

C.3



Catalogue no.63-008-XPB

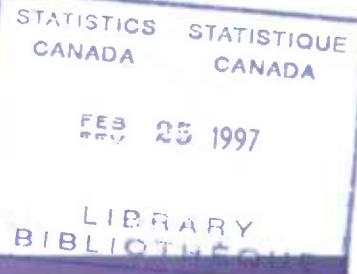
# Wholesale Trade

December 1996

N°63-008-XPB au catalogue

# Commerce de gros

Décembre 1996



Statistics  
Canada

Statistique  
Canada

Canada

## Data in many forms

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered. Data are available on the Internet, compact disc, diskette, computer printouts, microfiche and microfilm, and magnetic tape. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct online access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable database and retrieval system.

## How to obtain more information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to: Wholesale Trade Section, Industry Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone (613) 951-3541) or to the Statistics Canada Regional Reference Centre in:

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

You can also visit our World Wide Web site: <http://www.statcan.ca>

Toll-free access is provided for all users who reside outside the local dialling area of any of the Regional Reference Centres.

National enquiries line	1 800 263-1136
National telecommunications device for the hearing impaired	1 800 363-7629
Order-only line (Canada and United States)	1 800 267-6677

## How to order publications

Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, the Statistics Canada Regional Reference Centres, or from:

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

Telephone: (613) 951-7277  
Fax: (613) 951-1584  
Toronto (credit card only): (416) 973-8018  
Internet: [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)

## Standards of service to the public

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

## Des données sous plusieurs formes

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

## Comment obtenir d'autres renseignements

Toute demande de renseignements au sujet de la présente publication ou au sujet de statistiques ou de services connexes doit être adressée à : Section du commerce de gros, Division de l'industrie, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (téléphone : (613) 951-3541) ou à l'un des centres de consultation régionaux de Statistique Canada :

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

Vous pouvez également visiter notre site sur le W3 : <http://www.statcan.ca>

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

National enquiries line	1 800 263-1136
National telecommunications device for the hearing impaired	1 800 363-7629
Order-only line (Canada and United States)	1 800 267-6677

## Comment commander les publications

On peut se procurer les publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des centres de consultation régionaux de Statistique Canada, ou en écrivant à :

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

Téléphone : (613) 951-7277  
Télécopieur : (613) 951-1584  
Toronto (carte de crédit seulement) : (416) 973-8018  
Internet : [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)

## 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

# Wholesale Trade

December 1996

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

# Commerce de gros

Décembre 1996

Published by authority of the Minister  
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 1997

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

February 1997

Price: Canada: \$18.00 per issue,  
\$180.00 annually  
United States: US\$22.00 per issue,  
US\$216.00 annually  
Other countries: US\$26.00 per issue,  
US\$252.00 annually

Catalogue no. 63-008-XPB, Vol. 59, no. 12  
Frequency: Monthly

ISSN 0380-7894

Ottawa

Publication autorisée par le ministre  
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1997

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

Février 1997

Prix : Canada : 18 \$ l'exemplaire,  
180 \$ par année  
États-Unis : 22 \$ US l'exemplaire,  
216 \$ US par année  
Autres pays : 26 \$ US l'exemplaire,  
252 \$ US par année

N° 63-008-XPB au catalogue, vol. 59, n° 12  
Périodicité : mensuelle

ISSN 0380-7894

Ottawa

## Note of appreciation

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

## Note de reconnaissance

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

## Symbols

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

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

### NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

### A NOTE ON CANSIM

The data published in Wholesale Trade (Matrix Nos. 0059, 0061, 0648, 0649) (Catalogue no. 63-008-XPB) are also available in machine readable form through CANSIM (Canadian – Socio-Economic Information Management System). Users interested in accessing data via CANSIM should contact one of Statistics Canada's regional centres at the numbers listed on the inside front cover of this publication, or contact the Marketing Division, Statistics Canada, R.H. Coats Building, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (613) 951-8200.

This publication was prepared under the direction of:

- **G. Andrusiak**, Director, Industry Division
- **R. Lussier**, Assistant Director, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **M. Marcogliese**, Chief, Wholesale Trade Section, Distributive Trades Sub-division, Industry Division
- **C. Mamay**, Economist, 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

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou zéro.
- nombres infimes.
- P nombres provisoires.
- R nombres rectifiés.
- X confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

### NOTA

Les chiffres ayant été arrondis, les totaux ne correspondent pas toujours.

### NOTE AU SUJET DE CANSIM

Les données qui sont publiées sur le Commerce de gros (matrice n° 0059, 0061, 0648, 0649) (n° 63-008-XPB au catalogue) peuvent être obtenues sous forme lisible par machine de CANSIM (Système Canadien d'information socio-économique). Les utilisateurs voulant obtenir des chiffres par l'intermédiaire de CANSIM peuvent contacter un des centres de consultation de Statistique Canada dont les numéros de téléphone figurent au verso du couvert de cette publication ou en communiquant directement avec la Division du marketing, Statistique Canada, Immeuble R.H. Coats, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (613) 951-8200.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **G. Andrusiak**, directeur, division de l'industrie
- **R. Lussier**, directeur adjoint, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie
- **M. Marcogliese**, chef, section du commerce de gros, sous-division des commerces de distribution, division de l'industrie
- **C. Mamay**, économiste, 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**

	<b>PAGE</b>		<b>PAGE</b>
<b>Introduction</b>	iv	<b>Introduction</b>	iv
<b>Highlights</b>	v	<b>Faits saillants</b>	v
<b>Statistical Tables</b>		<b>Tableaux statistiques</b>	
1. Wholesale Merchants Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region	2	1. Ventes des marchands de gros, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région	2
2. Wholesale Merchants Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region	4	2. Ventes des marchands de gros, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région	4
3. Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Sales	6	3. Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des ventes	6
4. Wholesale Merchants Inventories, Seasonally Adjusted, by Trade Group	8	4. Stocks des marchands de gros, désaisonnalisés, selon le groupe de commerce	8
5. Wholesale Merchants Inventories, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group	8	5. Stocks des marchands de gros, non-désaisonnalisés, selon le groupe de commerce	8
6. Wholesale Merchants Inventories/Sales Ratio, Seasonally Adjusted, by Trade Group	10	6. Marchands de gros, rapport stocks/ventes, désaisonné, selon le groupe de commerce	10
7. Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Inventories	10	7. Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des stocks	10

**TABLE DES MATIÈRES**

## Introduction

This publication presents estimates of monthly sales of wholesale merchant establishments for Canada, each province and territory. In addition to total sales, sales and inventories, as well as inventories to sales ratios appear for major trade groups based on the 1980 Standard Industrial Classification.

Sales figures are on a net basis (gross sales less returns, adjustments and discounts) whether on cash or credit, and exclude any taxes collected. Also included are commissions earned by wholesalers also acting as agents, while the sales of goods owned by others are excluded.

Inventory figures are the value of the goods owned and held for resale. Included are any inventory in transit or on consignment. Excluded are goods owned and held in inventory abroad, and inventories held on consignment from others.

The estimates contained in this publication are derived from a redesigned monthly survey which incorporates a revised list of wholesale businesses. For a more detailed discussion of the new survey methodology see Appendix II in the January issue.

Establishments in wholesale trade are primarily engaged in selling merchandise to retailers, to industrial, commercial, institutional and professional users, to farmers for use in farm production, and for export; or acting as agents or brokers in buying or selling merchandise to such persons or organizations on a commission basis.

However, sales to end-users of certain commodities (usually capital or investment goods) such as computer equipment, feed, seed or other farm supplies, lumber and building materials, trucks and commercial vehicles, and all types of machinery and equipment, are always classified to wholesale trade. A complete review of definitions and concepts appears in Appendix I, in the January issue.

Users should note that each month, unless otherwise indicated, this publication will contain preliminary estimates for the current month and revised estimates for the preceding month for the unadjusted series. The estimates of the seasonally adjusted series are revised for the preceding three months.

## Introduction

La présente publication donne des estimations des ventes mensuelles des établissements de commerce de gros pour le Canada ainsi que pour chaque province et territoire. En plus des ventes totales, elle contient des données ventilées pour les ventes et les stocks, ainsi que les rapports entre les stocks et les ventes, selon les grands groupes de commerce établis par la Classification type des industries de 1980.

Les chiffres concernent les ventes nettes (ventes brutes diminuées des rendus, des rabais et des escomptes), à crédit ou au comptant, sans les taxes perçues. Sont incluses les commissions obtenues par les grossistes faisant aussi fonction d'agents, mais non les ventes de marchandises appartenant à d'autres entreprises.

Les données sur les stocks représentent la valeur des marchandises possédées et détenues pour la revente. Sont inclus tous les stocks en transit ou en consignat. Ne sont pas comptées les marchandises possédées et détenues à l'étranger, ainsi que les stocks détenus en consignat pour les autres.

Les estimations contenues dans la présente publication sont tirées d'une enquête mensuelle remaniée, qui se fonde sur une liste révisée des établissements de commerce de gros. L'appendice II dans le numéro de janvier, traite en détail de la méthodologie employée pour l'enquête.

Les établissements dont l'activité principale est le commerce de gros vendent des marchandises à des détaillants, à d'autres grossistes, à des industriels, à des commerçants, à des établissements publics, à des professionnels, à des agriculteurs s'il s'agit de marchandises destinées à la production agricole, et à d'autres pays; ou encore vendent des marchandises ou en achètent pour le compte d'autrui, à titre d'agents ou de courtiers, moyennant une commission.

Par ailleurs, on attribue toujours au commerce de gros les ventes de certains produits destinés à l'utilisateur final (habituellement les biens d'équipement ou d'investissement), par exemple le matériel informatique, aliments pour animaux, les semences et les autres fournitures agricoles, le bois et les matériaux de construction, les camions et les véhicules commerciaux, et tous les genres de machines et de matériel. L'appendice I dans le numéro de janvier contient l'ensemble des définitions et des concepts.

L'utilisateur devrait noter que la publication renfermera tous les mois, à moins d'indication contraire, les estimations provisoires pour le mois en cours et les estimations révisées du mois précédent pour les séries non désaisonnalisées. Les estimations des séries désaisonnalisées sont révisées pour les trois mois précédents.

## Highlights

### December 1996 and Year in review

In December, sales by wholesalers were \$21.7 billion, showing relatively no change from the previous month. Inventories grew slightly for a second month in a row, up 0.5% to \$31.9 billion. The inventory-to-sales ratio grew slightly for the second consecutive month to 1.47.

Wholesalers are a major player within the Canadian economy. With sales of \$254 billion in 1996, the wholesale industry now represents about 6.4% of Canada's gross domestic product, compared to 5.6% in 1990.

Sales by Canadian wholesalers soared after the 1990-91 recession. Following annual increases of almost 8% in 1992 and 1993, the annual growth rate peaked in 1994 rising 12.6%. While total annual sales rose in the following two years, the annual rate of growth slowed considerably, to 5.5% in 1995 and to 4.3% in 1996.

## Faits saillants

### Décembre 1996 et revue de l'année 1996

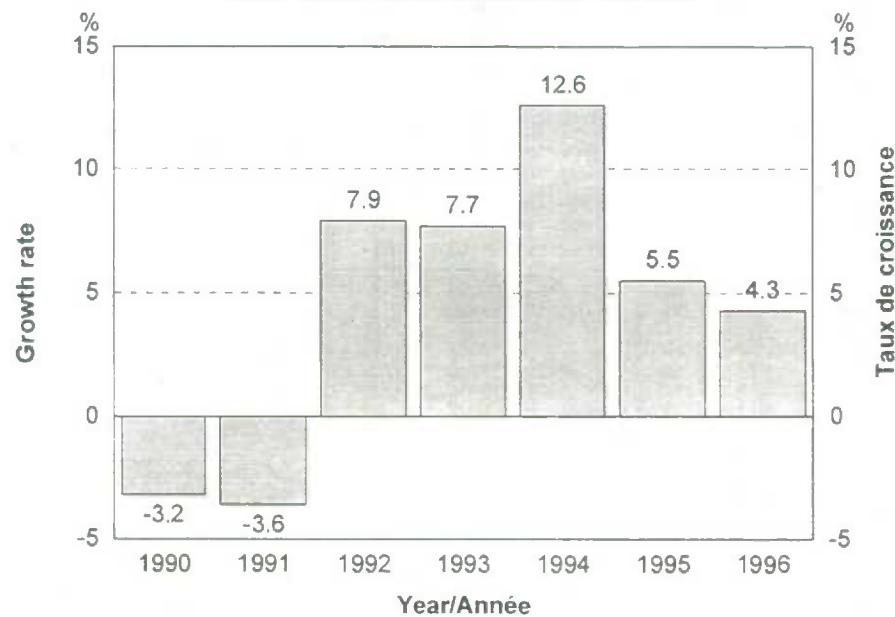
Au mois de décembre, les ventes des grossistes qui totalisent 21,7 milliards de dollars demeurent presqu'inchangées par rapport au mois précédent. Les inventaires ont augmenté légèrement pour un deuxième mois d'affilé, soit 0,5% pour s'établir à 31,9 milliards de dollars. Le ratio des inventaires aux ventes qui se situe à 1,47 s'est également accru pour un deuxième mois consécutif.

Les marchands de gros sont des joueurs importants dans l'économie canadienne. L'industrie du commerce de gros, avec des ventes annuelles équivalentes à 254 milliards de dollars en 1996, représente maintenant environ 6,4% du produit intérieur brut canadien, alors qu'elle en représentait 5,6% en 1990.

Depuis la dernière récession des années 1990-91, les ventes des grossistes canadiens ont fortement augmenté. Suite à des hausses annuelles de près de 8% en 1992 et 1993, le taux de croissance annuel a atteint un sommet en 1994 soit 12,6%. Bien que les ventes annuelles aient continué d'augmenter au cours des deux années qui ont suivi, le taux de croissance annuel a diminué considérablement en 1995 et 1996, soit 5,5% et 4,3% respectivement.

### Strong growth rate followed the 1990-91 recession

#### Suite à la récession de 1990-91, les grossistes ont enregistré des taux de croissance élevés



## Sales by Canadian wholesalers continued to climb in 1996

For the year 1996, the wholesale sector, which is composed of eleven broadly defined trade groups, posted increases in ten of the 11 groupings. The most prominent growth, in dollar terms, occurred within the computer and packaged software industry (+17.3%) followed by beverage, drug and tobacco (+12.0%), food (+3.8%) and farm machinery (+26.7%). The only group in 1996 to experience a decline was the "other products" category (-3.2%), which is a combination of various industries such as other paper and paper products, seeds and seed processing, industrial and household chemicals, etc. some of which suffered from lower prices in 1996.

Since the beginning of 1995, sales of computer and packaged software have been very volatile but have generally kept an upward movement. The annual 1996 sales for this group climbed to \$24.7 billion. Products within this trade group are greatly influenced by innovation and improvement such as pentium computers, electronic alarm systems, telecommunications equipment (cellular phones) and new packaged software.

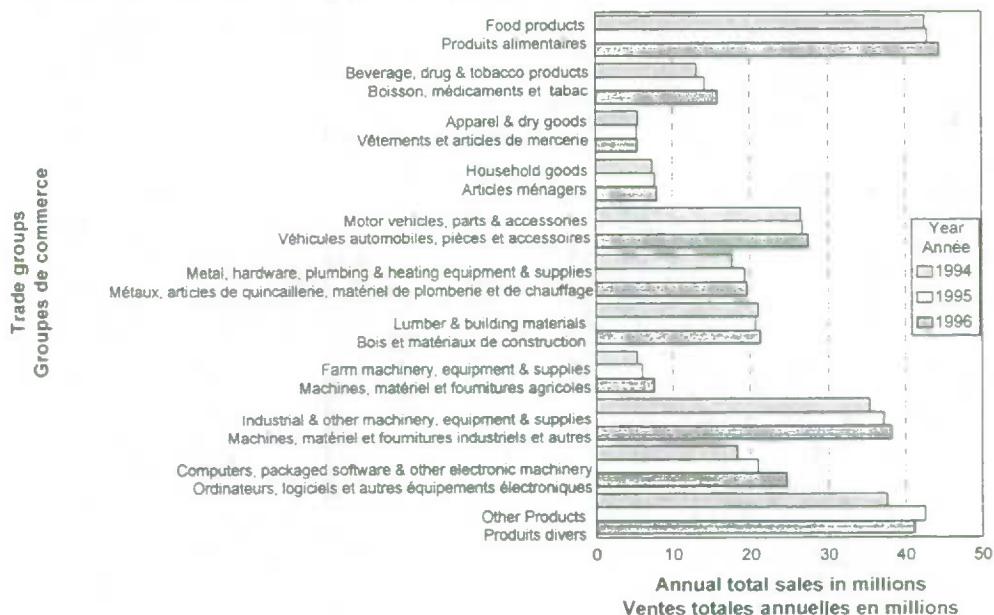
## Les ventes des grossistes canadiens continuent de croître en 1996

Au cours de 1996, le secteur du commerce de gros, composé de onze groupes de commerce définis de manière très large, enregistre des hausses pour 10 des onze groupes. Les hausses les plus importantes, en terme de dollars, furent enregistrées pour le groupe des ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques (+17,3%) suivi des groupes boissons, médicaments et tabac (+12,0%), produits alimentaires (+3,8%) et machines, matériel et fournitures agricoles (+26,7%). Le seul groupe qui enregistre une baisse des ventes en 1996 est celui des "produits divers" (-3,2%). Ce groupe est composé de plusieurs industries telles autre papier et produits du papier, semences et traitement des semences, produits chimiques d'usage ménager et industriel, etc. dont certains furent affectés par des baisses de prix.

Depuis le début de 1995, les ventes d'ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques furent très volatiles mais généralement à la hausse. Les ventes annuelles de 1996 pour ce groupe ont atteint 24,7 milliards de dollars. Les biens que l'on retrouve dans ce groupe sont fortement influencés par l'innovation et l'amélioration tels les ordinateurs avec un pentium, les systèmes d'alarme électroniques, l'équipement de télécommunication (téléphones cellulaires) ainsi que les nouveaux logiciels de série.

### Wholesalers in 10 of the eleven trade groups posted increased sales in 1996

### En 1996, les grossistes enregistrent des hausses de leurs ventes annuelles pour 10 des onze groupes de commerce



## Sales growth by Canadian wholesalers parallels export growth

The growth of sales in the wholesale sector since 1992 is closely linked to the growth in exports. Sales by Canadian wholesalers surged 33% since the end of the 1990-1991 recession while exports swelled 72% over the same period. Reasons accounting for the difference in the rate of growth relate to wholesale sales being affected by the weakness of the domestic market in recent years even though there have been recent signals pointing to a possible turnaround. Also, the low value of the Canadian dollar and the opening of markets due to trade agreements between Canada and other countries have stimulated exports from industries other than wholesalers (e.g. manufacturers, services).

## Provincial wholesale patterns vary

Since 1992, provincial sales patterns have varied across the country. Wholesalers in the western provinces tended to emerge from the recession first and at annual growth rates stronger than the national average until 1994. In 1995, both Alberta and British Columbia experienced a considerable slowdown in sales (actually a decline in B.C.) yet in 1996 sales picked up. Saskatchewan and Manitoba reported 1995 sales stronger than the national average, 13.2% and 7.0% respectively, largely influenced by sales of farm machinery and equipment. Manitoba wholesalers built upon this momentum in 1996, as sales soared 13.9% whereas sales for Saskatchewan wholesalers only increased about 1%, reflecting less demand for potash. (Note: these annual figures do not include sales by wholesalers of grain and petroleum).

Wholesalers in Quebec and Ontario had annual sales that paralleled that of the national average. Ontario wholesalers, however, consistently exhibited stronger annual growth rates than their counterparts in Quebec.

Wholesalers in the Atlantic provinces seemed to feel the effects of the recession longer than the rest of the country. Sales did not pick up until 1993 or 1994. Wholesalers in Nova Scotia experienced strong sales growth from 1993 into 1996. Newfoundland wholesalers only registered unspectacular but steady sales since the recession was perhaps influenced somewhat by the Hibernia project.

## Les ventes des grossistes canadiens et les exportations croissent en parallèle

La croissance des ventes du secteur du commerce de gros est liée de près à celle des exportations. Les ventes des grossistes canadiens ont augmenté de 33% depuis la fin de la récession 1990-91 alors que les exportations ont bondi de 72% pour la même période. Parmi les raisons pouvant expliquer cette différence des taux de croissance, on note le fait que les ventes des grossistes ont pu être affecté par la faiblesse du marché intérieur au cours des dernières années bien qu'au cours des derniers mois il y ait eu des signaux suggérant un revirement possible des dépenses des consommateurs. Également, la faible valeur du dollar canadien ainsi que l'ouverture des marchés due aux ententes commerciales entre le Canada et d'autres pays ont favorisé les exportations de secteurs autres que le commerce de gros (ex. Manufacturier, Services).

## Les structures de ventes des provinces varient

Depuis 1992, les structures de ventes des provinces sont très différentes. Les grossistes des provinces de l'ouest furent les premiers à sortir de la récession en affichant des taux de croissance beaucoup plus forts que la moyenne nationale jusqu'en 1994. En 1995, les ventes de l'Alberta et de la Colombie-Britannique ont considérablement ralenties (on note même une baisse pour la Colombie-Britannique) alors qu'en 1996 elles reprennent de la vigueur. En 1995, la Saskatchewan et le Manitoba enregistrent des ventes plus élevées que la moyenne nationale, soit 13,2% et 7,0% respectivement, qui sont largement influencées par les ventes de machines, matériel et fournitures agricoles. Les grossistes du Manitoba ont poursuivi ce dynamisme en 1996, alors que leurs ventes augmentaient de 13,9% tandis qu'en Saskatchewan les ventes n'ont crû que de 1% reflétant une diminution de la demande de la potasse (Veuillez noter que ces chiffres annuels n'incluent pas les ventes des grossistes de grains et de pétrole).

Les grossistes du Québec et de l'Ontario ont enregistré des ventes semblables à la moyenne nationale. Les grossistes de l'Ontario, par contre, ont démontré régulièrement des taux annuels plus forts que ceux de leurs homologues du Québec.

Les grossistes des provinces de l'Atlantique ont subi les effets de la récession plus longtemps qu'ailleurs au pays. Les ventes n'ont pas augmenté avant 1993 et 1994. Les grossistes de la Nouvelle-Écosse ont enregistré de fortes hausses de leurs ventes entre 1993 et 1996. À Terre-Neuve depuis la récession par contre, les grossistes enregistrent des ventes régulières mais peu remarquables, peut-être quelque peu influencées par le projet Hibernia.

**Sales by province / Ventes par province**

	1992	1993	1994	1995	1996
	\$ millions in current dollars / millions\$ en dollars courants				
<b>Canada</b>	<b>190,148</b>	<b>204,882</b>	<b>230,603</b>	<b>243,348</b>	<b>253,568</b>
Newfoundland / Terre-Neuve	1,992	2,090	2,186	2,233	2,239
Prince Edward Island / Île-du-Prince-Édouard	523	472	553	528	566
Nova Scotia / Nouvelle-Écosse	4,204	4,492	4,975	5,372	5,808
New Brunswick / Nouveau-Brunswick	2,897	2,840	3,164	3,462	3,578
Quebec / Québec	47,056	48,786	52,517	54,529	55,547
Ontario	78,990	84,939	97,273	105,909	110,630
Manitoba	6,557	7,017	7,625	8,156	9,284
Saskatchewan	5,674	6,316	7,171	8,121	8,192
Alberta	17,212	19,129	22,211	22,729	24,338
British Columbia / Columbie-Britannique	24,792	28,540	32,671	32,015	33,090
Yukon	128	115	111	126	133
Northwest Territories / Territoires du Nord-Ouest	122	144	148	167	164
	1991 to/à 1992	1992 to/à 1993	1993 to/à 1994	1994 to/à 1995	1995 to/à 1996
	% change / variation en %				
<b>Canada</b>	<b>7.9</b>	<b>7.7</b>	<b>12.6</b>	<b>5.5</b>	<b>4.3</b>
Newfoundland / Terre-Neuve	2.1	4.9	4.6	2.1	0.3
Prince Edward Island / Île-du-Prince-Édouard	21.9	-9.6	17.0	-4.4	7.0
Nova Scotia / Nouvelle-Écosse	-0.2	6.8	10.8	7.9	8.1
New Brunswick / Nouveau-Brunswick	0.3	-2.0	11.4	9.4	3.3
Quebec / Québec	7.8	3.7	7.6	3.8	2.1
Ontario	8.4	7.5	14.5	8.9	4.5
Manitoba	12.7	7.0	8.7	7.0	13.9
Saskatchewan	-1.1	11.3	13.5	13.2	0.9
Alberta	4.5	11.1	16.1	2.3	7.1
British Columbia / Columbie-Britannique	12.6	15.1	14.5	-2.0	3.4
Yukon	8.1	-10.5	-3.7	14.8	6.0
Northwest Territories / Territoires du Nord-Ouest	33.3	18.6	2.7	12.1	-1.9

**Statistical Tables**

**Tableaux statistiques**

Table 1.

## Wholesale Merchant Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region

No.	Trade Group	Sales Ventes				Year-to- date 1996 Cumulatif	Change from previous month Variation du mois précédent	
		December 1996 Décembre	November 1996 Novembre	October 1996 Octobre	September 1996 Septembre		December 1996 Décembre	November 1996 Novembre
		millions of dollars - millions de dollars						
<b>Trade Group - Canada</b>								
1	Food products	3714	3741	3804	3749	44397	-0.7	-1.7
2	Beverage, drug and tobacco products	1311	1288	1331	1320	15895	1.8	-3.2
3	Apparel and dry goods	456	463	458	453	5433	-1.4	0.9
4	Household goods	711	669	693	680	7989	6.2	-3.3
5	Motor vehicles, parts and accessories	2345	2373	2438	2364	27423	-1.2	-2.7
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	1677	1660	1709	1659	19659	1.0	-2.9
7	Lumber and building materials	1909	1933	1900	1862	21361	-1.2	1.7
8	Farm machinery, equipment and supplies	700	711	674	673	7616	-1.6	5.5
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	3236	3249	3208	3241	38158	-0.4	1.3
10	Computers and packaged software and other electronic machinery	2190	2117	2298	2169	24671	3.4	-7.9
11	Other products	3470	3526	3440	3468	41114	-1.6	2.5
12	Total, all trades	21718	21729	21952	21637	253716	—	-1.0
<b>Regions</b>								
13	Newfoundland	185	184	184	185	2243	0.4	0.2
14	Prince Edward Island	45	47	49	45	566	-4.4	-3.0
15	Nova Scotia	490	491	494	475	5806	-0.1	-0.6
16	New Brunswick	287	289	304	306	3577	-1.0	-4.7
17	Quebec	4673	4676	4752	4660	55663	-0.1	-1.6
18	Ontario	9518	9511	9518	9506	110641	0.1	-0.1
19	Manitoba	831	803	827	795	9285	3.5	-2.9
20	Saskatchewan	758	768	746	722	8205	-1.2	3.0
21	Alberta	2166	2114	2144	2117	24339	2.5	-1.4
22	British Columbia	2742	2822	2913	2801	33094	-2.9	-3.1
23	Yukon	10	11	11	11	133	-6.6	-5.4
24	Northwest Territories	13	13	12	13	164	1.9	1.4

Tableau 1.

## Ventes des marchands de gros, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région

Change from previous month		Change from previous year						Groupe de commerce	N°	
Variation du mois précédent		Variation de l'année précédente								
October 1996 Octobre	September 1996 Septembre	December 1996 Décembre	November 1996 Novembre	October 1996 Octobre	September 1996 Septembre	Year-to-date 1996 Cumulatif				
per cent - pourcentage										
								Groupe de commerce - Canada		
1.5	-0.2	5.0	6.0	9.6	6.7	3.7	Produits alimentaires	1		
0.8	1.8	5.2	3.8	9.6	10.9	12.0	Boissons, médicaments et tabac	2		
1.3	-1.9	6.5	5.0	6.5	-0.3	1.9	Vêtements et articles de mercerie	3		
1.9	1.8	14.0	9.4	14.6	3.8	4.4	Articles ménagers	4		
3.1	5.2	8.2	10.1	17.6	7.9	3.0	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5		
3.0	-1.3	7.1	3.0	7.3	2.9	1.7	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6		
2.0	1.3	18.9	19.0	15.0	9.9	3.4	Bois et matériaux de construction	7		
0.2	2.4	30.0	56.1	27.3	31.9	26.6	Machines, matériel et fournitures agricoles	8		
-1.0	1.3	3.7	6.0	4.4	5.9	2.5	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9		
6.0	2.3	19.5	14.4	28.6	17.9	17.4	Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	10		
-0.8	-1.5	4.4	0.9	-3.7	-6.6	-3.2	Produits divers	11		
1.5	0.9	8.7	8.2	9.8	5.9	4.3	Total, ensemble des commerces	12		
Régions										
-1.1	1.3	-0.2	0.5	-1.9	-1.9	0.4	Terre-Neuve	13		
8.9	-7.0	-1.7	-3.4	5.3	-2.4	7.1	Île-du-Prince-Édouard	14		
3.9	-0.2	3.9	3.7	8.8	6.1	8.1	Nouvelle-Écosse	15		
-0.8	2.8	-0.7	1.8	6.0	8.1	3.3	Nouveau-Brunswick	16		
2.0	-0.1	3.0	5.1	9.0	4.0	2.1	Québec	17		
0.1	1.8	9.5	8.1	8.5	5.0	4.5	Ontario	18		
4.0	1.9	20.8	16.4	19.0	19.3	13.8	Manitoba	19		
3.3	1.2	21.2	20.4	12.1	11.5	1.0	Saskatchewan	20		
1.2	1.5	18.3	13.8	8.2	9.9	7.1	Alberta	21		
4.0	-1.2	5.4	7.2	15.3	4.9	3.4	Colombie-Britannique	22		
-2.3	1.1	10.8	9.3	3.1	-0.4	6.1	Yukon	23		
-2.9	-4.6	-9.0	-15.1	-2.4	-11.5	-1.9	Territoires du Nord-Ouest	24		

Table 2.

## Wholesale Merchants Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region

No.	Trade Group	Sales					
		Ventes					
		December 1996 Décembre	November 1996 Novembre	October 1996 Octobre	September 1996 Septembre	Year-to-date 1996 Cumulatif	
millions of dollars - millions de dollars							
<b>Trade Group - Canada</b>							
1 Food products		3780	3744	3864	3701	44516	
2 Beverage, drug and tobacco products		1281	1356	1488	1357	15913	
3 Apparel and dry goods		271	427	523	537	5431	
4 Household goods		694	828	880	805	8035	
5 Motor vehicles, parts and accessories		1945	2462	2701	2449	27499	
6 Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies		1397	1696	1905	1753	19689	
7 Lumber and building materials		1451	1866	2107	2035	21535	
8 Farm machinery, equipment and supplies		673	577	774	678	7622	
9 Industrial and other machinery, equipment and supplies		3262	3340	3371	3260	38263	
10 Computers, packaged software and other electronic machinery		2618	2127	2096	2303	24675	
11 Other products		3186	3616	3775	3504	41248	
12 Total, all trades		20558	22039	23483	22383	254427	
<b>Regions</b>							
13 Newfoundland		182	189	209	200	2248	
14 Prince Edward Island		45	46	48	46	564	
15 Nova Scotia		477	472	500	477	5802	
16 New Brunswick		274	291	327	320	3587	
17 Quebec		4337	4763	5168	4878	55759	
18 Ontario		9149	9867	10210	9863	110963	
19 Manitoba		722	761	868	800	9297	
20 Saskatchewan		722	710	787	702	8290	
21 Alberta		2068	2147	2317	2206	24442	
22 British Columbia		2560	2772	3026	2863	33180	
23 Yukon		10	10	12	13	133	
24 Northwest Territories		11	11	12	14	163	

Tableau 2.

## Ventes des marchands de gros, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région

Change from previous year					Groupe de commerce	N°		
Variation de l'année précédente								
December 1996 Décembre	November 1996 Novembre	October 1996 Octobre	September 1996 Septembre	Year-to-date 1996 Cumulatif				
per cent - pourcentage								
					Groupe de commerce - Canada			
3.3	3.4	11.9	4.4	4.2	Produits alimentaires	1		
6.5	-2.1	13.2	11.1	12.4	Boissons, médicaments et tabac	2		
10.5	4.5	11.4	-2.3	1.2	Vêtements et articles de mercerie	3		
17.7	3.9	16.4	2.9	5.8	Articles ménagers	4		
8.9	6.9	22.5	6.5	3.6	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5		
8.8	-2.0	10.7	4.4	1.8	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6		
18.9	13.3	16.4	8.1	4.9	Bois et matériaux de construction	7		
34.8	46.4	29.6	37.1	26.5	Machines, matériel et fournitures agricoles	8		
5.2	3.8	6.6	4.6	2.9	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9		
15.4	15.2	32.0	14.9	17.3	Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	10		
4.9	-1.3	-1.4	-6.0	-2.8	Produits divers	11		
8.8	4.9	12.3	5.1	4.7	Total, ensemble des commerces	12		
Régions								
0.2	-2.1	-0.3	-3.7	0.5	Terre-Neuve	13		
-0.8	-5.4	7.4	0.8	6.3	Île-du-Prince-Édouard	14		
3.3	3.4	10.7	2.7	8.1	Nouvelle-Écosse	15		
-1.6	-0.7	8.2	6.6	3.8	Nouveau-Brunswick	16		
3.5	1.6	11.6	0.7	2.4	Québec	17		
10.0	4.3	11.3	5.7	5.0	Ontario	18		
21.1	12.3	22.9	19.3	14.6	Manitoba	19		
20.6	19.8	12.0	8.3	2.1	Saskatchewan	20		
18.1	10.8	10.3	9.5	7.7	Alberta	21		
4.3	4.8	18.2	4.2	3.8	Colombie-Britannique	22		
7.9	11.7	1.9	-0.4	5.0	Yukon	23		
-7.3	-13.7	-7.3	-10.4	-1.8	Territoires du Nord-Ouest	24		

Table 3.

## Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Sales

No.	Trade Group	Response Fraction				
		Fraction de réponse				
		December 1996 Décembre	November 1996 Novembre	October 1996 Octobre	September 1996 Septembre	
per cent - pourcentage						
<b>Trade Group - Canada</b>						
1 Food products		92.3	94.3	94.3	91.3	
2 Beverage, drug and tobacco products		86.5	87.1	92.1	91.8	
3 Apparel and dry goods		88.5	90.3	90.4	90.5	
4 Household goods		90.5	91.7	94.0	94.7	
5 Motor vehicles, parts and accessories		90.9	92.9	93.6	93.1	
6 Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies		93.5	91.1	85.7	85.9	
7 Lumber and building materials		86.2	89.1	89.5	89.7	
8 Farm machinery, equipment and supplies		92.5	92.1	92.5	93.4	
9 Industrial and other machinery, equipment and supplies		81.7	86.5	86.9	86.1	
10 Computers, packaged software and other electronic machinery		85.9	87.2	86.7	88.0	
11 Other products		84.3	88.2	87.7	88.6	
12 Total, all trades		87.6	89.9	90.0	89.6	
<b>Regions</b>						
13 Newfoundland		92.1	91.9	91.6	90.7	
14 Prince Edward Island		86.3	87.3	88.6	86.4	
15 Nova Scotia		86.9	89.5	88.2	84.2	
16 New Brunswick		88.9	88.4	84.0	82.4	
17 Quebec		91.5	93.0	93.3	92.8	
18 Ontario		86.1	88.3	88.5	88.3	
19 Manitoba		90.6	92.5	92.7	92.9	
20 Saskatchewan		81.3	90.4	89.4	87.4	
21 Alberta		86.6	89.1	90.2	90.7	
22 British Columbia		87.9	90.3	89.4	89.2	
23 Yukon		81.8	88.2	88.8	84.7	
24 Northwest Territories		89.1	91.9	90.9	92.5	

Tableau 3.

## Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des ventes

December 1996 Décembre	Coefficient of variation			Groupe de commerce	N°		
	Coefficient de variation						
	November 1996 Novembre	October 1996 Octobre	September 1996 Septembre				
per cent - pourcentage							
				<b>Groupe de commerce - Canada</b>			
2.5	2.6	2.2	2.0	Produits alimentaires	1		
2.7	3.0	3.4	3.1	Boissons, médicaments et tabac	2		
8.3	7.3	7.7	8.3	Vêtements et articles de mercerie	3		
5.9	5.6	5.7	5.8	Articles ménagers	4		
2.8	2.4	2.4	2.6	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5		
8.0	5.1	5.6	5.1	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6		
4.4	4.4	4.4	5.3	Bois et matériaux de construction	7		
5.9	7.9	5.7	6.2	Machines, matériel et fournitures agricoles	8		
3.9	4.0	3.4	3.4	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9		
6.5	5.6	5.4	5.1	Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	10		
3.4	3.4	3.7	3.6	Produits divers	11		
1.5	1.3	1.2	1.3	Total, ensemble des commerces	12		
<b>Régions</b>							
3.9	3.8	3.9	4.1	Terre-Neuve	13		
1.9	2.8	2.4	3.4	Île-du-Prince-Édouard	14		
5.2	4.0	3.4	3.2	Nouvelle-Écosse	15		
11.6	10.7	3.6	3.4	Nouveau-Brunswick	16		
2.8	2.2	2.4	2.2	Québec	17		
2.6	2.3	2.3	2.3	Ontario	18		
2.9	2.5	4.1	4.0	Manitoba	19		
4.7	5.0	4.2	3.9	Saskatchewan	20		
3.5	2.9	3.0	3.4	Alberta	21		
3.7	3.9	3.2	3.0	Colombie-Britannique	22		
2.0	1.2	1.2	1.4	Yukon	23		
0.2	1.6	0.3	0.5	Territoires du Nord-Ouest	24		

**Table 4.****Wholesale Merchants Inventories, Seasonally Adjusted, by Trade Group**

No.	Trade Group	Inventories Stocks				Change from previous month Variation du mois précédent	
		December 1996 Décembre	November 1996 Novembre	October 1996 Octobre	September 1996 Septembre	December 1996 Décembre	November 1996 Novembre
		millions of dollars - millions de dollars					
<b>Trade Group - Canada</b>							
1	Food products	2410	2414	2408	2429	-0.2	0.3
2	Beverage, drug and tobacco products	1647	1625	1624	1599	1.4	-
3	Apparel and dry goods	1041	1038	1031	1022	0.3	0.7
4	Household goods	1362	1387	1415	1471	-1.9	-2.0
5	Motor vehicles, parts and accessories	3814	3814	3867	3911	--	-1.4
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	2846	2665	2721	2688	6.8	-2.1
7	Lumber and building materials	3087	3124	3016	3041	-1.2	3.6
8	Farm machinery, equipment and supplies	1731	1712	1623	1600	1.1	5.5
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	7137	7185	7082	7094	-0.7	1.4
10	Computers, packaged software and other electronic machinery	2079	2014	1966	1946	3.2	2.4
11	Other products	4744	4772	4782	4773	-0.6	-0.2
12	<b>Total, all trades</b>	<b>31897</b>	<b>31750</b>	<b>31536</b>	<b>31573</b>	<b>0.5</b>	<b>0.7</b>

**Table 5.****Wholesale Merchants Inventories, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group**

No.	Trade Group	Inventories Stocks			
		December 1996 Décembre	November 1996 Novembre	October 1996 Octobre	September 1996 Septembre
		millions of dollars - millions de dollars			
<b>Trade Group - Canada</b>					
1	Food products	2477	2476	2458	2459
2	Beverage, drug and tobacco products	1641	1640	1664	1653
3	Apparel and dry goods	991	940	967	1015
4	Household goods	1307	1389	1504	1535
5	Motor vehicles, parts and accessories	3627	3565	3758	3879
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	2753	2563	2639	2677
7	Lumber and building materials	2878	2893	2817	2885
8	Farm machinery, equipment and supplies	1695	1659	1572	1537
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	6984	7144	7105	7144
10	Computers, packaged software and other electronic machinery	2041	1980	1918	1848
11	Other products	4665	4713	4810	4713
12	<b>Total, all trades</b>	<b>31058</b>	<b>30961</b>	<b>31212</b>	<b>31344</b>

Tableau 4.

## Stocks des marchands de gros, désaisonnalisés, selon le groupe de commerce

Change from previous month Variation du mois précédent		Change from previous year Variation de l'année précédente				Groupe de commerce	N°
October 1996 Octobre	September 1996 Septembre	December 1996 Décembre	November 1996 Novembre	October 1996 Octobre	September 1996 Septembre		
per cent - pourcentage							
						Groupe de commerce - Canada	
-0.8	1.6	1.0	2.7	4.6	6.9	Produits alimentaires	1
1.6	-0.9	9.7	10.1	12.8	12.5	Boissons, médicaments et tabac	2
0.8	-2.0	0.3	-0.6	-4.0	--	Vêtements et articles de mercerie	3
-3.8	0.7	-9.2	-8.4	-8.0	-5.2	Articles ménagers	4
-1.1	0.6	-9.9	-10.3	-7.9	-6.3	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
1.2	1.1	0.5	-7.5	-5.9	-7.9	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
-0.8	-1.2	-1.0	-1.8	-6.3	-4.9	Bois et matériaux de construction	7
1.4	1.3	8.1	7.1	4.8	5.1	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
-0.2	1.1	1.4	2.4	2.4	3.4	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
1.0	2.5	14.3	7.8	7.6	5.5	Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	10
0.2	-1.1	-0.4	1.7	1.7	2.3	Produits divers	11
-0.1	0.4	0.2	-0.4	-0.4	0.4	Total, ensemble des commerces	12

Tableau 5.

## Stocks des marchands de gros, non-désaisonnalisés, selon le groupe de commerce

Change from previous year Variation de l'année précédente				Groupe de commerce	N°
December 1996 Décembre	November 1996 Novembre	October 1996 Octobre	September 1996 Septembre		
per cent - pourcentage					
				Groupe de commerce - Canada	
1.7	3.0	4.6	7.4	Produits alimentaires	1
9.2	9.4	12.1	11.4	Boissons, médicaments et tabac	2
0.1	-0.8	-4.4	-1.4	Vêtements et articles de mercerie	3
-9.3	-8.4	-7.5	-4.5	Articles ménagers	4
-11.3	-10.4	-7.2	-5.2	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
0.6	-8.0	-6.3	-8.1	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
-0.9	-1.8	-7.0	-5.6	Bois et matériaux de construction	7
10.3	8.4	4.3	4.3	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
1.7	3.0	2.4	3.9	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
15.1	7.7	6.3	3.6	Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	10
-0.3	1.9	2.3	2.8	Produits divers	11
0.3	-0.1	-0.3	0.5	Total, ensemble des commerces	12

**Table 6.****Wholesale Merchants, Inventories/Sales Ratio Seasonally Adjusted, by Trade Group**

No.	Trade Group	Inventories/sales ratio Rapport stocks/ventes			
		December 1996 Décembre	November 1996 Novembre	October 1996 Octobre	September 1996 Septembre
<b>Trade Group - Canada</b>					
1	Food products	0.65	0.65	0.63	0.65
2	Beverage, drug and tobacco products	1.26	1.26	1.22	1.21
3	Apparel and dry goods	2.28	2.24	2.25	2.26
4	Household goods	1.92	2.07	2.04	2.16
5	Motor Vehicles, parts and accessories	1.63	1.61	1.59	1.65
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	1.70	1.61	1.59	1.62
7	Lumber and building materials	1.62	1.62	1.59	1.63
8	Farm machinery, equipment and supplies	2.47	2.41	2.41	2.38
9	Non-farm machinery, equipment and supplies	2.21	2.21	2.21	2.19
10	Computers, packaged software and other electronic machinery	0.95	0.95	0.86	0.90
11	Other products	1.37	1.35	1.39	1.38
12	<b>Total, all trades</b>	<b>1.47</b>	<b>1.46</b>	<b>1.44</b>	<b>1.46</b>

**Table 7.****Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Inventories**

No.	Trade Group	Response fraction Fraction de réponse				
		December 1996 Décembre	November 1996 Novembre	October 1996 Octobre	September 1996 Septembre	
per cent - pourcentage						
<b>Trade Group - Canada</b>						
1	Food products	80.7	84.7	84.0	80.7	
2	Beverage, drug and tobacco products	81.3	87.5	87.9	87.6	
3	Apparel and dry goods	65.1	66.7	67.5	65.4	
4	Household goods	79.9	83.1	83.4	83.4	
5	Motor Vehicles, parts and accessories	82.3	84.5	85.1	83.5	
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	79.5	82.3	78.6	79.7	
7	Lumber and building materials	68.7	71.3	73.5	74.5	
8	Farm machinery, equipment and supplies	78.1	76.3	76.1	76.5	
9	Non-machinery, equipment and supplies	71.6	75.2	76.2	76.6	
10	Computers, packaged software and other electronic machinery	75.6	73.8	73.1	80.3	
11	Other products	66.8	67.3	68.0	67.5	
12	<b>Total, all trades</b>	<b>74.6</b>	<b>76.8</b>	<b>77.1</b>	<b>77.2</b>	

Tableau 6.

## Marchands de gros, rapport stocks/ventes désaisonnalisés, selon le groupe de commerce

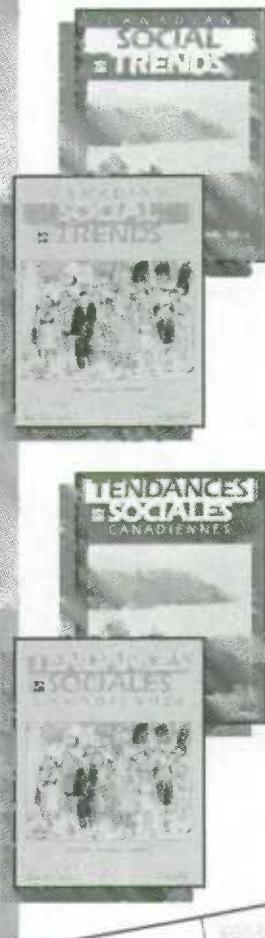
December 1995 Décembre	Inventories/sales ratio Rapport stocks/ventes			Groupe de commerce	No
	November 1995 Novembre	October 1995 Octobre	September 1995 Septembre		
<b>Groupe de commerce - Canada</b>					
0.67	0.67	0.66	0.65	Produits alimentaires	1
1.21	1.19	1.19	1.19	Boissons, médicaments et tabac	2
2.42	2.37	2.49	2.25	Vêtements et articles de mercerie	3
2.41	2.48	2.55	2.37	Articles ménagers	4
1.95	1.97	2.03	1.91	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
1.81	1.79	1.82	1.81	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
1.94	1.96	1.95	1.89	Bois et matériaux de construction	7
2.98	3.51	2.93	2.99	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
2.25	2.29	2.25	2.24	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
0.99	1.01	1.02	1.00	Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	10
1.43	1.34	1.32	1.26	Produits divers	11
1.59	1.59	1.58	1.54	<b>Total, ensemble des commerces</b>	12

Tableau 7.

## Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des stocks

December 1996 Décembre	Coefficient of variation Coefficient de variation			Groupe de commerce	No		
	November 1996 Novembre	October 1996 Octobre	September 1996 Septembre				
per cent - pourcentage							
<b>Groupe de commerce - Canada</b>							
4.0	4.2	4.3	4.1	Produits alimentaires	1		
5.8	4.9	5.0	5.3	Boissons, médicaments et tabac	2		
13.0	10.7	9.9	6.4	Vêtements et articles de mercerie	3		
7.7	6.8	6.7	6.7	Articles ménagers	4		
4.2	4.2	3.9	4.4	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5		
7.0	7.0	5.8	6.0	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6		
6.3	6.0	6.1	6.3	Bois et matériaux de construction	7		
6.4	6.2	6.0	6.3	Machines, matériel et fournitures agricoles	8		
4.0	4.1	4.0	3.8	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9		
7.8	7.2	7.0	7.3	Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	10		
5.8	5.7	5.9	6.0	Produits divers	11		
1.8	1.8	1.7	1.8	<b>Total, ensemble des commerces</b>	12		

# Don't let the changing world take you by surprise!



An aging population. Lone-parent families. A diverse labour force. Do you know how today's social changes will affect your future ... your organization ... and your family?

Keep pace with the dramatic shifts in Canada's evolving social fabric with Statistic Canada's best-selling quarterly, *Canadian Social Trends*. With vast and varied reports on major changes in key social issues and trends, this periodical incorporates findings from over 50 national surveys.

Written by some of Canada's leading-edge social analysts, *Canadian Social Trends* combines painstaking research with dynamic prose on topics like ethnic diversity, low-income families, time-crunch stress, violent crime and much more — all in a colourful, easy-to-read, magazine format.

## A lasting record of changing times!

Join the thousands of business and policy analysts, social-science professionals, and academics who trust *Canadian Social Trends* to demystify the causes and consequences of change in Canadian society. Don't miss a single issue — subscribe today.

*Canadian Social Trends* (catalogue number 11-0080XPE) is \$34 (plus GST and applicable PST) annually in Canada, US\$41 in the United States and US\$48 in other countries.



To order, write to Statistics Canada, Operations and Integration Division, Circulation Management, 120 Parkdale Ave., 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. Via Internet: [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)

# Ne soyez pas dépassé par les événements!

**Le vieillissement de la population. Les familles monoparentales. La diversification de la population active. Savez-vous comment les changements sociaux d'aujourd'hui vont se répercuter sur votre avenir, votre organisation, votre famille?**

Suivez l'évolution spectaculaire de la société canadienne grâce à *Tendances sociales canadiennes*, une publication trimestrielle de Statistique Canada. Avec des articles vastes et variés sur les principaux changements caractérisant les questions et les tendances sociales principales, cette publication intègre les résultats de plus de 50 enquêtes nationales.

Certains des analystes sociaux les plus reconnus du Canada rédigent des articles dans *Tendances sociales canadiennes*. Ils présentent les résultats de recherches minutieuses dans un style attrayant pour des sujets tels que la diversité ethnique, les familles à faible revenu, le stress dû au manque de temps, le crime et bien d'autres encore dans une revue haute en couleur et de lecture aisée.

## Un dossier permanent d'une époque en évolution!

Des milliers d'analystes des entreprises et des politiques, de professionnels des sciences sociales et d'universitaires lisent *Tendances sociales canadiennes* pour identifier les causes et les conséquences de l'évolution de la société canadienne. Ne manquez pas un numéro, abonnez-vous dès aujourd'hui.

L'abonnement annuel à *Tendances sociales canadiennes* (n° 11-0080XPF au catalogue) coûte 34 \$ (plus la TPS et la TVP en vigueur) au Canada, 41 \$ US aux États-Unis et 48 \$ US dans les autres pays.

Pour passer votre commande, écrivez à Statistique Canada, Division des Opérations et de l'intégration, Direction de la circulation, 120, av. Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6, ou adressez-vous au centre de services-conseils de Statistique Canada le plus proche de chez vous et dont la liste figure dans cette publication.

Vous pouvez aussi envoyer votre commande par télécopieur, au 1-613-951-1584, ou téléphoner sans frais au 1-800-267-6677 et donner votre numéro de carte VISA ou MasterCard. Via l'Internet: [order@statcan.ca](mailto:order@statcan.ca)



