	%	\$ .00	%	\$ .00	%
<b>Canada</b>		\$ .00	100 %	\$ .00	100 %	\$ .00	100 %
10 - CERTIFICATION							
<b>I certify that the information contained herein is complete and correct to the best of my knowledge and belief.</b>							
Signature of authorized person	Title	Date					
Name of contact for further information	Telephone no. (Area)	Ext.	Facsimile no.				

5-3100-1887.1





Division de l'industrie

**Enquête annuelle sur les commerces de gros et de détail, 1993**

If you prefer this questionnaire in English, please check

Renvoyer dûment rempli dans les 30 jours suivant la réception.



Corriger les renseignements pré-imprimés au besoin en utilisant les cases correspondantes ci-dessous.

Raison sociale	
Nom commercial	
A/S	
N° et rue	
Ville	
Province	Code postal

**1 - VEUILLEZ LIRE ATTENTIVEMENT AVANT DE REMPLIR LE QUESTIONNAIRE**

**AUTORITÉ**

Renseignements recueillis en vertu de la Loi sur la statistique, Lois révisées du Canada, 1985, chapitre S19.

**BUT DE L'ENQUÊTE**

Le but de l'enquête est de recueillir des données essentielles afin de produire des statistiques sur les commerces de gros et de détail et sur l'économie du pays. Tous les niveaux de gouvernement ont besoin de données agrégées pour élaborer des politiques et des programmes économiques régionaux et nationaux. De plus, les entreprises, les associations de marchands et d'autres groupes se servent de ces renseignements pour élaborer des stratégies de commercialisation, évaluer les conditions du marché et prendre des décisions.

**CONFIDENTIALITÉ**

La loi interdit à Statistique Canada de publier des statistiques qui pourraient divulguer tout renseignement permettant d'identifier une entreprise sans que celle-ci en ait donné l'autorisation par écrit au

préalable. Les données du questionnaire demeureront confidentielles. Elles ne serviront qu'à des fins statistiques et seront publiées sous forme agrégée seulement. Les dispositions de confidentialité de la Loi sur la statistique ne sont pas touchées par la Loi sur l'accès à l'information ou toute autre loi.

**ENTENTES FÉDÉRALES-PROVINCIALES/TERRITORIALES**

Pour éviter le chevauchement des enquêtes et améliorer l'uniformité des données, Statistique Canada a conclu une entente en vue de l'échange des données de la présente enquête, avec les bureaux de la statistique de l'Alberta et du Manitoba, aux termes de l'article 11 de la Loi sur la statistique, et avec le Bureau de la statistique des Territoires du Nord-Ouest, aux termes de l'article 12 de la Loi sur la statistique. En vertu de l'article 12, vous pouvez refuser de partager vos renseignements avec le Bureau de la statistique des Territoires du Nord-Ouest en informant par écrit le statisticien en chef et en retournant votre lettre et le questionnaire dûment rempli.

**2 - DEMANDES DE RENSEIGNEMENTS**

Si vous avez besoin d'aide pour remplir le questionnaire ou si vous avez des questions concernant l'enquête, adressez-vous au bureau régional de Statistique Canada le plus près.

Halifax  
Montréal  
Sturgeon Falls  
Toronto  
Winnipeg  
Edmonton  
Vancouver

**APPEL LOCAL**

426 - 5662  
283 - 5724  
753 - 4888  
973 - 6598  
983 - 8650  
495 - 4627  
666 - 3616

**APPEL SANS FRAIS**

1 - 800 - 565 - 1685  
1 - 800 - 363 - 6720  
1 - 800 - 461 - 1662  
1 - 800 - 387 - 0730  
1 - 800 - 665 - 3393  
1 - 800 - 661 - 9884  
1 - 800 - 663 - 0172

**3 - PÉRIODE DE DÉCLARATION**

Fournissez une déclaration pour l'année civile 1993, soit du 1er janvier au 31 décembre 1993.

Si vous ne pouvez pas fournir de données pour l'année civile, fournissez-les pour votre exercice financier se terminant entre le 1er avril 1993 et le 31 mars 1994.

**VEUILLEZ PRÉCISER LA PÉRIODE DE DÉCLARATION**

DU 

J	M	A
---	---	---

 AU 

J	M	A
---	---	---

**4 - GENRE D'EXPLOITATION**

Énumérez les principales catégories de marchandises vendues et de services fournis et indiquez le pourcentage des ventes et des recettes totales.

(a)		%
(b)		%
(c)		%

**5 - VENTES SELON LE TYPE DE CLIENTÈLE**

Indiquez le pourcentage des ventes et des recettes totales faites aux:

(a) Ménages (non pour usage commercial) .....	%
(b) Détaillants .....	%
(c) Grossistes .....	%
(d) Industriels, commerçants et autres consommateurs .....	%
(e) Agriculteurs, pour la production agricole .....	%
(f) Exportateurs .....	%
(g) Total .....	100 %

5-3100-1887.2: 1993-20-10 SQC/IND-375-75008







## Appendix II

### Trade Group Coverage - Wholesale Trade, 1993

<b>010</b>	<b>Food, Beverages, Drug and Tobacco Products</b>
5211	Confectionery
5212	Frozen Foods (Packaged)
5213	Dairy Products
5214	Poultry and Eggs
5215	Fish and Seafood
5216	Fresh Fruit and Vegetables
5217	Meat and Meat Products
5219	Other Foods
5221	Non-Alcoholic Beverages
5222	Alcoholic Beverages
5231	Drugs
5232	Toilet Soaps and Preparations
5239	Drug Sundries and Other Drugs and Toilet Preparations
5241	Tobacco Products
<b>020</b>	<b>Apparel and Dry Goods</b>
5311	Men's and Boys' Clothing and Furnishings
5312	Women's, Misses' and Children's Outerwear
5313	Women's, Misses' and Children's Hosiery, Underwear and Apparel Accessories
5314	Footwear
5319	Other Apparel
5321	Piece Goods
5329	Notions and Other Dry Goods
<b>030</b>	<b>Household Goods</b>
5411	Electrical Household Appliances
5412	Electronic Household Appliances
5421	Household Furniture
5431	China, Glassware, Crockery and Pottery
5432	Floor Coverings
5433	Linens, Draperies and Other Textile Furnishings
5439	Other Household Furnishings
<b>040</b>	<b>Motor Vehicles, Parts and Accessories</b>
5511	Automobiles
5512	Trucks and Buses
5519	Other Motor Vehicles and Trailers
5521	Tires and Tubes
5529	Other Motor Vehicle Parts and Accessories
<b>050</b>	<b>Metal, Hardware, Plumbing and Heating Equipment and Supplies</b>
5611	Iron and Steel Primary Forms and Structural Shapes
5612	Other Iron and Steel Products
5613	Non-Ferrous Metal and Metal Products
5619	Combination Metal and Metal Products
5621	Hardware
5622	Plumbing, Heating and Air Conditioning Equipment and Supplies
<b>060</b>	<b>Lumber and Building Materials</b>
5631	Lumber, Plywood and Millwork
5632	Paint, Glass and Wallpaper

## Annexe II

### Couverture des groupes de commerce - Commerce de gros, 1993

<b>010</b>	<b>Produits alimentaires, boissons, médicaments et tabac</b>
5211	Confiseries
5212	Produits alimentaires congelés (emballés)
5213	Produits laitiers
5214	Volaille et oeufs
5215	Poisson et fruits de mer
5216	Fruits et légumes frais
5217	Viande et produits de la viande
5219	Autres produits alimentaires
5221	Boissons non-alcooliques
5222	Boissons alcooliques
5231	Médicaments
5232	Savons et produits de toilette
5239	Produits pharmaceutiques divers et autres produits de toilette
5241	Produits du tabac
<b>020</b>	<b>Vêtements et articles de mercerie</b>
5311	Vêtements et articles d'habillement pour hommes et garçonnets
5312	Vêtements de dessus pour dames, jeunes filles et enfants
5313	Bas et chaussettes, sous-vêtements et articles d'habillement pour dames, jeunes filles et enfants
5314	Chaussures
5319	Autres vêtements
5321	Tissus à la pièce
5329	Articles de mercerie
<b>030</b>	<b>Articles ménagers</b>
5411	Appareils ménagers électriques
5412	Appareils ménagers électroniques
5421	Meubles de maison
5431	Porcelaine, verrerie, faïence et poterie
5432	Revêtements de sol
5433	Linge de maison, tentures et autres articles de textile
5439	Autres accessoires ménagers d'ameublement
<b>040</b>	<b>Véhicules automobiles, pièces et accessoires</b>
5511	Automobiles
5512	Camions et autobus
5519	Autres véhicules automobiles
5521	Pneus et chambres à air
5529	Autres pièces et accessoires pour véhicules automobiles
<b>050</b>	<b>Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage</b>
5611	Formes primaires et profilés de charpente en fer et en acier
5612	Autres produits en fer et en acier
5613	Métaux non ferreux et produits en métaux non ferreux
5619	Combinaisons de métaux et produits en métal
5621	Articles de quincaillerie
5622	Matériel et fournitures de plomberie, de chauffage et de climatisation
<b>060</b>	<b>Bois et matériaux de construction</b>
5631	Bois de construction, contreplaqués et bois travaillé
5632	Peintures, vitres et papiers peints

5639	Other Building Materials	5639	Autres matériaux de construction
<b>070</b>	<b>Farm Machinery, Equipment and Supplies</b>	<b>070</b>	<b>Machines, matériel et fournitures agricoles</b>
5711	Farm Machinery, Equipment and Supplies	5711	Machines, matériel et fournitures agricoles
<b>080</b>	<b>Other Machinery, Equipment and Supplies</b>	<b>080</b>	<b>Autres machines, matériel et fournitures</b>
5721	Construction and Forestry Machinery, Equipment and Supplies	5721	Machines, matériel et fournitures de construction et d'exploitation forestière
5722	Mining Machinery, Equipment and Supplies	5722	Machines, matériel et fournitures d'extraction minière
5731	Industrial Machinery, Equipment and Supplies	5731	Machines, matériel et fournitures industriels
5741	Electrical Wiring Supplies and Electrical Construction Material	5741	Fournitures pour canalisations électriques et matériaux d'installations électriques
5742	Electrical Generating and Transmission Equipment and Supplies	5742	Matériel et fournitures de production et de transmission d'électricité
5743	Electronic Machinery, Equipment and Supplies (except Computer and Related Equipment)	5743	Machines, matériel et fournitures électroniques (sauf ordinateurs et le matériel connexe)
5744	Computer and Related Machinery, Equipment and Packaged Software	5744	Ordinateurs, machines et matériel connexes, et progiciel
5749	Other Electrical and Electronic Machinery, Equipment and Supplies	5749	Autres machines, matériel et fournitures électriques et électroniques
5791	Office and Store Machinery, Equipment and Supplies	5791	Machines, matériel et fournitures de bureau et de magasin
5792	Service Machinery, Equipment and Supplies	5792	Machines, matériel et fournitures des entreprises de services
5793	Professional Machinery, Equipment and Supplies	5793	Machines, matériel et fournitures d'usage professionnel
5799	Other Machinery, Equipment and Supplies n.e.c.	5799	Autres machines, matériel et fournitures n.c.a.
<b>090</b>	<b>Other Products</b>	<b>090</b>	<b>Produits divers</b>
5011	Livestock	5011	Bétail
5019	Other Farm Products	5019	Autres produits agricoles
5911	Automobile Wrecking	5911	Démontage d'automobiles
5919	Other Waste Materials	5919	Autres matières de rebut
5921	Newsprint	5921	Papier journal
5922	Stationery and Office Supplies	5922	Papeterie et fournitures de bureau
5929	Other Paper and Paper Products	5929	Autres papiers et produits du papier
5931	Agricultural Feeds	5931	Aliments pour animaux
5932	Seeds and Seed Processing	5932	Semences et traitement des semences
5939	Agricultural, Chemical and Other Farm Supplies	5939	Produits chimiques et autres fournitures agricoles
5941	Toys, Novelties and Fireworks	5941	Jouets, articles de fantaisie et pièces pour feux d'artifice
5942	Amusement and Sporting Goods	5942	Articles de loisir et de sport
5951	Photographic Equipment and Supplies	5951	Matériel et fournitures photographiques
5952	Musical Instruments and Accessories	5952	Instruments et accessoires de musique
5961	Jewellery and Watches	5961	Bijoux et montres
5971	Industrial and Household Chemicals	5971	Produits chimiques d'usage ménager et industriel
5981	General Merchandise	5981	Marchandise générale
5991	Books, Periodicals and Newspapers	5991	Livres, périodiques et journaux
5992	Second-Hand Goods (except Machinery and Automotive)	5992	Marchandises d'occasion (sauf machines et véhicules automobiles)
5993	Forest Products	5993	Produits forestiers
5999	Other Products n.e.c.	5999	Autres produits n.c.a.
<b>100</b>	<b>Grain</b>	<b>100</b>	<b>Céréales</b>
5012	Grain	5012	Céréales
<b>110</b>	<b>Petroleum Products</b>	<b>110</b>	<b>Produits Pétroliers</b>
5111	Petroleum Products	5111	Produits pétroliers



**Appendix III****Annexe III****Trade Group Coverage - Retail Trade, 1993**

<b>010</b>	<b>Supermarkets and Grocery Stores</b>
6011	Supermarkets
6012	Grocery Stores (Excluding Supermarkets)
<b>020</b>	<b>All Other Food Stores</b>
6013	Bakery Products Stores
6014	Candy and Nut Stores
6015	Fruit and Vegetable Stores
6016	Meat Markets
6019	Other Food (Specialty) Stores, n.e.c.
<b>030</b>	<b>Drug and Patent Medicine Stores</b>
6031	Pharmacies
6032	Patent Medicine and Toiletries Stores
<b>040</b>	<b>Shoe Stores</b>
6111	Shoe Stores
<b>050</b>	<b>Men's Clothing Stores</b>
6121	Men's Clothing Stores
<b>060</b>	<b>Women's Clothing Stores</b>
6131	Women's Clothing Stores
<b>070</b>	<b>Other Clothing Stores</b>
6141	Children's Clothing Stores
6142	Fur Goods Stores
6149	Other Clothing Stores, n.e.c.
<b>080</b>	<b>Household Furniture and Appliance Stores</b>
6211	Household Furniture Stores (With Appliances and Furnishings)
6212	Household Furniture Stores (Without Appliances and Furnishings)
6213	Furniture Refinishing and Repair Shops
6221	Appliance, Television, Radio and Stereo Stores
6222	Television, Radio and Stereo Stores
6223	Appliance, Television, Radio and Stereo Repair Shops
<b>090</b>	<b>Household Furnishing Stores</b>
6231	Floor Covering Stores
6232	Drapery Stores
6239	Other Household Furnishings Stores
<b>100</b>	<b>Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers</b>
6311	Automobile (New) Dealers
6312	Automobile (Used) Dealers
6321	Motor Home and Travel Trailer Dealers
6322	Boats, Outboard Motors and Boating Accessories Dealers

**Couverture des groupes de commerce - Commerce de détail, 1993**

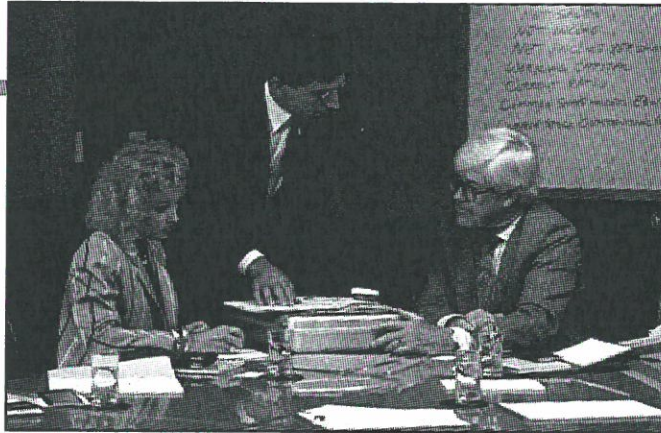
<b>010</b>	<b>Supermarchés d'alimentation et épiceries</b>
6011	Supermarchés d'alimentation
6012	Épiceries (sauf supermarchés)
<b>020</b>	<b>Tous les autres magasins d'alimentation</b>
6013	Boulangeries - pâtisseries
6014	Confiseries et magasins de noix
6015	Magasins de fruits et légumes
6016	Marchés de viande
6019	Autres magasins d'alimentation spécialisés n.c.a.
<b>030</b>	<b>Pharmacies et magasins de médicaments brevetés</b>
6031	Pharmacies
6032	Magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette
<b>040</b>	<b>Magasins de chaussures</b>
6111	Magasins de chaussures
<b>050</b>	<b>Magasins de vêtements pour hommes</b>
6121	Magasins de vêtements pour hommes
<b>060</b>	<b>Magasins de vêtements pour dames</b>
6131	Magasins de vêtements pour dames
<b>070</b>	<b>Autres magasins de vêtements</b>
6141	Magasins de vêtements pour enfants
6142	Magasins de fourrures
6149	Autres magasins de vêtements, n.c.a.
<b>080</b>	<b>Magasins de meubles et d'appareils ménagers</b>
6211	Magasins de meubles de maison (avec appareils ménagers et accessoires d'ameublement)
6212	Magasins de meubles de maison (sans appareils ménagers ni accessoires d'ameublement)
6213	Ateliers de réparation de meubles
6221	Magasins d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
6222	Magasins de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
6223	Ateliers de réparation d'appareils ménagers, de postes de télévision et de radio et d'appareils stéréophoniques
<b>090</b>	<b>Magasins d'accessoires d'ameublement</b>
6231	Magasins de revêtements de sol
6232	Magasins de tentures
6239	Autres magasins d'accessoires d'ameublement
<b>100</b>	<b>Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs</b>
6311	Concessionnaires d'automobiles neuves
6312	Concessionnaires d'automobiles d'occasion
6321	Marchands de roulettes motorisées et de roulettes de voyage
6322	Marchands de bateaux, de moteurs hors-bord et d'accessoires pour bateaux

6323	Motorcycle and Snowmobile Dealers	6323	Marchands de motocyclettes et de motoneiges
6329	Other Recreational Vehicle Dealers	6329	Autres marchands de véhicules de loisir
<b>110</b>	<b>Gasoline Service Stations</b>	<b>110</b>	<b>Stations-service</b>
6331	Gasoline Service Stations	6331	Stations-service
<b>120</b>	<b>Automotive Parts, Accessories and Services</b>	<b>120</b>	<b>Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services</b>
6341	Home and Auto Supply Stores	6341	Magasins de fournitures pour la maison et pour l'automobile
6342	Tire, Battery, Parts and Accessories Stores	6342	Magasins de pneus, d'accumulateurs, de pièces et d'accessoires
6351	Garages (General Repairs)	6351	Garages (réparations générales)
6352	Paint and Body Repair Shops	6352	Ateliers de peinture et de carrosserie
6353	Muffler Replacement Shops	6353	Ateliers de remplacement de silencieux
6354	Motor Vehicle Glass Replacement Shops	6354	Ateliers de remplacement de glaces pour véhicules automobiles
6355	Motor Vehicle Transmission Repair and Replacement Shops	6355	Ateliers de réparation et de remplacement de boîtes de vitesse de véhicules automobiles
6359	Other Motor Vehicle Repair Shops	6359	Autres ateliers de réparation de véhicules automobiles
6391	Car Washes	6391	Lave-autos
6399	Other Motor Vehicle Services, n.e.c.	6399	Autres services pour véhicules automobiles, n.c.a.
<b>130</b>	<b>General Merchandise Stores</b>	<b>130</b>	<b>Magasins de marchandises diverses</b>
6411	Department Stores	6411	Magasins à rayons
6412	General Stores	6412	Magasins généraux
6413	Other General Merchandise Stores (Variety and General Merchandising Stores)	6413	Autres magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses)
<b>140</b>	<b>Other Semi-Durable Goods Stores</b>	<b>140</b>	<b>Autres magasins de produits semi-durables</b>
6511	Book and Stationery Stores	651	Librairies et papeteries
6521	Florist Shops	6521	Fleuristes
6522	Lawn and Garden Centres	6522	Centres de jardinage
6531	Hardware Stores	6531	Quincailleries
6532	Paint, Glass and Wallpaper Stores	6532	Magasins de peinture, de vitre et de papier peint
6581	Toy and Hobby Stores	6581	Magasins de jouets et d'articles de loisir
6582	Gift, Novelty and Souvenir Stores	6582	Magasins de cadeaux, d'articles de fantaisie et de souvenirs
<b>150</b>	<b>Other Durable Goods Stores</b>	<b>150</b>	<b>Autres magasins de produits durables</b>
6541	Sporting Goods Stores	6541	Magasins d'articles de sport
6542	Bicycle Shops	6542	Magasins de bicyclettes
6551	Musical Instrument Stores	6551	Magasins d'instruments de musique
6552	Record and Tape Stores	6552	Magasins de disques et de bandes magnétiques
6561	Jewellery Stores	6561	Bijouteries
6562	Watch and Jewellery Repair Shops	6562	Ateliers de réparation de montres et de bijoux
6571	Camera and Photographic Supply Stores	6571	Magasins d'appareils et de fournitures photographiques
<b>160</b>	<b>Other Retail Stores</b>	<b>160</b>	<b>Autres magasins de vente au détail</b>
6021	Liquor Stores	6021	Magasins de spiritueux
6022	Wine Stores	6022	Magasins de vin
6023	Beer Stores	6023	Magasins de bière
6591	Second-Hand Merchandise Stores, n.e.c.	6591	Magasins de marchandises d'occasion, n.c.a.
6592	Opticians' Shops	6592	Opticiens
6593	Art Galleries and Artists' Supply Stores	6593	Galleries d'art et magasins de fournitures pour artistes
6594	Luggage and Leather Goods Stores	6594	Magasins de bagages et de maroquinerie
6595	Monument and Tombstone Dealers	6595	Marchands de monuments funéraires et de pierres tombales
6596	Pet Stores	6596	Magasins d'animaux de maison
6597	Coin and Stamp Dealers	6597	Marchands de pièces de monnaie et de timbres
6598	Mobile Home Dealers	6598	Marchands de maisons mobiles
6599	Other Retail Stores, n.e.c.	6599	Autres magasins de vente au détail, n.c.a.



**Hire our  
team of  
researchers for  
\$56 a year**

**Notre équipe de  
chercheurs est à  
votre service pour  
56 \$ par année**



**S**ubscribing to *Perspectives on Labour and Income* is like having a complete research department at your disposal. Solid facts. Unbiased analysis. Reliable statistics.

But *Perspectives* is more than just facts and figures.

It offers authoritative insights into complex labour and income issues, analyzing the statistics to bring you simple, clear summaries of labour market and income trends.

Our team of experts brings you the latest labour and income data. Each quarterly issue provides:

- topical articles on current labour and income trends
- more than 50 key labour and income indicators
- a review of ongoing research
- information on new surveys

As a special bonus, twice a year you will also receive *The Labour Market Review*, giving you timely analysis on labour market performance over the previous six months or year.

**And all for only \$56!**

Thousands of Canadian professionals turn to *Perspectives* to discover emerging trends in labour and income and to stay up to date on the latest research findings. As a subscriber, you will get the inside story.

We know you'll find *Perspectives* indispensable. **GUARANTEED.** If you aren't convinced after reading the first issue, we'll give you a FULL REFUND on all outstanding issues. Order your subscription to *Perspectives* today (Cat. No. 75-0010XPE).

### **ORDER NOW!**

For only \$56 (plus \$3.92 GST) you will receive the latest labour and income research (4 issues per year). Subscription rates are US\$68 for U.S. customers and US\$80 for customers in other countries.

Fax your VISA or MasterCard order to: (613) 951-1584.

Call toll free: 1-800-267-6677. Or mail to: Statistics Canada, Marketing Division, Sales and Service, 120 Parkdale Ave., Ottawa, Ontario K1A 0T6. Or contact your nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication.

**S**'abonner à *L'emploi et le revenu en perspective*, c'est disposer d'une division entière de chercheurs à votre service. Des faits solides. Des analyses objectives. Des statistiques fiables.

La publication n'a pas que des faits et des chiffres. Elle offre également des analyses de fond sur des questions complexes touchant l'emploi et le revenu, de façon à fournir des indications claires et précises sur les

tendances actuelles du marché du travail et des revenus.

Notre équipe de spécialistes met à votre disposition des données récentes sur l'emploi et le revenu. Dans chacun des numéros trimestriels, vous trouverez :

- des articles de fond sur l'emploi et le revenu
- plus de 50 indicateurs clés de l'emploi et du revenu
- un aperçu de la recherche en cours
- de l'information sur les nouvelles enquêtes

En prime, vous recevrez le *Bilan du marché du travail* deux fois l'an. Vous disposerez ainsi d'une analyse à jour de la situation du marché du travail pour les six derniers mois ou la dernière année.

**Tout cela pour 56 \$ seulement!**

Des milliers de professionnels au Canada consultent *Perspective* pour connaître les tendances de l'emploi et du revenu, ainsi que les plus récents résultats de recherche. Votre abonnement vous permettra de connaître tous les faits.

Nous savons que *L'emploi et le revenu en perspective* deviendra pour vous un outil indispensable. **C'EST GARANTI.** Si vous n'êtes pas satisfait après avoir lu le premier numéro, nous vous REMBOURSERONS le montant payé pour les numéros à venir. Abonnez-vous à *Perspective* (n° 75-0010XPF au cat.) dès aujourd'hui.

### **ABONNEZ-VOUS DÈS MAINTENANT!**

Pour 56 \$ seulement (TPS de 3,92 \$ en sus), vous recevrez les plus récentes recherches sur l'emploi et le revenu (quatre numéros par année). L'abonnement est de 68 \$ US aux États-Unis et de 80 \$ US dans les autres pays. Faites parvenir votre commande par télécopieur (VISA ou MasterCard) au (613) 951-1584, par téléphone (sans frais) au 1-800-267-6677, par courrier à Statistique Canada, Division du marketing, Vente et service, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6. Ou communiquez avec le Centre de consultation de Statistique Canada le plus près. (Voir la liste dans la présente publication).





# ORDER FORM

Statistics Canada

**MAIL TO:****PHONE:****FAX TO:****METHOD OF PAYMENT:**

Marketing Division  
Publication Sales  
Statistics Canada  
Ottawa, Ontario  
Canada K1A 0T6

(Please print)



1-800-267-6677

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



(613) 951-1584

VISA, MasterCard and Purchase Orders only. Please do not send confirmation. A fax will be treated as an original order.

(Check only one)

Please charge my:  VISA  MasterCard

Card Number

Signature

Expiry Date

Payment enclosed \$

Please make cheque or money order payable to the Receiver General for Canada - Publications.

Purchase Order Number   
(Please enclose)

Authorized Signature

Company

Department

Attention  Title

Address

City  Province

Postal Code  Phone  Fax

Please ensure that all information is completed.

Catalogue Number	Title	Date of Issue or Indicate an "S" for subscriptions	Annual Subscription or Book Price			Quantity	Total \$
			Canada \$	United States US\$	Other Countries US\$		

<p>▶ Note: Catalogue prices for U.S. and other countries are shown in US dollars.</p> <p>▶ GST Registration # R121491807</p> <p>▶ Cheque or money order should be made payable to the Receiver General for Canada - Publications.</p> <p>▶ Canadian clients pay in Canadian funds and add 7% GST. Foreign clients pay total amount in US funds drawn on a US bank. Prices for US and foreign clients are shown in US dollars.</p>	<b>SUBTOTAL</b>	
	<b>DISCOUNT</b> (if applicable)	
	<b>GST (7%)</b> (Canadian clients only)	
	<b>GRAND TOTAL</b>	
		<b>PF 093238</b>

## THANK YOU FOR YOUR ORDER!






# BON

Statistique Canada

STATISTICS CANADA LIBRARY  
BIBLIOTHEQUE STATISTIQUE CANADA



1010191838

# COMMANDE

### ENVOYEZ À:      COMPOSEZ:      TÉLÉCOPIEZ AU:      MODALITÉS DE PAIEMENT:



**Division du marketing  
Vente des publications  
Statistique Canada  
Ottawa (Ontario)  
Canada K1A 0T6**



**1-800-267-6677**

Faites débiter votre compte VISA ou MasterCard. De l'extérieur du Canada et des États-Unis, composez le (613) 951-7277. Veuillez ne pas envoyer de confirmation.



**(613) 951-1584**

VISA, MasterCard et bon de commande seulement. Veuillez ne pas envoyer de confirmation; le bon télécopié tient lieu de commande originale.

*(Veuillez écrire en caractères d'imprimerie.)*

Compagnie \_\_\_\_\_

Service \_\_\_\_\_

À l'attention de \_\_\_\_\_ Fonction \_\_\_\_\_

Adresse \_\_\_\_\_

Ville \_\_\_\_\_ Province \_\_\_\_\_

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

*Veuillez vous assurer de remplir le bon au complet.*

*(Cochez une seule case)*

**Veillez débiter mon compte**       VISA       MasterCard

N° de carte \_\_\_\_\_

Signature \_\_\_\_\_ Date d'expiration \_\_\_\_\_

**Paiement inclus** \_\_\_\_\_ \$

*Veillez faire parvenir votre chèque ou mandat-poste à l'ordre du Releveur général du Canada - Publications.*

**N° du bon de commande** \_\_\_\_\_

*(Veuillez joindre le bon)*

Signature de la personne autorisée \_\_\_\_\_

Numéro au catalogue	Titre	Édition demandée ou Inscrire "A" pour les abonnements	Abonnement annuel ou prix de la publication			Quantité	Total \$
			Canada \$	États-Unis \$ US	Autres pays \$ US		

▶ **Veillez noter que les prix au catalogue pour les É.-U. et les autres pays sont donnés en dollars américains.**

▶ TPS N° R121491807

▶ Le chèque ou mandat-poste doit être établi à l'ordre du *Releveur général du Canada - Publications.*

<b>TOTAL</b>	
<b>RÉDUCTION</b> (s'il y a lieu)	
<b>TPS (7 %)</b> (Clients canadiens seulement)	
<b>TOTAL GÉNÉRAL</b>	

▶ Les clients canadiens paient en dollars canadiens et ajoutent la TPS de 7 %. Les clients à l'étranger paient le montant total en dollars US tirés sur une banque américaine.

**PF 093238**



# MERCI DE VOTRE COMMANDE!



✓ **Identify Emerging Trends**

✓ **Define New Markets**

✓ **Pinpoint Profit Opportunities**

✓ **Dégagez les nouvelles tendances**

✓ **Définissez les nouveaux marchés**

✓ **Déterminez les possibilités de profit**

**T**o safeguard your place in tomorrow's marketplace, you have to be able to anticipate trends today. To do that, you're going to need some insight into the purchasing trends in the Canadian marketplace.

With a complete profile of Canadian consumers, plus an in-depth analysis of Canadian industries, the **Market Research Handbook** gives you the most thorough coverage of purchasing trends. This valued bestseller can lead you to new markets by giving you details on:

- ▶ how much money Canadians are earning and what they're spending on cars, rent, home entertainment and household appliances;
  - ▶ the level of sales in retail chain and department stores;
  - ▶ what goods are being traded between Canada, U.S., and other countries;
  - ▶ census data such as: age/sex, schooling, households, unemployment, interprovincial and international migration
- ...and much, much more!

With over 600 pages, the **Handbook** includes more than 200 statistical tables that give you instant access to provincial and national market data. Featured are important economic indicators such as the **Gross Domestic Product**, **Labour Force Productivity**, **Private and Public Investment** and the **Consumer Price Index**.

Order your copy of the **Market Research Handbook** (Catalogue #63-2240XPB) today for only \$110 in Canada plus \$7.70 GST, US\$132 in the United States, and US\$154 in other countries.

**CALL TOLL-FREE 1-800-267-6677 OR FAX (613)951-1584** and use your VISA or MasterCard. **OR MAIL** your order to: Statistics Canada, Marketing Division, Sales and Service, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6, or contact the nearest Statistics Canada Regional Office listed in this publication.



**P**our maintenir votre place sur le marché de demain, vous devez être en mesure de prévoir les tendances aujourd'hui. Pour ce faire, vous devrez comprendre les habitudes d'achat sur le marché canadien.

Renfermant un profil complet des consommateurs canadiens ainsi qu'une analyse approfondie des industries canadiennes, le **Recueil statistique des études de marché** brosse un tableau exhaustif des habitudes d'achat. Ce précieux best-seller peut vous faire découvrir de nouveaux marchés en vous fournissant les détails suivants :

- ▶ les revenus des Canadiens et leurs dépenses pour la voiture, le loyer, les appareils de divertissement et les appareils ménagers;
  - ▶ le niveau des ventes dans les magasins de détail à succursales et les grands magasins;
  - ▶ les biens échangés entre le Canada, les É.-U. et d'autres pays;
  - ▶ les données du recensement telles que l'âge, le sexe, le niveau de scolarité, les ménages, le chômage, la migration interprovinciale et internationale
- ...et bien plus encore!

Le **Recueil**, contenant plus de 600 pages et au delà de 200 tableaux statistiques, vous permettra d'accéder instantanément aux données provinciales et nationales sur le marché. Il traite d'indicateurs économiques importants tels que le **produit intérieur brut**, la **productivité de la population active**, les **investissements privés et publics** et l'**Indice des prix à la consommation**.

Procurez-vous votre exemplaire du **Recueil statistique des études de marché** (n° 63-2240XPB au catalogue) dès aujourd'hui pour seulement 110 \$ au Canada plus 7,70 \$ de TPS, 132 \$ US aux États-Unis et 154 \$ US dans les autres pays. Commandez votre exemplaire **PAR TÉLÉPHONE EN COMPOSANT SANS FRAIS** le 1-800-267-6677 **OU PAR TÉLÉCOPIEUR** au (613) 951-1584 et utilisez votre carte VISA ou MasterCard, **OU PAR LA POSTE** à l'adresse suivante : Statistique Canada, Division du marketing, Vente et service, 120, av. Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6, ou communiquez avec le bureau régional de Statistique Canada le plus près dont la liste figure dans la présente publication.



# Are you getting your information on the Canadian economy "first-hand"?

Chances are, you spend hours reading several newspapers and a handful of magazines trying to get the whole economic picture – only to spend even more time weeding out fiction from fact! Wouldn't it be a great deal more convenient (and much more effective) to go straight to the source?

Join the thousands of successful Canadian decision-makers who turn to Statistic Canada's *Canadian Economic Observer* for their monthly briefing. Loaded with first-hand information, collectively published nowhere else, CEO is a quick, concise and panoramic overview of the Canadian economy. Its reliability and completeness are without equal.

## A single source

Consultations with our many readers – financial analysts, planners, economists and business leaders – have contributed to CEO's present, widely-acclaimed, two-part format. The **Analysis Section** includes thought-provoking commentary on current economic conditions, issues, trends and developments. The **Statistical Summary** contains the complete range of hard numbers on critical economic indicators: markets, prices, trade, demographics, unemployment and more.

More practical, straightforward and user-friendly than ever before, the *Canadian Economic Observer* gives you more than 150 pages of in-depth information in one indispensable source.

## Why purchase CEO?

As a subscriber, you'll be directly connected to Statistics Canada's economic analysts – names and phone numbers are listed with articles and features. You'll also receive a copy of CEO's annual **Historical Statistical Supplement** – at no additional cost.

So why wait for others to publish Statistics Canada's data second-hand when you can have it straight from the source? Order your subscription to the *Canadian Economic Observer* today.

---

The *Canadian Economic Observer* (catalogue no. 10-2300XPB) is \$220 annually in Canada, US\$260 in the United States and US\$310 in other countries. Highlights of the *Canadian Composite Leading Indicator* (catalogue no. 11F0008XFE) are available by fax – the same day of release – for \$70 annually in Canada and US\$70 in the United States.

To order, write to: Statistics Canada, Marketing Division, Sales and Service, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 or contact the nearest Statistics Canada Reference Centre listed in this publication. If more convenient, fax your order to 1-613-951-1584 or call toll-free 1-800-267-6677 and use your VISA or MasterCard.

# Recevez-vous directement vos informations sur l'économie canadienne?

Il est probable que vous passez des heures à lire plusieurs journaux et un paquet de revues pour essayer d'avoir une vue complète de la situation économique, et ensuite passer encore plus de temps à séparer le réel de ce qui ne l'est pas. Ne serait-il pas plus pratique (et beaucoup plus efficace) de remonter directement à la source?

Joignez-vous aux milliers de décideurs canadiens gagnants qui lisent *L'Observateur économique canadien* pour leur séance de rapport mensuelle. Rempli de renseignements disponibles nulle part ailleurs, L'OEC permet d'avoir une vue générale rapide et concise de l'économie canadienne. Il est inégalé par sa fiabilité et son exhaustivité.

## Une seule source

Les consultations que nous avons eues avec nos nombreux lecteurs, des analystes financiers, des planificateurs, des économistes et des chefs d'entreprise, nous ont permis de présenter L'OEC dans son format actuel en deux parties, qui a été bien accueilli. La **section de l'analyse** contient des commentaires qui donnent à réfléchir sur la conjoncture économique, ses problèmes, ses tendances et ses développements. L'**aperçu statistique** contient l'ensemble complet des chiffres réels pour les indicateurs économiques essentiels : les marchés, les prix, le commerce, la démographie, le chômage, et bien d'autres encore.

Plus pratique, plus simple, plus facile à utiliser qu'auparavant, *L'Observateur économique canadien* vous offre plus de 150 pages de renseignements poussés sous une seule couverture.

## Pourquoi acheter L'OEC?

En tant qu'abonné à L'OEC, vous êtes directement relié aux analystes économiques de Statistique Canada : des noms et des numéros de téléphone sont cités dans les articles et les rubriques. Vous recevrez également un exemplaire du **Supplément statistique historique annuel à titre gracieux**.

Pourquoi devez-vous donc attendre que d'autres publient les données de Statistique Canada qu'ils ont reprises alors que vous pouvez les obtenir directement à la source? Abonnez-vous à *L'Observateur économique canadien* dès aujourd'hui.

---

Le prix de l'abonnement annuel à *L'Observateur économique canadien* (n° 10-2300XPB au catalogue) est de 220 \$ au Canada, de 260 \$ US aux États-Unis et de 310 \$ US dans les autres pays. Les faits saillants de l'**Indicateur composite avancé** (n° 11F0008XFF au catalogue) sont offerts par télécopieur – le jour même de leur parution – pour 70 \$ par année au Canada et 70 \$ US aux États-Unis.

Pour commander, écrivez à : Statistique Canada, Division du marketing, Vente et service, 120, av. Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6, ou adressez-vous au Centre de consultation de Statistique Canada le plus proche de chez vous et dont la liste figure dans cette publication. Si vous le préférez, vous pouvez envoyer votre commande par télécopieur au 1-613-951-1584, ou téléphoner sans frais au 1-800-267-6677 et utiliser votre carte VISA ou MasterCard.