



Retail Trade



December 1999

Commerce de détail

Décembre 1999

Data in many forms

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

How to obtain more information

Inquiries about this product and related statistics or services should be directed to: Marketing and Client Services Section, Distributive Trades Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone: (613) 951-3549) or toll free at 1 877 421-3067 or to the Statistics Canada Regional Reference Centre in:

Halifax	(902) 426-5331	Regina	(306) 780-5405
Montréal	(514) 283-5725	Edmonton	(780) 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 dialing 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
Fax order line (Canada and United States)	1 877 287-4369

Ordering/Subscription information

All prices exclude sales tax

Catalogue no.63-005-XPB, is published monthly as a standard paper product. The prices for delivery in Canada are \$21.00 per issue and \$206.00 for a one-year subscription, and outside Canada for US \$21.00 per issue and US \$206.00 for a one-year subscription. Please order by mail, at Statistics Canada, Dissemination Division, Circulation Management, 120 Parkdale Avenue, Ottawa, Ontario, K1A 0T6; by phone, at (613) 951-7277 or 1 800 700-1033; by fax, at (613) 951-1584 or 1 800 889-9734; or by Internet, at order@statcan.ca. For changes of address, please provide both old and new addresses. Statistics Canada products may also be purchased from authorized agents, bookstores and local Statistics Canada offices.

This product is also available on the Internet as Catalogue no. 63-005-XIB for CDN \$16.00 per issue or CDN \$155.00 for a one-year subscription. Users can obtain single issues or subscribe at <http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub.cgi>.

Standards of service to the public

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

Des données sous plusieurs formes

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

Comment obtenir d'autres renseignements

Toute demande de renseignements au sujet du présent produit ou au sujet de statistiques ou de services connexes doit être adressée à : Section du marketing et service à la clientèle, Division de la statistique du commerce, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (téléphone : (613) 951-3549) ou sans frais au 1 877 421-3067 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	(780) 495-3027
Ottawa	(613) 951-8116	Calgary	(403) 292-6717
Toronto	(416) 973-6586	Vancouver	(604) 666-3691
Winnipeg	(204) 983-4020		

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

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

Service national de renseignements	1 800 263-1136
Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants	1 800 363-7629
Numéro pour commander seulement (Canada et États-Unis)	1 800 267-6677
Numéro pour commander par télécopieur (Canada et États-Unis)	1 877 287-4369

Renseignements sur les commandes et les abonnements

Les prix ne comprennent pas les taxes de vente

Le produit n° 63-005-XPB au catalogue paraît mensuellement en version imprimée standard. Au Canada, un numéro coûte 21 \$ et un abonnement d'un an coûte 206 \$. À l'extérieur du Canada, un numéro coûte 21 \$US et un abonnement d'un an coûte 206 \$US. Veuillez commander par la poste, en écrivant à Statistique Canada, Division de la diffusion, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6; par téléphone, en composant le (613) 951-7277 ou le 1 800 700-1033; par télécopieur, en composant le (613) 951-1584 ou le 1 800 889-9734; ou par Internet, en vous rendant à order@statcan.ca. Lorsque vous signalez un changement d'adresse, veuillez nous fournir l'ancienne et la nouvelle adresses. On peut aussi se procurer les produits de Statistique Canada auprès des agents autorisés, dans les librairies et dans les bureaux régionaux de Statistique Canada.

On peut aussi se procurer ce produit sur Internet n° 63-005-XIB au catalogue. Un numéro coûte 16 \$CAN et un abonnement d'un an coûte 155 \$CAN. Pour obtenir un numéro de ce produit ou s'y abonner, les utilisateurs sont priés de se rendre à http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub_f.cgi.

Normes de service à la clientèle

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



Statistics Canada
Distributive Trades Division
Retail Financial Section

Retail Trade

December 1999

Statistique Canada
Division de la statistique du commerce
Section du commerce de détails financiers

Commerce de détail

Décembre 1999

Published by authority of the Minister
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 2000

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 2000

Catalogue no. 63-005-XPB, Vol. 71, No. 12

ISSN 0380-6146

Frequency: Monthly

Catalogue no. 63-005-XIB, Vol. 71, No. 12

ISSN 1488-0008

Ottawa

Note of appreciation

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

Publication autorisée par le ministre
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 2000

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 2000

N° 63-005-XPB au catalogue, vol. 71, n° 12

ISSN 0380-6146

Périodicité : mensuelle

N° 63-005-XIB au catalogue, vol. 71, n° 12

ISSN 1488-0008

Ottawa

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 this Statistics Canada publication:

- .. 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.

A NOTE ON CANSIM

All current and historical statistics on Retail Trade (Matrix Nos. 2299, 2397-2416 and 2418-2420), as well as many other series are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian – Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printout, or in machine readable form. For further information, contact the Cansim staff or Dissemination Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone (613) 951-8200), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

This publication was prepared under the direction of:

- **F. Maranda**, Director, Distributive Trades Division
- **R. Lussier**, Assistant Director, Distributive Trades Division
- **B. Meyer**, Chief, Retail Financial Section, Distributive Trades Division
- **P. Gratton**, Senior Economist, Retail Financial Section, Distributive Trades Division

The paper used in this publication meets the minimum requirements of American National Standard for Information Sciences - Permanence of Paper for Printed Library Materials, ANSI Z39.48 - 1984.



Signes conventionnels

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans cette publication 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.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système Canadien d'information socio-économique) fournit au public toutes les statistiques actuelles et historiques sur le Commerce de détail (matrice nos 2299, 2397-2416 et 2418-2420), et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports ordinolingues. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM de la Division de la diffusion, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone (613) 951-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de :

- **F. Maranda**, directeur, Division de la statistique du commerce
- **R. Lussier**, directeur adjoint, Division de la statistique du commerce
- **B. Meyer**, chef, section du commerce de détails financiers, Division de la statistique du commerce
- **P. Gratton**, économiste principal, Section du commerce de détails financiers, Division de la statistique du commerce

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



TABLE OF CONTENTS

	PAGE
Highlights	v
Charts	ix
For Further Reading	x

Table

1. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	2
2. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Current Periods)	4
3. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Quarterly Estimates)	6
4. Retail Trade Sample Response Fraction and Coefficient of Variation (Current Periods)	22
5. Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	24
6. Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region (Historical Estimates)	26
7. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Current Periods)	28
8. Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region (Historical Estimates)	28
9. Retail Sales, Current and Constant (1992) Dollar Estimates	30

Appendix

I. Definitions	33
II. Trade Group Coverage	34

TABLE DES MATIÈRES

	PAGE
Faits saillants	v
Graphiques	ix
Lectures suggérées	x

Tableau

1. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	2
2. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (périodes courantes)	4
3. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations trimestrielles)	6
4. Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)	22
5. Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	24
6. Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région (estimations historiques)	26
7. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)	28
8. Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)	28
9. Ventes au détail, estimations en dollars courants et constants (1992)	30

Appendice

I. Définitions	33
II. Couverture des groupes de commerce	34

Note to users

Monthly estimates (unadjusted data) for four metropolitan areas (Montreal, Toronto, Winnipeg and Vancouver) can be tabulated by trade group and are available for purchase. For information on metropolitan area estimates, contact the Marketing and Client Services Section at (613) 951-3549 or toll free at 1-877-421-3067.

Users interested in acquiring further information relating to the methodology, seasonal adjustment and data reliability of this survey may consult the February 1999 issue (containing revisions to the previous year) of this publication or contact the Marketing and Client Services Section.

Notes aux utilisateurs

Les estimations mensuelles (non désaisonnalisées) pour les quatre régions métropolitaines (Montréal, Toronto, Winnipeg et Vancouver) par groupe de commerce sont disponibles pour achat. Pour plus de renseignements sur les régions métropolitaines, communiquez avec la Section du marketing et services à la clientèle au (613) 951-3549 ou sans frais au 1-877-421-3067.

Les utilisateurs qui sont intéressés d'obtenir plus de renseignements concernant la méthodologie, la désaisonnalisation et la fiabilité des données de cette enquête peuvent consulter le numéro de février 1999, de cette publication (incluant les révisions de l'année précédente) ou communiquez avec la Section du marketing et services à la clientèle.

Highlights

Retailers ended a strong year with a bang, as retail sales advanced 2.0% in December. This strengthened the overall sales results of 1999, which were 5.8% higher than in 1998.

In December, retailers sold \$22.5 billion worth of goods and services for a total of \$260.4 billion in 1999. December's widespread increases followed a 0.7% gain in November's sales that came mostly from the automotive sector.

Retailers have experienced rising sales since the fall of 1998 after weaker gains that spring and summer. Prior to this slowdown, retail sales had generally been increasing since early 1996.

Most retailers reported higher sales in December

In December, consumers increased spending in five of the seven retail sectors and in all provinces, except Newfoundland (-0.2%). British Columbia (+3.8%) led the sales increases, and was followed by each of the three Prairie provinces, which posted sales advances of 2.7% or more.

For a second consecutive month, retailers in the automotive sector led the way, with a 3.7% gain in December following an equally impressive 3.3% sales advance in November. Concern over Y2K problems as well as millennium festivities may have helped food stores post December's second largest monthly increase (+2.1%). In November, food stores reported a 0.7% sales increase.

Sales in general merchandise stores bounced back in December (+1.5%) from the 4.8% decline in November, which was mostly attributable to the closure of Eaton's. Consumers came back to furniture stores in December and increased their purchases by 1.0% after staying away in November (-1.9%). Clothing stores had a marginal increase in sales (+0.3%), following a 1.9% reduction in November.

Drug stores (-1.1%) and stores classified as "other retail" (-0.5%) posted the only sales declines in December. The "other retail" category includes retailers such as liquor stores, sporting goods stores, hardware stores and book stores.

Faits saillants

Les détaillants terminent en force une année prospère. Les ventes au détail ont en effet progressé de 2,0 % en décembre, consolidant ainsi les résultats cumulatifs de 1999, qui ont été de 5,8 % supérieurs à ceux de 1998.

En décembre, les détaillants ont vendu des biens et des services d'une valeur cumulative de 22,5 milliards de dollars, ce qui a porté le total pour l'année 1999 à 260,4 milliards de dollars. La progression généralisée des ventes observée en décembre fait suite à une hausse de 0,7 % en novembre, qui provenait principalement du secteur de l'automobile.

Les détaillants voient leurs ventes progresser depuis l'automne 1998, à la suite de faibles gains enregistrés au cours du printemps et de l'été de la même année. Avant ce ralentissement, les ventes au détail avaient généralement progressé depuis le début de 1996.

La plupart des détaillants ont déclaré des ventes en hausse en décembre

En décembre, les consommateurs ont dépensé davantage dans cinq des sept secteurs de la vente au détail, et ce dans toutes les provinces, à l'exception de Terre-Neuve (-0,2 %). La Colombie-Britannique a affiché la hausse des ventes la plus importante (+3,8 %) et elle est suivie des trois provinces des Prairies, qui ont enregistré une progression de 2,7 % ou davantage.

Pour un deuxième mois d'affilée, les détaillants du secteur de l'automobile ont affiché la hausse la plus importante (+3,7 %) en décembre, après avoir déjà enregistré une progression des ventes tout aussi remarquable de 3,3 % en novembre. L'inquiétude au sujet du problème informatique de l'an 2000 et les festivités entourant le nouveau millénaire pourraient avoir aidé les magasins d'alimentation (+2,1 %) à réaliser le deuxième plus important gain mensuel de décembre. Ces détaillants avaient fait état d'une progression des ventes de 0,7 % en novembre.

Les ventes des magasins de marchandises diverses ont rebondi en décembre (+1,5 %), après la baisse de 4,8 % observée en novembre, qui était attribuable principalement à la fermeture des magasins Eaton. Les consommateurs sont retournés dans les magasins de meubles en décembre, où ils ont accru leurs achats de 1,0 %, après s'être abstenus en novembre (-1,9 %). Les magasins de vêtements ont indiqué une légère hausse de leurs ventes en décembre (+0,3 %), après un recul de 1,9 % en novembre.

Les seules baisses des ventes observées en décembre touchent les pharmacies (-1,1 %) et les magasins appartenant à la catégorie «autres magasins de détail» (-0,5 %). Cette catégorie comprend notamment les magasins de boissons alcoolisées, d'articles de sport, ainsi que les quincailleries et les librairies.

Note to readers

At the end of every calendar year, seasonally adjusted figures are revised to equal the sum of the unadjusted estimates. Revisions for the 1999 calendar year will be released this April. In order to present provincial analysis by sector, all annual comparisons in this release use the sum of unadjusted estimates. As usual, the rest of the analysis is based on seasonally adjusted estimates. The commodity distribution by sectors mentioned in this release came from the Quarterly Retail Commodity Survey using data for the first three quarters of 1999.

Note aux lecteurs

À la fin de chaque année civile, les données désaisonnalisées font l'objet d'une révision, afin de les faire correspondre au total des estimations non désaisonnalisées. Les révisions relatives à l'année civile 1999 seront publiées en avril. Afin de présenter une analyse par province et par secteur, toutes les comparaisons annuelles du présent communiqué sont fondées sur la somme des estimations non désaisonnalisées. Le reste de l'analyse est fondée, comme à l'habitude, sur des données désaisonnalisées. La répartition des produits par secteur qui est mentionnée ici est tirée de l'Enquête trimestrielle sur les marchandises vendues au détail et est fondée sur les données relatives aux trois premiers trimestres de 1999.

1999: Retailers enjoyed an excellent year

Retailers reported their third best year of the decade in 1999 (+5.8%) after the strong performances of 1997 (+7.6%) and 1994 (+7.0%). Retail sales rose in all sectors, with furniture stores, stores in the automotive sector, general merchandise stores and stores classified as "other retail" reporting above average increases. The total retail sales advance in 1999 followed an increase of 3.6% in 1998.

In 1999, higher prices made up about a third of the annual sales gain, whereas prices remained essentially unchanged in 1998. Excluding the effect of prices, retail sales advanced 4.0% in 1999, whereas the annual percentage change remained at 3.6% in 1998.

Consumer credit continued to be a major stimulant for retail sales in 1999. For the first 11 months of the year (the most recent period for which data are available), consumer credit (+7.2%) advanced at nearly twice the rate of total personal income (+3.8%).

Big-ticket items were in high demand during 1999

In 1999, for a second consecutive year, furniture stores (+9.1%) posted the largest increase in sales. This sector is an important user of credit incentives. The strength observed in the last few years in furniture stores has arisen, in part, from consumer confidence and a willingness to accept further debt. Sales in furniture stores have been continuously on the rise since the spring of 1996.

After a disappointing year in 1998 (+1.5%), retailers in the automotive sector enjoyed a 7.5% sales gain in 1999. This advance was led by strong consumer demand for motor vehicles and price-induced increases in sales by gasoline service stations. In 1999, the increase in sales of used vehicles was more than twice the gain for new vehicles. Consumers have been pumping money into the automotive sector since the fall of 1998 after a period of moderate spending that started in the spring of 1997.

1999: les détaillants ont connu une excellente année

Les gains réalisés par les détaillants en 1999 (+5,8 %) viennent au troisième rang pour l'ensemble de la décennie, après les solides performances enregistrées en 1997 (+7,6 %) et en 1994 (+7,0 %). Les ventes ont progressé dans tous les secteurs, et les magasins de meubles, les magasins du secteur de l'automobile, les magasins de marchandises diverses et les magasins appartenant à la catégorie «autres magasins de détail» ont affiché des augmentations supérieures à la moyenne. La progression de l'ensemble des ventes au détail enregistrée en 1999 fait suite à une hausse de 3,6 % en 1998.

Environ le tiers de la hausse des ventes en 1999 est attribuable aux prix plus élevés, alors que les prix sont demeurés essentiellement inchangés en 1998. Si l'on exclut l'effet des prix, les ventes au détail ont augmenté de 4,0 % en 1999, alors que la hausse annuelle est demeurée à 3,6 % en 1998.

Le crédit à la consommation a continué d'être un important facteur favorisant les ventes en 1999. Au cours des 11 premiers mois de l'année (la période la plus récente pour laquelle on dispose de données), le crédit à la consommation (+7,2 %) a enregistré une progression presque deux fois supérieure à celle du revenu personnel total (+3,8 %).

Les articles coûteux ont été très en demande en 1999

Pour une deuxième année consécutive, les magasins de meubles (+9,1 %) ont enregistré la plus forte progression des ventes en 1999. Ce secteur fait grand usage d'incitations au crédit. La vigueur qu'affichent depuis quelques années les magasins de meubles est due en partie à la confiance des consommateurs et à la disposition de ces derniers à s'endetter davantage. Les ventes des magasins de meubles n'ont pas cessé de progresser depuis le printemps 1996.

Après avoir connu une année décevante en 1998 (+1,5 %), les détaillants du secteur de l'automobile ont vu leurs ventes augmenter de 7,5 % en 1999. Une forte demande de véhicules automobiles et une hausse des ventes des stations-service attribuable aux prix de l'essence expliquent la croissance du secteur de l'automobile en 1999. L'augmentation des ventes de véhicules automobiles d'occasion observée en 1999 a été plus de deux fois supérieure à celle des véhicules neufs. Les consommateurs font affluer de l'argent dans ce secteur depuis l'automne 1998, après une période de modération des dépenses qui avait commencé au printemps 1997.

Retailers selling a wide variety of product lines gained ground in 1999

Even with restructuring in the general merchandise sector, these stores posted a 7.1% increase in sales during 1999. General merchandise stores gained market share last year from more specialized retailers on items such as clothing, shoes and health and personal care products. Sales in general merchandise stores have been advancing since early 1996 despite periods of declines in the spring of 1998 and the fall of 1999.

In 1999, sales by liquor, wine and beer stores (+11.4%) pushed up sales in retail stores classified as "other retail" (+6.4%). Retail stores classified in this category have been experiencing strong sales since the start of 1997.

Sales in drug stores were up 3.8% in 1999 compared with 1998. Drug stores continued to lose market share of their main product lines, such as health and personal care products, to food stores and general merchandise stores. Sales in drug stores have been advancing since the start of 1999 after declining in the last half of 1998.

Clothing stores posted a 3.1% increase in sales in 1999. Within this sector, the category of other clothing stores (+6.7%), which includes family clothing, was the only type of clothing store to show a significant sales gain. Women's clothing stores showed a 1.9% increase, while sales decreased in shoe stores (-2.6%) and men's clothing stores (-2.3%). Despite some periods of weak advances, sales in clothing stores have been increasing since early 1996.

Sales in food stores (+2.4%) were also on the rise in 1999 compared with 1998. However, food stores were able to show an increase partly because of higher sales in non-food items, which represent about 20% of all sales by food stores. Sales in food stores have generally been increasing since the spring of 1996.

Higher retail sales across Canada in 1999

All provinces and territories posted higher retail sales in 1999. However, sales increases were much larger in Central and Eastern Canada.

Overall in 1999, consumers in Atlantic Canada increased spending by 7.0%. Prince Edward Island (+10.5%), New Brunswick (+8.5%) and Newfoundland (+6.9%) all reported increases above the national average, while the sales increase for Nova Scotia (+5.4%) was slightly below it.

Les détaillants transigeant un grand éventail de gammes de produits ont gagné du terrain en 1999

Malgré la restructuration dont a fait l'objet leur secteur, les magasins de marchandises diverses ont affiché une progression de 7,1 % de leurs ventes en 1999. Ces établissements ont accru leur part de marché en 1999, au détriment des détaillants spécialisés, dans le cas d'articles comme les vêtements, les chaussures et les produits de santé et de beauté. Les ventes des magasins de marchandises diverses progressent depuis le début de 1996, malgré les reculs observés au printemps 1998 et à l'automne 1999.

En 1999, les ventes des magasins de boissons alcoolisées, de vin et de bière (+11,4 %) ont fait progresser les ventes des magasins appartenant à la catégorie «autres magasins de détail» (+6,4 %). Les établissements classés dans cette catégorie connaissent des ventes vigoureuses depuis le début de 1997.

En 1999, les ventes des pharmacies ont progressé de 3,8 % par rapport à 1998. Ces établissements ont continué de perdre une partie du marché de leurs principales gammes de produits, comme les produits de santé et de beauté, qui a été conquise par les magasins d'alimentation et les magasins de marchandises diverses. Dans l'ensemble, les ventes des pharmacies progressent depuis le début de 1999, après une période de reculs observés dans la deuxième moitié de 1998.

Les ventes des magasins de vêtements se sont accrues de 3,1 % en 1999. Au sein de ce secteur, les établissements appartenant à la catégorie «autres magasins de vêtements», qui vendent notamment des vêtements pour la famille, ont été les seuls à avoir enregistré une progression importante (+6,7 %) de leurs ventes. Les magasins de vêtements pour femmes ont affiché une hausse des ventes de 1,9 %, alors que les magasins de chaussures (-2,6 %) et les magasins de vêtements pour hommes (-2,3 %) ont connu une baisse. Dans l'ensemble, malgré des périodes de faible croissance, les magasins de vêtements voient leurs ventes progresser depuis le début de 1996.

Les ventes des magasins d'alimentation ont également augmenté (+2,4 %) en 1999 par rapport à 1998. Cependant, si ces établissements ont été en mesure de faire ressortir une progression, c'est en partie parce qu'ils ont vendu davantage de produits non alimentaires. Les ventes de ces produits représentent environ 20 % de toutes les ventes des magasins d'alimentation. Dans l'ensemble, les ventes des magasins d'alimentation sont généralement en hausse depuis le printemps 1996.

Les ventes au détail ont progressé dans l'ensemble du pays en 1999

Toutes les provinces et tous les territoires ont constaté une progression des ventes au détail en 1999. Cependant, les hausses ont été beaucoup plus importantes dans le centre et dans l'est du pays.

Dans l'ensemble, les consommateurs des provinces de l'Atlantique ont augmenté leurs dépenses de 7,0 % en 1999. L'Île-du-Prince-Édouard (+10,5 %), le Nouveau-Brunswick (+8,5 %) et Terre-Neuve (+6,9 %) ont affiché des gains supérieurs à la moyenne nationale. La hausse des ventes enregistrée en Nouvelle-Écosse (+5,4 %) a été légèrement inférieure à cette moyenne.

In Prince Edward Island, which had the strongest provincial performance in 1999, sales advanced in all retail sectors except drug stores. The arrival of several new retailers in the province may have helped to keep consumers on the island in 1999. Retail sales in the province have generally been increasing since the start of 1999 after a period of diminishing sales in the last half of 1998.

Retailers in Ontario enjoyed a record year in 1999, posting their best sales increase (+7.8%) of the decade. Sales advances in furniture stores and in the automotive sector reached levels greater than 10.0%. The remaining sectors also posted strong increases. Retail sales in Ontario have been surging forward since the summer of 1996.

In Quebec, retail sales advanced 6.0% in 1999 led by the automotive (+9.6%) and furniture (+9.0%) sectors. Clothing stores reported a 0.5% increase in sales, whereas drug stores posted a drop (-1.8%). Retailers in Quebec have experienced rising sales since the summer of 1998, despite a sales slowdown during the first half of 1999.

Weak sales in the automotive sector held the overall gain in retail sales to 3.7% in the Prairie provinces. Consumers in Alberta (+4.5%) spent more in stores than their neighbours in Manitoba (+3.0%) and Saskatchewan (+1.5%). A reinvigorated oil industry may have fuelled the recent retail sales gains in Alberta, while low grain prices limited consumer spending in Manitoba and Saskatchewan. Sales gains in all three Prairie provinces were more robust in the second half of 1999.

In 1999, retailers in British Columbia posted a 1.8% gain in sales. This followed a 2.0% decline in 1998. Consumers in British Columbia stayed away from auto dealers' showrooms in 1999, as retail sales in the automotive sector remained virtually unchanged. The retail industry in British Columbia has been gaining strength since the fall of 1998 after a year of general declines. In fact, sales in December 1999 were 7.9% higher than the low observed in October 1998.

Related indicators for January

In January, total employment (+0.3%) continued its strong upward movement that started three years ago. On the down side, sources in the auto industry indicated a sharp decline in the number of new vehicles sold in January. Housing starts were down 7.8% in January, marking the largest monthly decline in more than a year.

À l'Île-du-Prince-Édouard, où l'on enregistre les meilleurs résultats de toutes les provinces en 1999, tous les secteurs de la vente au détail ont affiché une progression des ventes, à l'exception des pharmacies. L'arrivée de plusieurs nouveaux détaillants dans la province pourrait avoir aidé à garder les consommateurs dans les établissements de l'île en 1999. Dans l'ensemble, les ventes au détail sont généralement en progression depuis le début de 1999, après une période de baisse des ventes observée dans la deuxième moitié de 1998.

Les détaillants de l'Ontario ont connu une année record en 1999, affichant leur meilleure progression des ventes (+7,8 %) de la décennie. Les augmentations réalisées par les magasins de meubles et dans le secteur de l'automobile ont atteint des taux supérieurs à 10,0 %. Les autres secteurs ont également connu une augmentation importante de leurs ventes. Dans l'ensemble, les ventes au détail progressent à grands pas en Ontario depuis l'été 1996.

Au Québec, les ventes au détail ont augmenté de 6,0 % en 1999, principalement grâce aux secteurs de l'automobile (+9,6 %) et du meuble (+9,0 %). Les magasins de vêtements ont affiché une hausse de 0,5 % de leurs ventes, tandis que les pharmacies ont fait état d'une baisse (-1,8 %). Les détaillants du Québec voient leurs ventes augmenter depuis l'été 1998, malgré le ralentissement observé au cours de la première moitié de 1999.

Des ventes au ralenti dans le secteur de l'automobile ont freiné à 3,7 % la progression des ventes au détail dans l'ensemble des provinces des Prairies. Les consommateurs de l'Alberta ont dépensé davantage (+4,5 %) dans les magasins que leurs voisins du Manitoba (+3,0 %) et de la Saskatchewan (+1,5 %). La vigueur retrouvée de l'industrie pétrolière pourrait avoir contribué aux récentes hausses des ventes au détail en Alberta, tandis que les prix des céréales peu élevés ont limité les dépenses des consommateurs au Manitoba et en Saskatchewan. Les augmentations observées dans les trois provinces des Prairies ont été plus fortes au cours de la deuxième moitié de 1999.

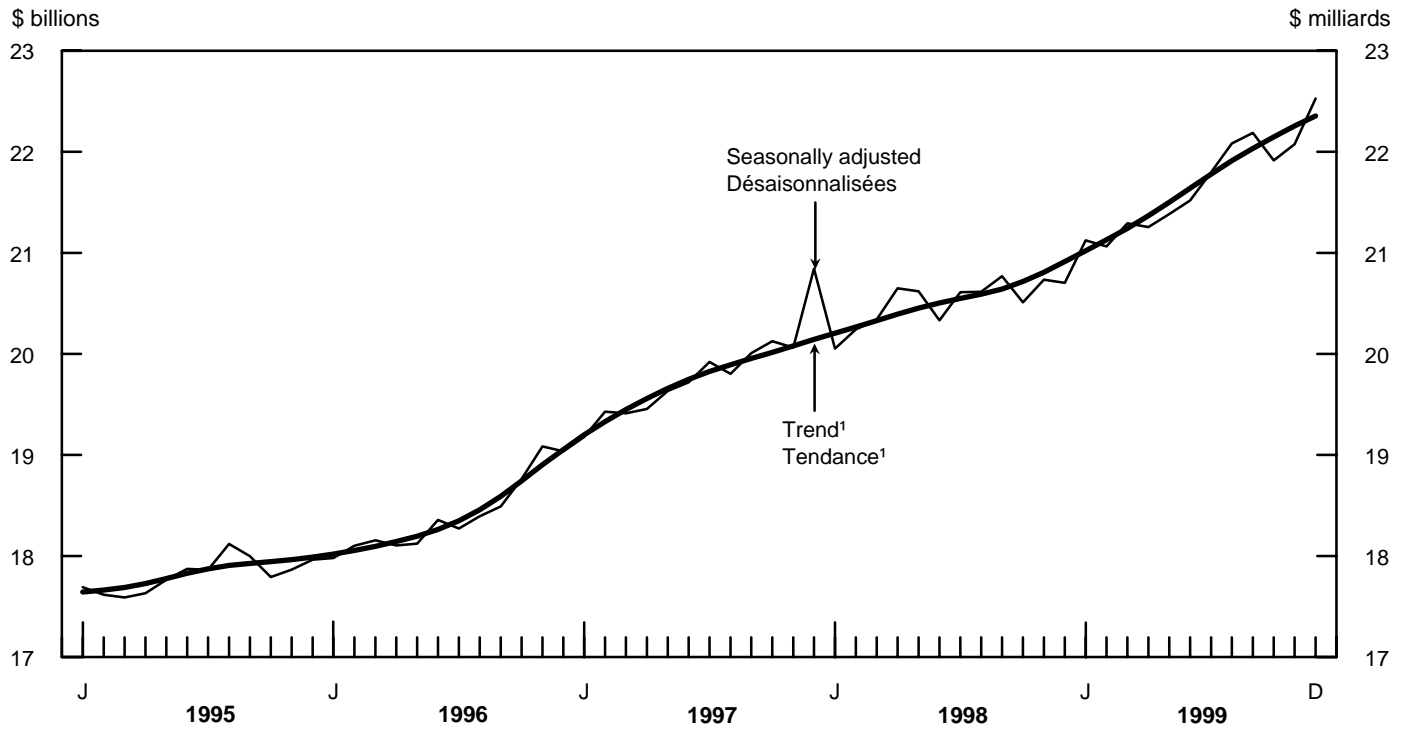
En 1999, les détaillants de la Colombie-Britannique ont affiché une hausse de 1,8 % de leurs ventes. Cette dernière fait suite à un recul de 2,0 % en 1998. Les consommateurs de la Colombie-Britannique ont boudé les concessionnaires d'automobiles, les ventes de ce secteur n'ayant pratiquement pas varié en 1999. Dans l'ensemble, le secteur de la vente au détail de la Colombie-Britannique se renforce depuis l'automne 1998, après une année de baisses générales des ventes. En fait, en décembre 1999, les ventes ont atteint un niveau qui était de 7,9 % supérieur à celui enregistré au creux de la vague, en octobre 1998.

Indicateurs connexes pour janvier

En janvier, le nombre total d'emplois a continué de progresser (+0,3 %), poursuivant ainsi la forte tendance à la hausse qui avait commencé il y a trois ans. En revanche, des sources du secteur de l'automobile prévoient une baisse substantielle des ventes de véhicules neufs en janvier. Le nombre de mises en chantier a baissé de 7,8 % en janvier, ce qui représente le plus important recul mensuel observé depuis plus d'un an.

Retail Sales – Canada

Canada Ventes au détail – Canada

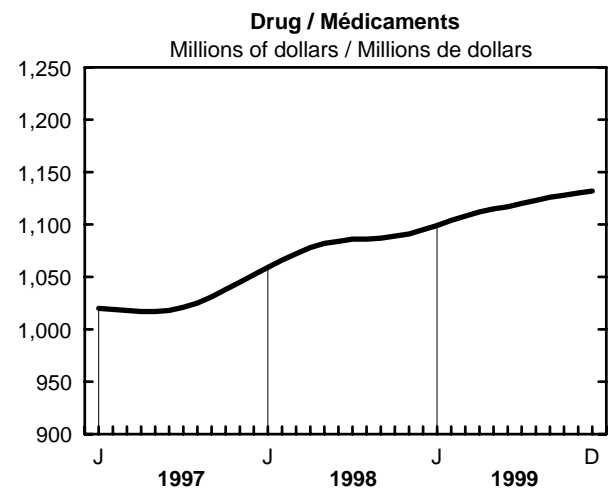
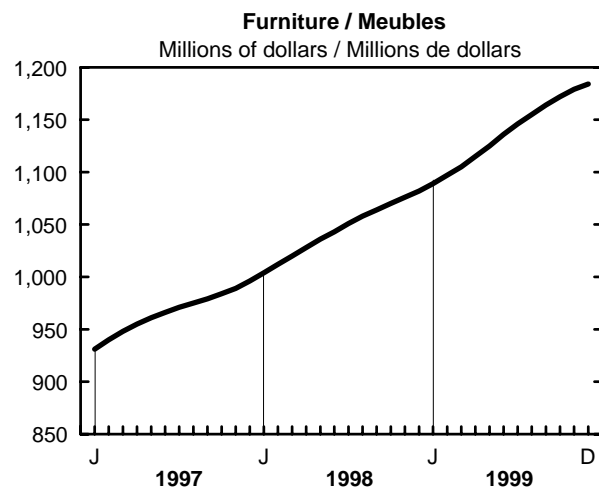
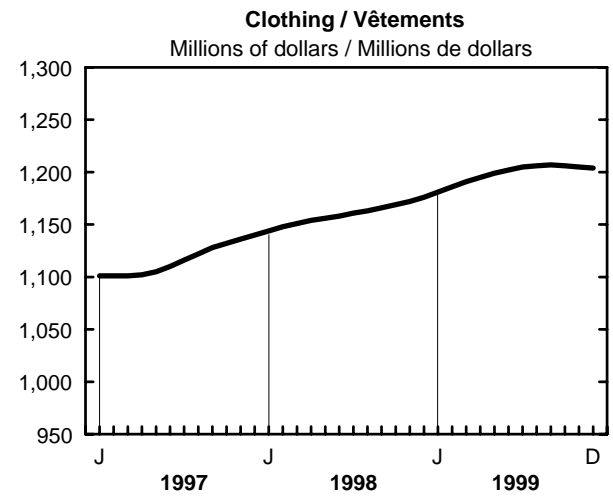
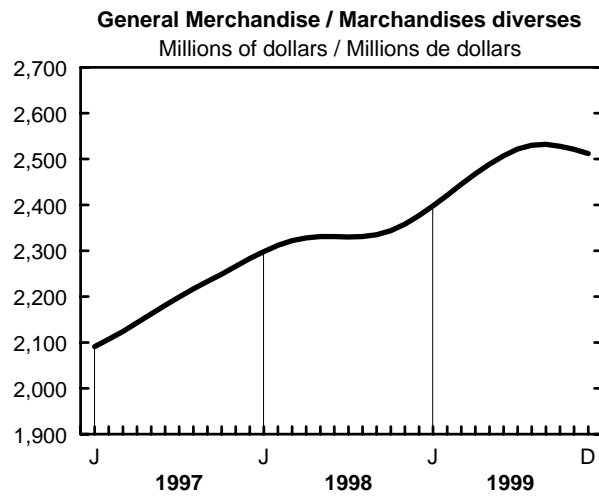
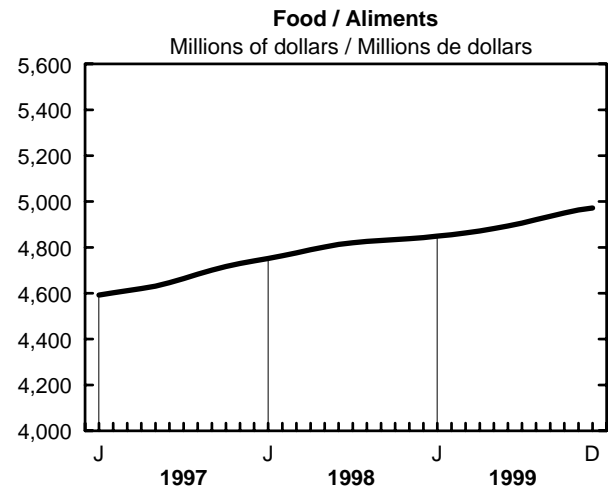
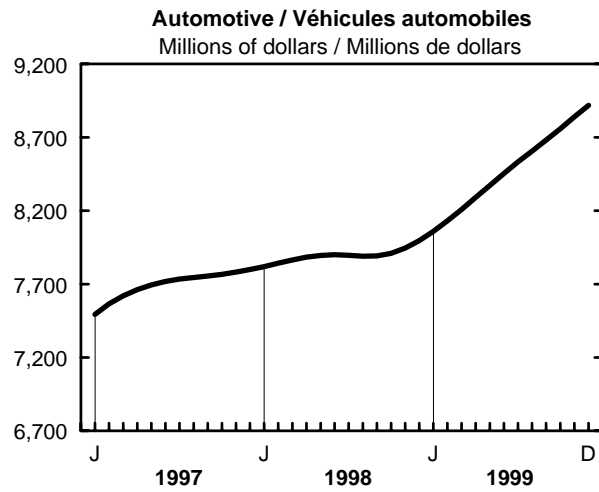


¹ Trends represent smoothed seasonally adjusted data.

¹ Les tendances représentent les données désaisonnalisées lissées.

**Retail Sales Trends¹ – Canada,
By Major Group**

**Tendances¹ des ventes au détail – Canada,
par groupe principal**



¹ Trends represent smoothed seasonally adjusted data.
¹ Les tendances représentent les données désaisonnalisées lissées.

For Further Reading

Selected Publications from Statistics Canada

Lectures suggérées

Choisies parmi les publications de Statistique Canada

Title	Catalogue	Titre
New Motor Vehicle Sales, Monthly, Bilingual	63-007-XIB	Ventes de véhicules automobiles neufs, mensuel, bilingue
Wholesale Trade, Monthly, Bilingual	63-008-XIB	Commerce de gros, mensuel, bilingue
Retail Chain and Department Stores, Annual, Bilingual	63-210-XIB	Magasins de détail à succursales et les grands magasins, annuel, bilingue
Wholesaling and Retailing Canada, Annual, Bilingual	63-236-XIB	Les commerces de gros et de détail au Canada, annuel, bilingue
Market Research Handbook, Annual, Bilingual	63-224-XPB	Recueil statistique des études de marché, annuel, bilingue

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

**Statistical
Tables**

**Tableaux
statistiques**

Table 1**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region
(Current Periods)**

	Sales					Change from previous month	
	Ventes					Variation par rapport au mois précédent	
	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	Year-to-date 1999 Cumulatif	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre
Millions of dollars – Millions de dollars					Per cent – Pourcentage		
Trade Group - Canada							
Supermarkets and grocery stores	4,707.4	4,604.0	4,576.4	4,561.6	54,674.1	2.2	0.6
All other food stores	373.8	372.3	367.2	368.2	4,377.2	0.4	1.4
Drugs and patent medicine stores	1,128.0	1,140.4	1,125.4	1,125.9	13,420.2	-1.1	1.3
Shoe stores	135.7	128.1	140.4	129.3	1,627.9	5.9	-8.8
Men's clothing stores	128.4	130.0	133.2	127.3	1,542.4	-1.2	-2.4
Women's clothing stores	376.6	381.3	378.4	361.1	4,483.4	-1.2	0.8
Other clothing stores	558.7	556.7	567.0	552.9	6,682.7	0.4	-1.8
Household furniture and appliance stores	968.3	946.4	978.4	929.3	11,098.6	2.3	-3.3
Household furnishings stores	222.7	232.4	222.8	212.6	2,556.8	-4.2	4.3
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6,134.3	5,888.5	5,660.8	6,079.1	69,254.9	4.2	4.0
Gasoline service stations	1,606.9	1,556.7	1,546.9	1,526.5	17,283.3	3.2	0.6
Automotive parts, accessories and services	1,316.3	1,291.0	1,252.7	1,259.5	14,980.7	2.0	3.1
General merchandise stores	2,473.3	2,437.9	2,561.3	2,578.1	29,952.0	1.5	-4.8
Other semi-durable goods stores	680.0	715.2	716.0	709.2	8,504.7	-4.9	-0.1
Other durable goods stores	585.5	580.5	590.2	582.3	7,053.8	0.9	-1.6
Other retail stores	1,132.4	1,114.4	1,098.1	1,085.4	12,737.5	1.6	1.5
Total, all stores	22,528.2	22,075.7	21,915.2	22,188.2	260,230.3	2.0	0.7
Regions							
Newfoundland	352.9	353.7	346.9	352.8	4,145.5	-0.2	2.0
Prince Edward Island	101.1	100.0	98.6	100.3	1,149.4	1.1	1.4
Nova Scotia	696.7	685.0	682.1	681.2	8,054.4	1.7	0.4
New Brunswick	561.5	549.8	545.8	550.7	6,454.4	2.1	0.7
Quebec	5,180.5	5,087.4	5,034.0	5,097.7	60,380.1	1.8	1.1
Ontario	8,588.2	8,478.3	8,440.7	8,483.2	99,525.7	1.3	0.4
Manitoba	782.2	755.7	736.6	773.7	9,025.4	3.5	2.6
Saskatchewan	673.6	655.8	632.2	656.9	7,713.1	2.7	3.7
Alberta	2,579.7	2,508.7	2,497.5	2,566.1	29,265.0	2.8	0.4
British Columbia	2,932.9	2,825.0	2,825.6	2,849.1	33,629.4	3.8	0.0
Yukon	28.6	27.5	26.6	28.2	328.4	4.0	3.4
Nunavut	14.1	14.5	14.5	14.9	173.9	-2.8	-
Northwest Territories	36.1	34.2	34.2	33.4	384.5	5.6	-

Tableau 1

**Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(périodes courantes)**

Change from previous month Variation par rapport au mois précédent		Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Year-to-date 1999	
October 1999	September 1999	December 1999	November 1999	October 1999	September 1999	Year-to-date 1999		
Octobre	Septembre	Décembre	Novembre	Octobre	Septembre	Cumulatif		
Per cent – Pourcentage								
Groupe de commerce - Canada								
0.3	0.1	5.6	2.6	2.7	2.2	2.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries	
-0.3	1.1	4.2	4.2	0.3	3.1	1.4	Tous les autres magasins d'alimentation	
0.0	0.5	5.4	5.6	3.8	4.4	3.7	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés	
8.6	-1.4	-2.5	-4.2	3.9	-4.2	-2.5	Magasins de chaussures	
4.6	-4.0	-0.5	-2.5	1.4	-4.1	-2.5	Magasins de vêtements pour hommes	
4.8	-4.2	4.1	2.3	4.5	-0.7	1.8	Magasins de vêtements pour femmes	
2.6	-1.3	7.9	2.7	4.9	3.4	6.8	Autres magasins de vêtements	
5.3	-1.0	9.8	9.2	14.2	9.4	9.8	Magasins de meubles et d'appareils ménagers	
4.8	-1.0	7.3	6.1	8.1	4.5	5.3	Magasins d'accessoires d'ameublement	
-6.9	1.5	12.3	8.4	7.9	9.3	7.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs	
1.3	1.0	25.9	22.2	20.0	18.2	10.0	Stations-service	
-0.5	0.6	7.3	6.0	2.5	4.8	4.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services	
-0.7	0.6	4.4	4.1	9.0	10.0	7.1	Magasins de marchandises diverses	
1.0	-3.4	-1.2	0.5	1.3	2.2	3.5	Autres magasins de produits semi-durables	
1.4	0.0	3.2	1.6	2.6	2.0	4.5	Autres magasins de produits durables	
1.2	2.7	15.0	11.9	11.5	10.2	9.1	Autres magasins de vente au détail	
-1.2	0.5	8.8	6.5	6.8	6.8	5.7	Total, ensemble des magasins	
Régions								
-1.7	2.4	9.2	6.0	5.3	6.5	6.7	Terre-Neuve	
-1.7	3.1	17.8	16.0	15.2	14.5	10.1	Île-du-Prince-Édouard	
0.1	0.6	7.0	6.0	6.4	6.6	5.3	Nouvelle-Écosse	
-0.9	-1.0	13.7	10.8	12.3	10.6	8.3	Nouveau-Brunswick	
-1.2	0.8	7.4	5.2	5.4	6.6	6.1	Québec	
-0.5	-1.1	10.5	8.2	9.1	8.4	7.7	Ontario	
-4.8	0.7	6.1	2.8	1.4	2.9	2.9	Manitoba	
-3.8	-0.3	7.0	4.7	1.1	0.8	1.2	Saskatchewan	
-2.7	3.6	9.3	6.9	7.8	6.6	4.3	Alberta	
-0.8	2.2	6.6	3.7	3.9	4.5	1.8	Colombie-Britannique	
-5.7	4.1	9.2	5.0	3.5	7.2	5.5	Yukon	
-2.7	3.5						Nunavut	
2.4	0.9						Territoires du Nord Ouest	

Table 2**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region
(Current Periods)**

	Sales Ventes				
	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	Year-to-date 1999 Cumulatif
Millions of dollars – Millions de dollars					
Trade Group - Canada					
Supermarkets and grocery stores	5,123.6	4,324.5	4,651.7	4,542.2	54,666.0
All other food stores	468.9	350.6	365.5	358.9	4,381.7
Drugs and patent medicine stores	1,424.8	1,120.6	1,122.0	1,100.1	13,430.9
Shoe stores	176.9	140.3	159.1	139.0	1,627.1
Men's clothing stores	261.9	156.6	138.6	120.0	1,544.9
Women's clothing stores	607.6	408.8	399.6	373.6	4,491.1
Other clothing stores	972.9	617.5	614.8	586.0	6,681.1
Household furniture and appliance stores	1,455.8	1,046.1	1,010.2	959.7	11,107.1
Household furnishings stores	284.4	261.0	232.0	216.4	2,565.0
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,391.6	5,512.6	5,440.7	6,160.8	69,312.6
Gasoline service stations	1,617.3	1,523.3	1,593.2	1,566.3	17,337.5
Automotive parts, accessories and services	1,463.8	1,431.7	1,255.0	1,243.1	14,977.8
General merchandise stores	4,145.1	2,960.5	2,683.0	2,499.6	29,949.6
Other semi-durable goods stores	1,061.8	767.7	691.5	722.6	8,502.6
Other durable goods stores	1,127.7	554.4	533.8	566.2	7,045.5
Other retail stores	1,623.1	1,039.2	1,091.4	1,075.6	12,805.2
Total, all stores	27,207.2	22,215.5	21,982.0	22,230.1	260,426.0
Regions					
Newfoundland	428.5	371.1	346.6	349.5	4,150.0
Prince Edward Island	120.0	97.0	95.8	101.1	1,153.4
Nova Scotia	855.6	700.2	678.5	673.1	8,061.2
New Brunswick	672.8	557.4	551.4	551.2	6,466.2
Quebec	5,869.6	5,026.7	5,063.3	5,133.7	60,352.7
Ontario	10,674.8	8,661.2	8,417.2	8,533.9	99,611.9
Manitoba	968.3	760.8	754.3	773.7	9,030.7
Saskatchewan	820.1	667.2	661.8	651.7	7,732.3
Alberta	3,176.5	2,541.9	2,525.1	2,538.3	29,325.3
British Columbia	3,531.1	2,761.6	2,814.3	2,846.8	33,653.3
Yukon	31.4	24.9	25.2	29.0	328.7
Nunavut	17.0	14.0	14.8	14.4	173.4
Northwest Territories	41.3	31.5	33.6	33.7	386.2

Tableau 2

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(périodes courantes)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					
December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	Year-to-date 1999 Cumulatif	
Per cent – Pourcentage					
					Groupe de commerce - Canada
8.1	3.4	-0.3	3.6	2.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries
5.8	3.2	-0.4	3.8	1.5	Tous les autres magasins d'alimentation
6.2	6.1	2.2	4.6	3.8	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
0.1	-6.8	3.0	-6.2	-2.6	Magasins de chaussures
-0.1	-1.2	-0.9	-1.9	-2.3	Magasins de vêtements pour hommes
4.1	3.6	4.7	-3.6	1.9	Magasins de vêtements pour femmes
9.0	1.7	4.5	3.7	6.7	Autres magasins de vêtements
11.4	10.8	11.7	8.7	9.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
7.7	10.1	6.2	2.7	5.6	Magasins d'accessoires d'ameublement
13.9	11.9	4.9	10.4	7.5	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
28.2	21.5	18.9	20.3	10.4	Stations-service
8.5	8.7	-1.1	5.1	4.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
4.9	3.4	7.0	11.6	7.1	Magasins de marchandises diverses
-1.1	2.4	0.8	3.3	3.5	Autres magasins de produits semi-durables
5.4	-0.9	2.3	3.2	4.4	Autres magasins de produits durables
18.8	11.2	8.3	11.2	9.7	Autres magasins de vente au détail
9.6	7.5	4.5	7.8	5.8	Total, ensemble des magasins
					Régions
8.6	8.1	2.0	8.8	6.9	Terre-Neuve
16.6	15.5	10.6	16.7	10.5	Île-du-Prince-Édouard
8.5	6.9	3.4	8.3	5.4	Nouvelle-Écosse
13.9	11.6	8.5	10.8	8.5	Nouveau-Brunswick
8.1	6.7	2.6	7.9	6.0	Québec
11.1	9.0	7.1	9.2	7.8	Ontario
7.8	3.4	-1.2	5.1	3.0	Manitoba
8.0	5.3	-1.3	1.5	1.5	Saskatchewan
10.6	8.1	5.4	8.0	4.5	Alberta
7.2	4.2	2.3	4.8	1.8	Colombie-Britannique
11.3	6.4	-1.2	9.0	5.5	Yukon Nunavut Territoires du Nord Ouest

Table 3**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV
Millions of dollars – Millions de dollars					
Canada					
Supermarkets and grocery stores	14,099.9	14,037.5	13,779.4	12,749.3	13,584.3
All other food stores	1,185.1	1,103.8	1,109.8	983.1	1,149.8
Drugs and patent medicine stores	3,667.4	3,298.7	3,280.8	3,184.1	3,495.8
Shoe stores	476.3	403.8	448.3	298.7	481.6
Men's clothing stores	557.1	345.4	367.4	275.1	560.5
Women's clothing stores	1,416.0	1,103.5	1,136.9	834.8	1,360.3
Other clothing stores	2,205.2	1,715.3	1,549.8	1,210.9	2,088.0
Household furniture and appliance stores	3,512.1	2,849.2	2,521.3	2,224.5	3,154.8
Household furnishings stores	777.4	660.5	614.0	513.0	719.6
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	16,344.8	18,339.0	19,798.3	14,830.3	14,844.9
Gasoline service stations	4,733.8	4,792.9	4,265.3	3,545.5	3,855.8
Automotive parts, accessories and services	4,150.5	3,795.8	3,994.1	3,037.4	3,935.6
General merchandise stores	9,788.6	7,388.8	7,107.2	5,664.9	9,323.8
Other semi-durable goods stores	2,520.9	2,237.8	2,198.6	1,545.4	2,509.3
Other durable goods stores	2,215.9	1,774.6	1,685.1	1,369.9	2,151.1
Other retail stores	3,753.7	3,454.0	3,157.5	2,440.0	3,308.2
Total, all stores	71,404.7	67,300.5	67,013.8	54,706.9	66,523.5
Newfoundland					
Supermarkets and grocery stores	276.0	284.9	284.4	256.0	279.1
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	68.0	58.6	58.4	55.4	66.2
Shoe stores	4.7	3.8	3.6	2.5	4.6
Men's clothing stores	7.6	3.6	3.7	2.6	7.9
Women's clothing stores	21.7	13.5	13.3	9.1	21.4
Other clothing stores	26.9	16.8	12.8	10.2	24.7
Household furniture and appliance stores	46.7	34.4	29.2	24.2	43.7
Household furnishings stores	2.6	2.4	2.0	1.6	2.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	213.1	280.9	323.6	205.6	178.3
Gasoline service stations	79.8	84.9	71.0	60.8	76.1
Automotive parts, accessories and services	67.6	52.3	55.1	39.6	61.7
General merchandise stores	221.7	152.0	138.7	111.6	210.0
Other semi-durable goods stores	28.5	25.0	23.7	15.4	28.5
Other durable goods stores	20.3	13.2	11.0	7.6	17.5
Other retail stores	47.5	40.5	36.6	30.3	43.3
Total, all stores	1,146.2	1,080.6	1,080.7	842.7	1,077.4

Tableau 3

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	
Per cent – Pourcentage					
					Canada
3.8	2.5	1.7	1.8	2.8	Supermarchés d'alimentation et épiceries
3.1	1.2	-0.2	1.8	0.8	Tous les autres magasins d'alimentation
4.9	3.0	2.3	4.8	3.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-1.1	-5.3	-3.0	-0.5	-3.0	Magasins de chaussures
-0.6	-0.6	-4.2	-5.2	1.5	Magasins de vêtements pour hommes
4.1	0.8	0.6	1.8	0.0	Magasins de vêtements pour femmes
5.6	5.7	9.6	6.8	7.5	Autres magasins de vêtements
11.3	9.5	9.3	8.8	9.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
8.0	5.3	3.9	4.4	7.3	Magasins d'accessoires d'ameublement
10.1	10.4	2.4	8.4	-3.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
22.8	15.1	6.2	-3.4	-8.0	Stations-service
5.5	3.5	3.6	5.5	10.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
5.0	10.4	6.8	7.1	4.2	Magasins de marchandises diverses
0.5	5.9	4.0	4.4	3.2	Autres magasins de produits semi-durables
3.0	1.9	3.2	11.9	7.3	Autres magasins de produits durables
13.5	10.2	8.2	5.5	7.3	Autres magasins de vente au détail
7.3	7.1	3.6	4.9	1.9	Total, ensemble des magasins
					Terre-Neuve
-1.1	1.7	2.7	1.3	4.6	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
2.7	6.0	1.0	-2.8	-2.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
2.2	2.7	-2.7	4.2	-4.2	Magasins de chaussures
-3.8	-14.3	-22.9	-7.1	33.9	Magasins de vêtements pour hommes
1.4	1.5	5.6	5.8	1.4	Magasins de vêtements pour femmes
8.9	3.1	4.1	15.9	-	Autres magasins de vêtements
6.9	15.8	24.3	30.1	23.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
-7.1	9.1	-	6.7	-12.5	Magasins d'accessoires d'ameublement
19.5	16.2	11.4	17.4	1.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
4.9	3.0	-6.5	-11.6	-0.9	Stations-service
9.6	2.3	11.8	7.9	16.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
5.6	11.4	9.0	9.1	4.7	Magasins de marchandises diverses
-	11.6	17.3	18.5	-5.0	Autres magasins de produits semi-durables
16.0	9.1	15.8	16.9	7.4	Autres magasins de produits durables
9.7	4.4	1.4	6.3	6.1	Autres magasins de vente au détail
6.4	7.9	6.7	6.3	4.1	Total, ensemble des magasins

Table 3**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV
Millions of dollars – Millions de dollars					
Prince Edward Island					
Supermarkets and grocery stores	74.3	80.9	74.0	63.7	64.9
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	19.6	18.2	17.2	16.6	19.6
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	11.2	9.6	5.7	4.0	9.7
Household furniture and appliance stores	9.9	7.7	7.1	5.9	8.8
Household furnishings store	5.2	5.1	4.0	3.0	4.6
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	56.7	66.9	70.9	45.4	44.6
Gasoline service stations	30.8	37.8	27.7	20.9	24.3
Automotive parts, accessories and services	20.2	18.9	19.9	12.6	19.1
General merchandise stores	37.8	29.0	22.8	16.3	31.6
Other semi-durable goods stores	11.9	17.9	12.6	7.9	12.5
Other durable goods stores	7.3	6.7	6.0	3.0	6.1
Other retail stores	13.6	17.6	13.5	8.9	13.5
Total, all stores	312.8	330.9	293.7	216.0	273.6
Nova Scotia					
Supermarkets and grocery stores	518.0	519.3	496.3	455.1	487.5
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	148.5	131.7	125.8	124.6	139.9
Shoe stores	8.0	6.7	6.8	4.7	7.8
Men's clothing stores	8.4	4.6	4.6	3.3	8.1
Women's clothing stores	41.3	29.2	32.1	23.8	44.7
Other clothing stores	59.5	41.2	32.3	25.7	55.4
Household furniture and appliance stores	84.5	62.1	51.0	45.9	68.5
Household furnishings store	17.3	15.5	14.5	11.8	15.2
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	426.3	510.6	600.6	431.7	431.1
Gasoline service stations	167.0	173.7	152.6	117.1	132.6
Automotive parts, accessories and services	129.5	113.6	116.9	86.6	124.4
General merchandise stores	330.9	220.1	207.6	164.2	311.5
Other semi-durable goods stores	85.6	68.8	59.5	45.0	79.0
Other durable goods stores	60.8	44.1	38.7	31.4	57.4
Other retail stores	126.0	120.0	107.7	80.3	113.0
Total, all stores	2,234.4	2,085.7	2,071.0	1,670.2	2,099.4

Tableau 3

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	
Per cent – Pourcentage					
					Île-du-Prince-Édouard
14.5	14.3	16.5	11.4	5.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-	-1.1	-2.8	-1.8	3.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour femmes
15.5	9.1	11.8	2.6	6.6	Autres magasins de vêtements
12.5	20.3	14.5	5.4	10.0	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
13.0	4.1	-	25.0	43.8	Magasins d'accessoires d'ameublement
27.1	19.5	1.1	6.8	-4.1	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
26.7	18.9	2.2	-15.4	-24.5	Stations-service
5.8	3.8	5.9	9.6	26.5	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
19.6	27.8	6.5	-3.0	-5.4	Magasins de marchandises diverses
-4.8	2.3	5.9	8.2	1.6	Autres magasins de produits semi-durables
19.7	21.8	53.8	15.4	13.0	Autres magasins de produits durables
0.7	8.6	11.6	7.2	18.4	Autres magasins de vente au détail
14.3	13.6	7.8	4.7	1.2	Total, ensemble des magasins
					Nouvelle-Écosse
6.3	5.1	5.8	2.3	3.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
6.1	1.3	-0.5	-1.7	1.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
2.6	-2.9	-5.6	-	-4.9	Magasins de chaussures
3.7	4.5	-6.1	-10.8	3.8	Magasins de vêtements pour hommes
-7.6	-9.9	10.7	19.0	14.9	Magasins de vêtements pour femmes
7.4	7.6	12.5	11.3	9.9	Autres magasins de vêtements
23.4	20.8	17.0	13.1	11.9	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
13.8	50.5	64.8	51.3	34.5	Magasins d'accessoires d'ameublement
-1.1	3.1	-0.2	3.1	0.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
25.9	18.6	16.4	-1.5	5.6	Stations-service
4.1	3.3	3.3	9.3	10.2	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
6.2	11.0	9.2	9.6	6.9	Magasins de marchandises diverses
8.4	-	-9.8	6.9	11.1	Autres magasins de produits semi-durables
5.9	4.0	1.8	18.5	11.9	Autres magasins de produits durables
11.5	6.5	8.7	5.8	6.2	Autres magasins de vente au détail
6.4	6.1	4.5	4.3	5.1	Total, ensemble des magasins

Table 3**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV
Millions of dollars – Millions de dollars					
New Brunswick					
Supermarkets and grocery stores	429.9	426.1	398.3	353.8	392.0
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	97.8	87.1	84.7	80.3	91.5
Shoe stores	7.5	6.9	6.7	4.1	7.4
Men's clothing stores	10.4	6.2	5.8	5.1	11.4
Women's clothing stores	30.5	20.7	21.0	14.4	28.6
Other clothing stores	47.7	33.8	27.4	21.5	44.2
Household furniture and appliance stores	64.0	49.6	40.9	37.6	58.1
Household furnishings stores	17.7	14.4	12.2	9.5	14.6
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	384.9	483.7	542.3	336.5	300.6
Gasoline service stations	126.2	134.1	110.8	96.2	114.0
Automotive parts, accessories and services	113.5	99.5	106.3	73.6	108.4
General merchandise stores	262.3	179.1	167.1	129.3	246.3
Other semi-durable goods stores	56.8	51.7	50.2	37.8	56.1
Other durable goods stores	42.2	29.0	25.3	18.6	38.1
Other retail stores	78.0	79.5	68.1	49.0	71.8
Total, all stores	1,781.7	1,718.7	1,685.5	1,280.5	1,598.4
Quebec					
Supermarkets and grocery stores	3,627.9	3,678.6	3,598.1	3,334.3	3,506.8
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	759.3	693.7	689.6	681.0	730.6
Shoe stores	171.8	134.3	155.2	88.6	170.0
Men's clothing stores	113.0	72.5	86.2	60.3	120.9
Women's clothing stores	373.7	294.3	317.5	219.6	356.6
Other clothing stores	521.2	435.0	433.2	303.0	492.7
Household furniture and appliance stores	891.7	776.1	697.6	543.4	802.1
Household furnishings stores	141.5	119.6	120.1	90.2	135.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	3,729.4	4,456.9	5,045.2	3,580.8	3,526.2
Gasoline service stations	962.3	937.6	827.6	711.4	757.9
Automotive parts, accessories and services	1,039.8	920.6	1,008.3	722.2	978.2
General merchandise stores	1,819.3	1,427.8	1,439.3	1,116.8	1,741.5
Other semi-durable goods stores	443.2	450.9	460.8	299.5	477.7
Other durable goods stores	429.8	359.9	367.0	292.7	427.4
Other retail stores	596.1	505.8	511.2	371.0	513.6
Total, all stores	15,959.7	15,587.4	16,087.4	12,718.0	15,078.3

Tableau 3

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	
Per cent – Pourcentage					
					Nouveau-Brunswick
9.7	9.5	5.9	2.5	6.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
6.9	5.8	5.0	2.7	4.0	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
1.4	15.0	17.5	13.9	8.8	Magasins de chaussures
-8.8	-1.6	-1.7	18.6	20.0	Magasins de vêtements pour hommes
6.6	3.0	7.1	7.5	2.9	Magasins de vêtements pour femmes
7.9	3.4	7.0	10.3	10.2	Autres magasins de vêtements
10.2	17.5	6.5	15.3	11.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
21.2	11.6	4.3	13.1	10.6	Magasins d'accessoires d'ameublement
28.0	20.1	7.4	8.2	-17.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
10.7	5.3	-0.9	-12.4	-6.5	Stations-service
4.7	2.3	3.7	7.9	23.0	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
6.5	8.4	5.0	4.9	4.6	Magasins de marchandises diverses
1.2	8.6	6.6	37.5	11.3	Autres magasins de produits semi-durables
10.8	8.2	6.8	10.1	10.4	Autres magasins de produits durables
8.6	8.0	7.8	10.1	22.1	Autres magasins de vente au détail
11.5	10.9	5.9	5.1	1.1	Total, ensemble des magasins
					Québec
3.5	5.1	5.1	4.1	6.1	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
3.9	-3.1	-5.6	-2.4	-2.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
1.1	-5.1	-5.0	-2.1	-3.6	Magasins de chaussures
-6.5	-7.1	-8.1	-0.3	5.4	Magasins de vêtements pour hommes
4.8	-4.3	-4.5	-4.3	-7.5	Magasins de vêtements pour femmes
5.8	0.2	6.8	7.4	9.2	Autres magasins de vêtements
11.2	9.5	9.9	12.7	9.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
4.2	-4.9	-5.6	6.7	9.3	Magasins d'accessoires d'ameublement
5.8	12.1	7.9	15.5	1.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
27.0	19.7	10.9	-0.9	-10.5	Stations-service
6.3	5.8	2.8	-2.1	4.2	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
4.5	8.0	6.0	6.3	3.5	Magasins de marchandises diverses
-7.2	-5.9	-7.1	-8.4	4.3	Autres magasins de produits semi-durables
0.6	2.0	6.6	22.3	8.4	Autres magasins de produits durables
16.1	13.4	7.9	12.7	13.7	Autres magasins de vente au détail
5.8	6.9	4.9	6.6	3.0	Total, ensemble des magasins

Table 3**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV
Millions of dollars – Millions de dollars					
Ontario					
Supermarkets and grocery stores	4,391.1	4,331.2	4,376.3	4,053.3	4,279.8
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	1,502.5	1,381.7	1,395.9	1,339.0	1,450.5
Shoe stores	173.0	149.7	171.5	121.1	179.1
Men's clothing stores	248.6	153.1	158.9	116.7	240.4
Women's clothing stores	585.8	439.5	458.4	336.0	555.3
Other clothing stores	896.4	656.8	594.1	473.4	827.5
Household furniture and appliance stores	1,283.0	1,047.3	923.6	819.0	1,121.1
Household furnishings stores	346.2	286.4	258.5	219.1	307.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6,556.1	7,195.4	7,606.1	5,688.7	5,738.6
Gasoline service stations	1,867.0	1,811.3	1,656.7	1,392.1	1,491.6
Automotive parts, accessories and services	1,610.2	1,459.2	1,555.1	1,191.3	1,507.1
General merchandise stores	3,957.1	2,940.1	2,811.2	2,215.1	3,744.1
Other semi-durable goods stores	1,161.8	1,017.0	972.7	678.3	1,120.1
Other durable goods stores	911.8	708.2	669.7	532.0	881.9
Other retail stores	1,722.6	1,602.0	1,405.9	1,071.0	1,460.5
Total, all stores	27,753.2	25,676.0	25,509.6	20,673.2	25,410.2
Manitoba					
Supermarkets and grocery stores	557.8	545.9	532.3	491.0	536.7
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	80.9	70.4	68.8	69.5	76.1
Shoe stores	13.6	11.1	12.3	8.9	15.5
Men's clothing stores	17.2	10.8	11.8	7.9	17.0
Women's clothing stores	36.5	29.8	30.1	21.9	34.4
Other clothing stores	66.0	50.8	45.3	37.5	67.3
Household furniture and appliance stores	107.0	85.5	74.6	72.6	103.2
Household furnishings stores	17.6	16.3	14.1	10.8	14.5
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	623.6	684.5	710.9	597.4	631.4
Gasoline service stations	182.6	179.4	162.0	139.5	144.4
Automotive parts, accessories and services	122.4	111.0	123.0	98.4	123.1
General merchandise stores	380.9	285.0	279.3	224.9	372.8
Other semi-durable goods stores	76.0	54.8	54.3	41.6	74.6
Other durable goods stores	65.9	54.7	55.9	41.2	61.7
Other retail stores	112.4	100.8	94.0	72.3	103.8
Total, all stores	2,483.4	2,309.9	2,287.0	1,950.4	2,397.5

Tableau 3

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	
Per cent – Pourcentage					
					Ontario
2.6	-0.5	-0.5	0.2	1.4	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
3.6	3.9	6.4	10.5	10.5	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-3.4	-7.7	-1.4	2.5	-4.5	Magasins de chaussures
3.4	2.8	-0.6	-3.5	2.0	Magasins de vêtements pour hommes
5.5	3.0	3.9	4.1	5.6	Magasins de vêtements pour femmes
8.3	13.2	18.7	9.0	10.6	Autres magasins de vêtements
14.4	11.7	12.7	8.9	13.4	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
12.6	9.4	9.4	4.4	13.7	Magasins d'accessoires d'ameublement
14.2	15.1	3.2	12.0	-0.3	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
25.2	17.0	10.6	3.6	-6.6	Stations-service
6.8	3.4	5.6	12.1	15.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
5.7	12.7	8.5	9.0	5.9	Magasins de marchandises diverses
3.7	14.3	11.1	9.6	5.2	Autres magasins de produits semi-durables
3.4	2.9	3.9	12.0	9.7	Autres magasins de produits durables
17.9	13.3	11.6	4.7	7.6	Autres magasins de vente au détail
9.2	9.4	5.3	7.3	4.1	Total, ensemble des magasins
					Manitoba
3.9	2.0	-0.4	-1.0	5.0	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
6.3	1.4	1.5	3.0	-0.3	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-12.3	-11.2	-3.9	-1.1	11.5	Magasins de chaussures
1.2	16.1	4.4	1.3	4.9	Magasins de vêtements pour hommes
6.1	9.6	9.9	9.0	3.3	Magasins de vêtements pour femmes
-1.9	5.2	4.4	4.5	2.3	Autres magasins de vêtements
3.7	6.6	4.3	5.5	11.7	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
21.4	23.5	11.0	1.9	-6.5	Magasins d'accessoires d'ameublement
-1.2	1.9	-4.8	5.1	-7.7	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
26.5	14.8	6.6	5.0	-2.9	Stations-service
-0.6	-5.9	2.8	12.3	7.4	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2.2	8.0	4.6	5.5	2.8	Magasins de marchandises diverses
1.9	12.5	8.4	6.1	-2.6	Autres magasins de produits semi-durables
6.8	4.8	2.4	4.8	-	Autres magasins de produits durables
8.3	11.3	7.9	6.6	5.1	Autres magasins de vente au détail
3.6	4.2	0.4	3.7	0.3	Total, ensemble des magasins

Table 3**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV
Millions of dollars – Millions de dollars					
Saskatchewan					
Supermarkets and grocery stores	469.1	477.0	466.0	425.5	473.0
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	100.2	94.6	95.8	97.8	106.1
Shoe stores	6.1	5.4	6.2	4.6	6.5
Men's clothing stores	12.0	7.6	8.2	6.4	13.0
Women's clothing stores	30.9	24.2	25.7	18.9	30.6
Other clothing stores	58.1	44.5	39.3	31.1	55.7
Household furniture and appliance stores	89.0	61.6	57.2	55.2	81.6
Household furnishings stores	22.2	19.8	19.3	15.8	20.6
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	481.7	500.8	530.3	411.0	462.6
Gasoline service stations	174.1	178.8	154.6	126.1	137.8
Automotive parts, accessories and services	139.4	131.7	130.8	103.6	139.6
General merchandise stores	342.1	261.5	251.5	204.5	325.8
Other semi-durable goods stores	57.1	43.6	47.9	35.2	57.0
Other durable goods stores	66.5	47.7	46.0	35.2	61.3
Other retail stores	80.3	72.4	67.8	53.7	75.4
Total, all stores	2,149.1	1,985.9	1,960.5	1,636.8	2,063.7
Alberta					
Supermarkets and grocery stores	1,688.4	1,636.5	1,572.6	1,463.9	1,593.4
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	363.7	316.8	311.6	300.3	338.7
Shoe stores	37.0	33.9	33.7	25.4	37.1
Men's clothing stores	68.9	42.8	44.9	37.7	72.3
Women's clothing stores	129.6	104.4	102.7	83.4	126.9
Other clothing stores	242.6	203.4	167.4	141.6	247.6
Household furniture and appliance stores	461.2	353.7	304.8	288.1	416.2
Household furnishings store	86.1	74.5	72.0	63.0	85.6
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	2,034.5	2,066.2	2,133.3	1,701.5	1,771.9
Gasoline service stations	540.4	558.7	491.2	406.4	435.7
Automotive parts, accessories and services	437.2	427.5	429.5	328.4	433.2
General merchandise stores	1,108.9	841.7	793.8	653.3	1,059.1
Other semi-durable goods stores	265.6	209.8	210.7	159.5	253.8
Other durable goods stores	259.8	214.2	197.8	161.1	256.1
Other retail stores	465.5	436.4	413.3	336.8	435.2
Total, all stores	8,243.6	7,565.9	7,323.5	6,192.5	7,619.6

Tableau 3

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	
Per cent – Pourcentage					
Saskatchewan					
-0.8	-1.6	-2.5	-0.9	1.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
-5.6	-3.8	-1.1	0.9	0.6	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-6.2	-6.9	-13.9	-14.8	-7.1	Magasins de chaussures
-7.7	-6.2	-9.9	-11.1	-3.0	Magasins de vêtements pour hommes
1.0	0.4	4.0	-5.0	-9.7	Magasins de vêtements pour femmes
4.3	6.5	3.7	11.5	5.3	Autres magasins de vêtements
9.1	3.5	7.7	2.4	-2.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
7.8	1.5	4.3	1.9	-8.4	Magasins d'accessoires d'ameublement
4.1	2.1	-2.3	-7.4	-15.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
26.3	18.0	9.0	0.2	-1.6	Stations-service
-0.1	-7.8	3.4	-	12.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
5.0	8.6	5.5	4.6	2.1	Magasins de marchandises diverses
0.2	-	-3.4	-7.1	-14.7	Autres magasins de produits semi-durables
8.5	3.0	1.5	5.4	6.1	Autres magasins de produits durables
6.5	1.4	0.9	1.9	-1.2	Autres magasins de vente au détail
4.1	2.2	0.4	-1.5	-3.3	Total, ensemble des magasins
Alberta					
6.0	3.7	2.4	5.1	8.5	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
7.4	9.9	6.0	5.0	-1.8	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
-0.3	-5.6	-8.4	-4.2	-2.6	Magasins de chaussures
-4.7	-1.8	-8.4	-15.1	-4.5	Magasins de vêtements pour hommes
2.1	0.1	0.5	9.0	3.9	Magasins de vêtements pour femmes
-2.0	-5.7	-7.2	-3.1	0.4	Autres magasins de vêtements
10.8	11.1	6.2	4.8	7.3	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
0.6	-1.3	-2.3	2.8	4.9	Magasins d'accessoires d'ameublement
14.8	7.2	-5.0	-0.4	-11.8	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
24.0	15.3	4.5	-5.1	-9.6	Stations-service
0.9	2.4	1.5	3.7	11.9	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
4.7	9.4	5.3	7.6	5.7	Magasins de marchandises diverses
4.6	5.9	5.1	8.2	2.4	Autres magasins de produits semi-durables
1.4	0.9	-1.3	4.7	6.1	Autres magasins de produits durables
7.0	6.1	7.4	9.0	6.9	Autres magasins de vente au détail
8.2	6.1	0.5	2.8	0.2	Total, ensemble des magasins

Table 3**Retail Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV
Millions of dollars – Millions de dollars					
British Columbia					
Supermarkets and grocery stores	2,013.6	2,001.2	1,928.2	1,806.3	1,921.7
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	518.5	438.3	425.5	412.7	469.0
Shoe stores	52.7	50.1	50.9	37.8	51.8
Men's clothing stores	66.6	41.2	41.0	33.7	65.1
Women's clothing stores	159.7	141.5	130.6	104.1	154.8
Other clothing stores	272.1	220.2	189.5	160.8	259.3
Household furniture and appliance stores	469.7	366.3	331.1	328.7	446.3
Household furnishings stores	119.5	105.6	96.5	87.8	117.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	1,800.3	2,048.1	2,192.1	1,798.4	1,730.4
Gasoline service stations	589.7	679.8	597.2	462.6	529.5
Automotive parts, accessories and services	457.3	446.8	435.0	371.4	428.3
General merchandise stores	1,262.4	991.8	936.0	777.0	1,220.7
Other semi-durable goods stores	326.8	290.5	299.2	220.3	342.4
Other durable goods stores	345.2	290.4	262.0	243.5	337.2
Other retail stores	500.3	466.9	429.1	357.8	467.7
Total, all stores	9,107.0	8,719.3	8,488.1	7,339.1	8,695.0
Yukon, Northwest Territories and Nunavut					
Supermarkets and grocery stores	53.9	55.9	53.0	46.6	49.5
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	1.4	1.2	1.2	0.9	1.5
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	5.7	4.8	4.4	4.0	5.1
Household furnishings stores	1.5	1.0	0.8	0.5	0.8
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	x	x	x	29.3
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	65.2	60.7	60.0	52.0	60.5
Other semi-durable goods stores	7.7	7.7	7.0	4.9	7.6
Other durable goods stores	6.2	6.5	5.8	3.5	6.5
Other retail stores	11.2	12.1	10.4	8.9	10.3
Total, all stores	233.7	240.2	226.9	187.6	210.4

Tableau 3

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	
Per cent – Pourcentage					
Colombie-Britannique					
4.8	2.0	-0.3	-0.2	-5.3	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
10.6	7.7	2.3	4.7	-3.2	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
1.7	0.2	2.2	-2.1	-	Magasins de chaussures
2.3	-1.4	-4.4	-9.4	-6.2	Magasins de vêtements pour hommes
3.2	6.2	-4.2	-1.7	-5.9	Magasins de vêtements pour femmes
4.9	8.5	10.4	7.4	3.6	Autres magasins de vêtements
5.2	0.7	1.7	5.9	-0.2	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
1.4	5.6	1.6	-1.0	-5.2	Magasins d'accessoires d'ameublement
4.0	-0.6	-2.4	0.0	-7.4	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
11.4	6.5	-7.8	-21.6	-13.2	Stations-service
6.8	6.8	0.2	1.8	3.1	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
3.4	9.5	4.4	3.7	-0.1	Magasins de marchandises diverses
-4.6	0.4	2.7	2.6	-0.6	Autres magasins de produits semi-durables
2.4	-2.3	-0.2	6.9	1.2	Autres magasins de produits durables
7.0	4.1	1.5	-2.0	0.8	Autres magasins de vente au détail
4.7	3.1	-0.3	-0.5	-3.6	Total, ensemble des magasins
Yukon, Territoires du Nord-Ouest et Nunavut					
8.9	7.9	5.0	2.9	-	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
x	x	x	x	x	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
-6.7	-	-7.7	-	-16.7	Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x	x	x	Autres magasins de vêtements
11.8	6.7	15.8	5.3	-12.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
87.5	11.1	-	-44.4	-20.0	Magasins d'accessoires d'ameublement
x	x	x	x	-4.9	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x	x	x	x	Stations-service
x	x	x	x	x	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
7.8	8.4	14.5	6.3	-1.1	Magasins de marchandises diverses
1.3	-2.5	-2.8	-	-11.6	Autres magasins de produits semi-durables
-4.6	1.6	3.6	-2.8	12.1	Autres magasins de produits durables
8.7	-	-19.4	2.3	-	Autres magasins de vente au détail
11.1	9.4	6.4	4.5	-0.3	Total, ensemble des magasins

Table 3**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV
Millions of dollars – Millions de dollars					
Yukon					
Supermarkets and grocery stores	25.4	26.6	25.0	22.0	24.1
All other food stores	x	x	x	x	x
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	x
Shoe stores	x	x	x	x	x
Men's clothing stores	x	x	x	x	x
Women's clothing stores	x	x	x	x	x
Other clothing stores	x	x	x	x	x
Household furniture and appliance stores	x	x	x	x	x
Household furnishings stores	x	x	x	x	x
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	x	x	x	13.1
Gasoline service stations	x	x	x	x	x
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	x
General merchandise stores	x	x	x	x	x
Other semi-durable goods stores	3.8	4.6	3.7	2.2	3.8
Other durable goods stores	x	x	x	x	x
Other retail stores	x	x	x	x	x
Total, all stores	81.6	93.1	88.5	65.6	77.2
Northwest Territories					
Supermarkets and grocery stores	20.9	22.0	20.0	17.9	
All other food stores	x	x	x	x	
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	
Shoe stores	x	x	x	x	
Men's clothing stores	x	x	x	x	
Women's clothing stores	x	x	x	x	
Other clothing stores	x	x	x	x	
Household furniture and appliance stores	x	x	x	x	
Household furnishings stores	x	x	x	x	
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	24.3	26.5	20.5	x	
Gasoline service stations	6.1	5.3	4.6	6.2	
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	
General merchandise stores	x	x	x	x	
Other semi-durable goods stores	x	x	x	1.9	
Other durable goods stores	3.1	2.4	2.9	1.8	
Other retail stores	x	x	x	x	
Total, all stores	106.4	102.9	93.8	83.2	

Tableau 3

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	
Per cent – Pourcentage					
					Yukon
5.4	-	2.0	0.5	-3.2	Supermarchés d'alimentation et épiceries
x	x	x	x	x	Tous les autres magasins d'alimentation
x	x	x	x	x	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
x	x	x	x	x	Magasins de chaussures
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour hommes
x	x	x	x	x	Magasins de vêtements pour femmes
x	x	x	x	x	Autres magasins de vêtements
x	x	x	x	x	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
x	x	x	x	x	Magasins d'accessoires d'ameublement
x	x	x	x	-3.0	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
x	x	x	x	x	Stations-service
x	x	x	x	x	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
x	x	x	x	x	Magasins de marchandises diverses
-	2.2	8.8	-8.3	-13.6	Autres magasins de produits semi-durables
x	x	x	x	x	Autres magasins de produits durables
x	x	x	x	x	Autres magasins de vente au détail
5.7	3.9	8.2	4.0	-0.8	Total, ensemble des magasins
					Territoires du Nord-Ouest
					Supermarchés d'alimentation et épiceries
					Tous les autres magasins d'alimentation
					Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
					Magasins de chaussures
					Magasins de vêtements pour hommes
					Magasins de vêtements pour femmes
					Autres magasins de vêtements
					Magasins de meubles et d'appareils ménagers
					Magasins d'accessoires d'ameublement
					Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
					Stations-service
					Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
					Magasins de marchandises diverses
					Autres magasins de produits semi-durables
					Autres magasins de produits durables
					Autres magasins de vente au détail
					Total, ensemble des magasins

Table 3**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region
(Quarterly Estimates)**

Trade Group	Sales Ventes				
	Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV
Millions of dollars – Millions de dollars					
Nunavut					
Supermarkets and grocery stores	7.6	7.3	8.0	6.7	
All other food stores	x	x	x	x	
Drugs and patent medicine stores	x	x	x	x	
Shoe stores	x	x	x	x	
Men's clothing stores	x	x	x	x	
Women's clothing stores	x	x	x	x	
Other clothing stores	x	x	x	x	
Household furniture and appliance stores	x	x	x	x	
Household furnishings stores	x	x	x	x	
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	x	x	x	x	
Gasoline service stations	x	x	x	x	
Automotive parts, accessories and services	x	x	x	x	
General merchandise stores	x	x	x	x	
Other semi-durable goods stores	x	x	x	0.7	
Other durable goods stores	x	x	x	x	
Other retail stores	x	x	x	x	
Total, all stores	45.8	44.2	44.6	38.8	

Tableau 3**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations trimestrielles)**

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					Groupe de commerce
Quarter IV 1999 Trimestre IV	Quarter III 1999 Trimestre III	Quarter II 1999 Trimestre II	Quarter I 1999 Trimestre I	Quarter IV 1998 Trimestre IV	
Per cent – Pourcentage					
					Nunavut
					Supermarchés d'alimentation et épiceries
					Tous les autres magasins d'alimentation
					Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
					Magasins de chaussures
					Magasins de vêtements pour hommes
					Magasins de vêtements pour femmes
					Autres magasins de vêtements
					Magasins de meubles et d'appareils ménagers
					Magasins d'accessoires d'ameublement
					Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
					Stations-service
					Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
					Magasins de marchandises diverses
					Autres magasins de produits semi-durables
					Autres magasins de produits durables
					Autres magasins de vente au détail
					Total, ensemble des magasins

Table 4**Retail Trade Sample Response Fraction and coefficient of Variation
(Current Periods)**

	Response fraction Fraction de réponse			
	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre
	Per cent – Pourcentage			
Trade Group - Canada				
Supermarkets and grocery stores	92.4	93.8	94.6	95.1
All other food stores	86.7	89.7	86.9	88.5
Drugs and patent medicine stores	90.9	91.4	93.1	91.5
Shoe stores	94.1	95.3	85.7	88.9
Men's clothing stores	90.8	91.0	90.5	91.2
Women's clothing stores	93.4	95.0	93.3	94.1
Other clothing stores	92.2	94.7	94.9	96.3
Household furniture and appliance stores	89.6	93.2	93.2	93.2
Household furnishings stores	88.3	85.3	88.6	89.3
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	94.2	95.7	94.4	95.4
Gasoline service stations	88.7	93.2	92.7	93.7
Automotive parts, accessories and services	91.5	93.0	92.1	95.5
General merchandise stores	99.0	99.3	99.3	99.0
Other semi-durable goods stores	90.8	91.0	90.5	91.9
Other durable goods stores	91.9	92.5	91.5	91.5
Other retail stores	95.3	94.7	95.5	95.0
Total, all stores	93.2	94.6	94.3	94.9
Regions				
Newfoundland	93.6	96.8	97.1	97.0
Prince Edward Island	93.9	94.6	94.2	92.2
Nova Scotia	96.0	96.3	96.6	96.0
New Brunswick	94.0	95.2	94.8	94.4
Quebec	91.4	94.5	92.9	94.9
Ontario	93.4	94.8	94.6	95.0
Manitoba	94.1	93.6	92.9	92.5
Saskatchewan	92.8	93.5	94.4	94.7
Alberta	93.4	93.7	94.9	95.0
British Columbia	94.7	94.4	94.6	94.8
Yukon	89.6	89.5	88.7	89.4
Nunavut	89.1	99.8	82.5	98.8
Northwest Territories	95.1	96.0	94.7	95.0

Tableau 4

Commerce de détail, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation (périodes courantes)

Coefficient of variation Coefficient de variation			
December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre
Per cent – Pourcentage			
Groupe de commerce - Canada			
1.5	1.5	1.5	1.5 Supermarchés d'alimentation et épiceries
6.4	5.6	5.7	5.6 Tous les autres magasins d'alimentation
2.0	2.0	2.4	2.3 Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
3.5	3.2	3.1	3.3 Magasins de chaussures
3.3	3.2	3.4	3.1 Magasins de vêtements pour hommes
2.6	2.6	3.3	3.6 Magasins de vêtements pour femmes
1.8	1.7	2.0	2.3 Autres magasins de vêtements
4.4	3.9	4.5	3.9 Magasins de meubles et d'appareils ménagers
4.0	3.5	4.4	4.1 Magasins d'accessoires d'ameublement
3.4	3.6	3.5	3.8 Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
2.5	2.5	2.5	2.5 Stations-service
2.4	2.6	2.5	2.4 Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
0.6	0.7	0.8	0.9 Magasins de marchandises diverses
3.7	4.3	4.6	4.2 Autres magasins de produits semi-durables
3.5	3.4	4.1	3.6 Autres magasins de produits durables
1.6	2.2	2.1	2.5 Autres magasins de vente au détail
0.9	1.0	1.0	1.2 Total, ensemble des magasins
Régions			
2.8	3.8	3.9	4.7 Terre-Neuve
1.4	1.6	2.0	2.3 Île-du-Prince-Édouard
3.6	4.2	4.9	4.5 Nouvelle-Écosse
2.7	2.9	3.0	2.7 Nouveau-Brunswick
2.3	2.6	2.5	3.1 Québec
1.6	1.9	1.9	2.2 Ontario
2.1	2.1	2.0	2.3 Manitoba
2.1	2.1	2.0	2.0 Saskatchewan
2.0	2.3	2.8	2.6 Alberta
1.4	1.6	1.6	1.6 Colombie-Britannique
0.5	0.5	0.5	0.4 Yukon
-	-	-	- Nunavut
-	-	-	- Territoires du Nord Ouest

Table 5**Retail Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region
(Historical Estimates)**

	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	August 1999 Août	July 1999 Juillet	June 1999 Juin
	Millions of dollars – Millions de dollars						
Trade Group - Canada							
Supermarkets and grocery stores	4,707.4	4,604.0	4,576.4	4,561.6	4,554.9	4,527.9	4,523.7
All other food stores	373.8	372.3	367.2	368.2	364.2	360.8	363.9
Drugs and patent medicine stores	1,128.0	1,140.4	1,125.4	1,125.9	1,120.2	1,119.8	1,111.6
Shoe stores	135.7	128.1	140.4	129.3	131.2	136.1	127.3
Men's clothing stores	128.4	130.0	133.2	127.3	132.6	129.3	123.1
Women's clothing stores	376.6	381.3	378.4	361.1	377.0	374.0	366.9
Other clothing stores	558.7	556.7	567.0	552.9	559.9	573.1	555.1
Household furniture and appliance stores	968.3	946.4	978.4	929.3	939.0	937.5	954.6
Household furnishings stores	222.7	232.4	222.8	212.6	214.8	215.4	201.4
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	6,134.3	5,888.5	5,660.8	6,079.1	5,989.3	5,857.0	5,702.5
Gasoline service stations	1,606.9	1,556.7	1,546.9	1,526.5	1,511.4	1,443.9	1,401.2
Automotive parts, accessories and services	1,316.3	1,291.0	1,252.7	1,259.5	1,252.2	1,216.4	1,246.0
General merchandise stores	2,473.3	2,437.9	2,561.3	2,578.1	2,561.8	2,541.0	2,492.4
Other semi-durable goods stores	680.0	715.2	716.0	709.2	734.0	724.2	711.1
Other durable goods stores	585.5	580.5	590.2	582.3	582.5	577.9	577.6
Other retail stores	1,132.4	1,114.4	1,098.1	1,085.4	1,056.7	1,064.1	1,061.4
Total, all stores	22,528.2	22,075.7	21,915.2	22,188.2	22,081.6	21,798.5	21,519.9
Regions							
Newfoundland	352.9	353.7	346.9	352.8	344.5	342.4	348.5
Prince Edward Island	101.1	100.0	98.6	100.3	97.3	97.8	99.0
Nova Scotia	696.7	685.0	682.1	681.2	677.1	666.6	689.5
New Brunswick	561.5	549.8	545.8	550.7	556.5	543.7	535.7
Quebec	5,180.5	5,087.4	5,034.0	5,097.7	5,058.1	5,041.2	4,962.8
Ontario	8,588.2	8,478.3	8,440.7	8,483.2	8,581.5	8,378.5	8,249.2
Manitoba	782.2	755.7	736.6	773.7	768.0	746.6	741.9
Saskatchewan	673.6	655.8	632.2	656.9	658.9	641.6	637.3
Alberta	2,579.7	2,508.7	2,497.5	2,566.1	2,476.6	2,451.4	2,399.9
British Columbia	2,932.9	2,825.0	2,825.6	2,849.1	2,788.3	2,814.8	2,782.4
Yukon	28.6	27.5	26.6	28.2	27.1	27.1	27.6
Nunavut	14.1	14.5	14.5	14.9	14.4	14.4	14.9
Northwest Territories	36.1	34.2	34.2	33.4	33.1	32.3	31.1

Tableau 5

**Ventes au détail, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations historiques)**

May 1999 Mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	
Millions of dollars – Millions de dollars						
4,588.6	4,521.0	4,517.8	4,496.0	4,494.8	4,457.9	Groupe de commerce - Canada
366.1	356.5	366.6	360.4	357.2	358.9	Supermarchés d'alimentation et épiceries
1,112.2	1,106.3	1,115.5	1,112.8	1,102.1	1,070.4	Tous les autres magasins d'alimentation
						Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
141.0	141.4	140.7	137.4	139.3	139.2	Magasins de chaussures
127.4	127.4	129.2	128.5	126.0	129.0	Magasins de vêtements pour hommes
375.5	370.2	373.3	374.5	374.6	361.8	Magasins de vêtements pour femmes
567.2	559.0	555.1	547.1	530.9	517.8	Autres magasins de vêtements
916.2	862.0	890.6	887.5	888.8	881.6	Magasins de meubles et d'appareils ménagères
209.4	208.2	206.0	206.1	205.0	207.6	Magasins d'accessoires d'ameublement
5,485.1	5,623.4	5,689.0	5,601.6	5,544.3	5,464.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
1,405.3	1,392.6	1,318.0	1,286.5	1,287.4	1,276.6	Stations-service
1,239.4	1,229.5	1,228.0	1,196.7	1,253.0	1,226.7	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2,492.7	2,446.3	2,440.4	2,436.1	2,490.7	2,369.8	Magasins de marchandises diverses
712.6	700.3	712.7	682.5	706.9	688.5	Autres magasins de produits semi-durables
581.4	584.7	599.0	596.1	616.1	567.1	Autres magasins de produits durables
1,064.0	1,025.9	1,012.0	1,015.3	1,007.8	985.1	Autres magasins de vente au détail
21,384.2	21,254.7	21,294.1	21,065.0	21,125.0	20,702.5	Total, ensemble des magasins
						Régions
347.0	335.3	352.0	335.9	333.6	323.3	Terre-Neuve
93.9	90.3	92.5	89.3	89.3	85.8	Île-du-Prince-Édouard
668.9	632.2	660.6	660.0	654.5	651.1	Nouvelle-Écosse
544.4	523.4	520.5	513.2	509.2	493.8	Nouveau-Brunswick
4,994.4	4,983.1	5,019.6	4,955.4	4,965.9	4,823.3	Québec
8,193.5	8,111.1	8,085.2	7,976.2	7,960.1	7,775.3	Ontario
730.7	741.7	751.3	746.2	750.8	737.4	Manitoba
635.7	634.6	628.3	622.8	635.4	629.6	Saskatchewan
2,341.9	2,347.2	2,366.3	2,355.5	2,374.2	2,360.4	Alberta
2,761.5	2,785.7	2,744.9	2,738.3	2,780.9	2,752.4	Colombie-Britannique
27.7	27.2	26.7	28.0	26.1	26.2	Yukon
14.3	15.2	14.9	13.5	14.3		Nunavut
30.2	27.6	31.2	30.6	30.5		Territoires du Nord Ouest

Table 6**Retail Sales, not Seasonally Adjusted, by Trade Group and by Region
(Historical Estimates)**

	December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	August 1999 Août	July 1999 Juillet	June 1999 Juin
	Millions of dollars – Millions de dollars						
Trade Group - Canada							
Supermarkets and grocery stores	5,123.6	4,324.5	4,651.7	4,542.2	4,504.2	4,991.1	4,559.3
All other food stores	468.9	350.6	365.5	358.9	359.9	385.1	379.3
Drugs and patent medicine stores	1,424.8	1,120.6	1,122.0	1,100.1	1,095.3	1,103.3	1,094.2
Shoe stores	176.9	140.3	159.1	139.0	135.0	129.8	140.2
Men's clothing stores	261.9	156.6	138.6	120.0	109.6	115.8	125.9
Women's clothing stores	607.6	408.8	399.6	373.6	358.7	371.1	371.5
Other clothing stores	972.9	617.5	614.8	586.0	604.4	524.9	507.6
Household furniture and appliance stores	1,455.8	1,046.1	1,010.2	959.7	943.5	946.0	911.4
Household furnishings stores	284.4	261.0	232.0	216.4	220.4	223.7	215.9
Motor vehicle and recreational vehicle dealers	5,391.6	5,512.6	5,440.7	6,160.8	5,974.3	6,203.9	6,877.1
Gasoline service stations	1,617.3	1,523.3	1,593.2	1,566.3	1,642.9	1,583.7	1,467.5
Automotive parts, accessories and services	1,463.8	1,431.7	1,255.0	1,243.1	1,225.1	1,327.6	1,391.3
General merchandise stores	4,145.1	2,960.5	2,683.0	2,499.6	2,478.0	2,411.2	2,388.0
Other semi-durable goods stores	1,061.8	767.7	691.5	722.6	756.0	759.1	762.9
Other durable goods stores	1,127.7	554.4	533.8	566.2	609.5	598.9	569.1
Other retail stores	1,623.1	1,039.2	1,091.4	1,075.6	1,113.9	1,264.4	1,107.6
Total, all stores	27,207.2	22,215.5	21,982.0	22,230.1	22,130.7	22,939.7	22,868.9
Regions							
Newfoundland	428.5	371.1	346.6	349.5	357.1	374.0	373.8
Prince Edward Island	120.0	97.0	95.8	101.1	110.9	119.0	109.6
Nova Scotia	855.6	700.2	678.5	673.1	693.9	718.7	726.1
New Brunswick	672.8	557.4	551.4	551.2	574.9	592.6	584.5
Quebec	5,869.6	5,026.7	5,063.3	5,133.7	5,076.4	5,377.4	5,335.0
Ontario	10,674.8	8,661.2	8,417.2	8,533.9	8,446.6	8,695.5	8,828.9
Manitoba	968.3	760.8	754.3	773.7	764.3	771.8	776.6
Saskatchewan	820.1	667.2	661.8	651.7	662.6	671.6	673.9
Alberta	3,176.5	2,541.9	2,525.1	2,538.3	2,492.6	2,535.0	2,504.9
British Columbia	3,531.1	2,761.6	2,814.3	2,846.8	2,872.4	3,000.0	2,874.0
Yukon	31.4	24.9	25.2	29.0	30.8	33.3	32.4
Nunavut	17.0	14.0	14.8	14.4	14.9	14.9	14.2
Northwest Territories	41.3	31.5	33.6	33.7	33.2	36.0	35.0

Tableau 6

**Ventes au détail, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région
(estimations historiques)**

May 1999 Mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	Year 1999 Année	
Millions of dollars – Millions de dollars							
							Groupe de commerce - Canada
4,700.0	4,520.1	4,289.5	3,981.0	4,478.8	4,739.8	54,666.0	Supermarchés d'alimentation et épiceries
379.3	351.1	345.5	315.8	321.8	443.2	4,381.7	Tous les autres magasins d'alimentation
1,094.1	1,092.4	1,100.2	1,020.4	1,063.5	1,342.0	13,430.9	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
165.0	143.1	109.0	81.3	108.4	176.8	1,627.1	Magasins de chaussures
126.3	115.2	95.9	80.0	99.1	262.2	1,544.9	Magasins de vêtements pour hommes
402.4	363.0	308.3	252.2	274.3	583.8	4,491.1	Magasins de vêtements pour femmes
540.8	501.4	466.9	356.9	387.0	892.5	6,681.1	Autres magasins de vêtements
834.8	775.1	791.5	689.3	743.7	1,306.5	11,107.1	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
205.1	193.1	194.5	160.1	158.4	264.0	2,565.0	Magasins d'accessoires d'ameublement
6,464.1	6,457.2	6,102.2	4,535.2	4,192.9	4,732.2	69,312.6	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
1,453.1	1,344.8	1,255.9	1,106.0	1,183.5	1,261.3	17,337.5	Stations-service
1,366.5	1,236.3	1,094.7	899.7	1,043.0	1,349.6	14,977.8	Magasins de pièces et d'accessoires pour automobiles et services
2,452.6	2,266.7	2,105.9	1,743.3	1,815.7	3,953.3	29,949.6	Magasins de marchandises diverses
806.1	629.6	553.7	478.6	513.0	1,073.3	8,502.6	Autres magasins de produits semi-durables
583.0	533.0	469.0	423.3	477.6	1,069.7	7,045.5	Autres magasins de produits durables
1,091.4	958.5	863.0	776.8	800.3	1,365.8	12,805.2	Autres magasins de vente au détail
22,664.4	21,480.5	20,145.7	16,900.1	17,661.2	24,816.3	260,426.0	Total, ensemble des magasins
							Régions
371.0	335.8	323.3	256.8	262.5	394.5	4,150.0	Terre-Neuve
98.8	85.2	80.4	66.3	69.3	102.9	1,153.4	Île-du-Prince-Édouard
701.6	643.3	605.6	526.1	538.5	788.4	8,061.2	Nouvelle-Écosse
577.4	523.6	478.8	398.4	403.2	590.6	6,466.2	Nouveau-Brunswick
5,497.5	5,255.0	4,743.3	3,903.2	4,071.6	5,432.2	60,352.7	Québec
8,613.5	8,067.2	7,611.6	6,415.9	6,645.6	9,604.9	99,611.9	Ontario
761.8	748.6	714.7	600.6	635.2	898.4	9,030.7	Manitoba
652.8	633.8	585.4	500.4	551.0	759.7	7,732.3	Saskatchewan
2,466.9	2,351.6	2,279.7	1,898.1	2,014.7	2,873.0	29,325.3	Alberta
2,846.7	2,767.4	2,652.4	2,276.0	2,410.6	3,293.2	33,653.3	Colombie-Britannique
30.3	25.8	24.6	20.6	20.4	28.2	328.7	Yukon
14.9	15.4	14.5	12.0	12.4		173.4	Nunavut
31.1	27.7	31.3	25.6	26.2		386.2	Territoires du Nord Ouest

Table 7**Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region
(Current Periods)**

	Sales Ventes				
	December 1999	November 1999	October 1999	September 1999	Year-to-date 1999
	Décembre	Novembre	Octobre	Septembre	Cumulatif
Millions of dollars – Millions de dollars					
Regions					
Newfoundland	182.1	147.3	119.5	110.6	1,308.9
Prince Edward Island	48.6	33.9	30.0	30.5	359.1
Nova Scotia	361.6	261.5	221.6	206.0	2,521.9
New Brunswick	267.4	198.5	170.9	158.8	1,914.7
Quebec	2,317.1	1,669.1	1,678.3	1,573.7	18,890.1
Ontario	4,710.8	3,284.1	3,071.5	2,960.9	35,110.6
Manitoba	375.3	251.6	234.8	221.3	2,714.3
Saskatchewan	332.7	232.4	218.9	200.9	2,496.4
Alberta	1,314.5	888.8	820.1	799.5	9,571.4
British Columbia	1,568.2	1,036.4	988.3	990.5	11,697.1
Yukon	9.3	6.4	6.1	6.8	75.3
Nunavut	13.8	11.4	12.0	11.8	139.8
Northwest Territories	17.5	12.3	12.5	11.9	145.9
Total	11,518.8	8,033.5	7,584.6	7,283.2	86,945.2

Table 8**Department Store Type Merchandise Sales, not Seasonally Adjusted, by Region
(Historical Estimates)**

	December 1999	November 1999	October 1999	September 1999	August 1999	July 1999	June 1999
	Décembre	Novembre	Octobre	Septembre	Août	Juillet	Juin
	Millions of dollars – Millions de dollars						
Regions							
Newfoundland	182.1	147.3	119.5	110.6	107.7	105.1	101.1
Prince Edward Island	48.6	33.9	30.0	30.5	36.5	35.9	31.7
Nova Scotia	361.6	261.5	221.6	206.0	215.7	202.4	196.9
New Brunswick	267.4	198.5	170.9	158.8	163.9	155.8	150.3
Quebec	2,317.1	1,669.1	1,678.3	1,573.7	1,578.2	1,612.2	1,575.5
Ontario	4,710.8	3,284.1	3,071.5	2,960.9	2,945.6	2,873.4	2,876.7
Manitoba	375.3	251.6	234.8	221.3	227.7	220.2	217.8
Saskatchewan	332.7	232.4	218.9	200.9	209.2	200.5	204.2
Alberta	1,314.5	888.8	820.1	799.5	817.7	778.0	768.2
British Columbia	1,568.2	1,036.4	988.3	990.5	976.7	968.6	932.9
Yukon	9.3	6.4	6.1	6.8	7.6	7.5	7.0
Nunavut	13.8	11.4	12.0	11.8	12.2	12.1	11.4
Northwest Territories	17.5	12.3	12.5	11.9	11.7	12.2	13.2
Total	11,518.8	8,033.5	7,584.6	7,283.2	7,310.4	7,183.9	7,086.8

Tableau 7

Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (périodes courantes)

Change from previous year Variation par rapport à l'année précédente					
December 1999 Décembre	November 1999 Novembre	October 1999 Octobre	September 1999 Septembre	Year-to-date 1999 Cumulatif	
Per cent – Pourcentage					
6.2	5.2	3.3	11.3	7.5	Régions Terre-Neuve
8.2	13.0	6.8	10.9	8.6	Île-du-Prince-Édouard
8.2	7.5	5.5	8.4	6.9	Nouvelle-Écosse
7.9	7.7	4.1	6.9	7.3	Nouveau-Brunswick
4.6	2.8	3.8	1.1	2.9	Québec
5.7	4.7	8.3	8.5	8.0	Ontario
4.7	1.0	2.3	9.4	4.7	Manitoba
5.1	3.3	1.0	4.3	3.1	Saskatchewan
6.0	3.1	3.7	7.2	4.5	Alberta
4.4	3.7	2.7	5.9	3.9	Colombie-Britannique
9.4	10.3	-9.0	6.3	2.7	Yukon
					Nunavut
					Territoires du Nord Ouest
5.4	4.1	5.3	6.2	5.6	Total

Tableau 8

Ventes de marchandises genre grand magasin, non-désaisonnalisées, selon la région (estimations historiques)

May 1999 Mai	April 1999 Avril	March 1999 Mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	Year 1999 Année	
Millions of dollars – Millions de dollars							
102.9	92.4	90.2	74.9	75.1	171.5	1,308.9	Régions Terre-Neuve
28.1	22.7	22.7	19.0	19.5	44.9	359.1	Île-du-Prince-Édouard
198.6	177.2	178.9	147.0	154.5	334.3	2,521.9	Nouvelle-Écosse
151.3	139.6	131.6	110.8	115.8	247.8	1,914.7	Nouveau-Brunswick
1,683.7	1,507.1	1,321.8	1,117.2	1,256.2	2,214.4	18,890.1	Québec
2,905.7	2,632.2	2,465.3	2,141.4	2,243.0	4,456.2	35,110.6	Ontario
217.9	210.9	201.4	164.4	171.0	358.5	2,714.3	Manitoba
200.0	192.9	181.5	155.8	167.4	316.7	2,496.4	Saskatchewan
759.5	711.8	700.2	594.6	618.5	1,240.4	9,571.4	Alberta
932.6	896.6	873.2	737.0	796.1	1,502.0	11,697.1	Colombie-Britannique
5.8	5.3	5.2	4.2	4.1	8.5	75.3	Yukon
12.2	12.1	11.4	9.4	10.0		139.8	Nunavut
11.9	11.7	11.6	9.8	9.6		145.9	Territoires du Nord Ouest
7,210.1	6,612.6	6,194.9	5,285.6	5,640.8	10,924.3	86,945.2	Total

Table 9
Retail Sales, Canada, Current and Constant (1992) Dollar Estimates

			Unadjusted Non désaisonné			
	Price Index	Current Dollars	Year to year per cent change	Constant 1992 dollars	Year to year per cent change	
	Indice des prix	Dollars courants	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1992	Variation en pourcentage pour l'année	
		Millions \$	%	Millions \$	%	
1997						
January	106.6	16,421.0	9.1	15,404.2	6.5	
February	107.5	15,599.6	3.0	14,514.9	0.2	
March	108.1	17,641.8	3.2	16,315.6	0.7	
April	108.4	19,778.3	10.8	18,244.1	8.4	
May	108.3	21,677.5	9.1	20,025.4	7.2	
June	108.0	20,641.5	6.8	19,112.2	5.0	
July	107.4	20,700.9	10.5	19,278.6	8.5	
August	107.2	20,192.0	5.5	18,838.5	3.4	
September	107.2	19,662.7	10.1	18,335.8	8.1	
October	107.6	20,617.1	8.7	19,159.0	7.0	
November	107.3	20,165.0	2.3	18,801.5	1.3	
December	106.3	24,499.4	10.7	23,038.1	9.3	
Year	107.5	237,596.8	7.5	221,067.9	5.5	
1998						
January	107.2	17,192.2	4.7	16,031.5	4.1	
February	107.3	16,242.1	4.1	15,132.1	4.3	
March	108.2	18,704.7	6.0	17,282.2	5.9	
April	108.3	20,769.4	5.0	19,171.1	5.1	
May	108.6	22,296.1	2.9	20,523.0	2.5	
June	108.6	21,603.0	4.7	19,890.4	4.1	
July	107.5	21,650.8	4.6	20,143.5	4.5	
August	107.0	20,562.2	1.8	19,216.2	2.0	
September	107.3	20,617.3	4.9	19,208.4	4.8	
October	107.2	21,033.7	2.0	19,629.5	2.5	
November	107.3	20,673.5	2.5	19,274.8	2.5	
December	105.8	24,816.3	1.3	23,462.9	1.8	
Year	107.5	246,161.3	3.7	228,965.6	3.7	
1999						
January	107.5	17,661.2	2.7	16,426.9	2.5	
February	107.8	16,900.1	4.1	15,684.4	3.6	
March	109.5	20,145.7	7.7	18,406.2	6.5	
April	109.9	21,480.5	3.4	19,549.5	2.0	
May	109.9	22,664.4	1.7	20,628.3	0.5	
June	110.0	22,868.9	5.9	20,787.7	4.5	
July	109.5	22,939.7	6.0	20,945.8	4.0	
August	109.7	22,130.7	7.6	20,181.8	5.0	
September	110.2	22,230.1	7.8	20,168.9	5.0	
October	109.8	21,982.0	4.5	20,017.8	2.0	
November	109.7	22,215.5	7.5	20,245.8	5.0	
December	108.5	27,207.2	9.6	25,086.4	6.9	
Year	109.3	260,426.0	5.7	238,129.5	4.0	

1. Seasonally adjusted constant (1992) dollar estimates are derived by deflating, with an implicit price index, the seasonally adjusted current dollar estimate.

Tableau 9

Commerce de détail, Canada, estimations en dollars courants et constants (1992)

Price Index Indice des prix	Current Dollars Dollars courants	Seasonally adjusted Désaisonnalisé		Constant 1992 dollars ¹ Dollars constants 1992 ¹	Month to month per cent change Variation en pourcentage pour le mois	Month to month per cent change Variation en pourcentage pour le mois
		Millions \$	%			
106.8	19,179.4		0.7	17,961.6	0.9	1997 Janvier
107.1	19,428.5		1.3	18,135.1	1.0	Février
107.1	19,413.3		-0.1	18,128.0	0.0	Mars
107.4	19,456.3		0.2	18,115.2	-0.1	Avril
107.3	19,633.4		0.9	18,302.7	1.0	Mai
107.4	19,719.2		0.4	18,363.1	0.3	Juin
107.4	19,920.7		1.0	18,547.1	1.0	Juillet
107.7	19,802.0		-0.6	18,379.0	-0.9	Août
107.8	20,009.0		1.0	18,561.4	1.0	Septembre
108.1	20,126.6		0.6	18,610.5	0.3	Octobre
107.8	20,062.9		-0.3	18,617.4	0.0	Novembre
108.4	20,845.4		3.9	19,234.0	3.3	Décembre
107.5	237,596.7		...	220,955.1	...	Année
107.2	20,051.6		-3.8	18,702.2	-2.8	1998 Janvier
107.0	20,243.3		1.0	18,921.9	1.2	Février
107.1	20,340.8		0.5	18,989.6	0.4	Mars
107.3	20,650.3		1.5	19,242.3	1.3	Avril
107.6	20,619.8		-0.1	19,155.0	-0.5	Mai
107.8	20,333.0		-1.4	18,855.6	-1.6	Juin
107.5	20,611.1		1.4	19,174.5	1.7	Juillet
107.5	20,616.1		0.0	19,177.2	0.0	Août
107.9	20,769.5		0.7	19,249.6	0.4	Septembre
107.5	20,511.1		-1.2	19,078.3	-0.9	Octobre
107.7	20,734.9		1.1	19,260.4	1.0	Novembre
107.6	20,702.5		-0.2	19,248.0	-0.1	Décembre
107.5	246,184.0		...	229,054.6	...	Année
107.5	21,125.0		2.0	19,644.8	2.1	1999 Janvier
108.1	21,065.0		-0.3	19,600.4	-0.2	Février
108.1	21,294.1		1.1	19,691.8	0.5	Mars
108.9	21,254.7		-0.2	19,519.5	-0.9	Avril
109.1	21,384.2		0.6	19,608.0	0.5	Mai
109.2	21,519.9		0.6	19,710.0	0.5	Juin
109.5	21,798.5		1.3	19,899.6	1.0	Juillet
110.1	22,081.6		1.3	20,061.0	0.8	Août
110.6	22,188.2		0.5	20,061.5	0.0	Septembre
110.2	21,915.2		-1.2	19,881.0	-0.9	Octobre
110.2	22,075.7		0.7	20,029.3	0.7	Novembre
110.7	22,528.2		2.0	20,354.2	1.6	Décembre
109.4	260,230.3		...	238,061.1	...	Année

1. La désaisonnalisation des estimations en dollars constants (1992) s'obtient en dégonflant avec un indice implicite, les données désaisonnaliées en dollars courants.

APPENDIX I

Definitions

Retail Trade, for the purpose of this publication, is defined as “the aggregate sales made through retail locations (outlets)”.

A **retail location**, as defined by Statistics Canada, is a “business location (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”. Retail trade estimates do **not** include any form of direct selling which bypasses the retail store, e.g., direct door-to-door selling; sales made through automatic vending machines; sales of newspapers or magazines sold directly by printers or publishers; and sales made by book and record clubs. The only exception is the mail-order and catalogue sales activities of department store businesses which have been classified to the “general merchandise store” category. 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.

Total net sales include sales of new and used merchandise and receipts from repairs, equipment rental, food serving and other service activities, **less** returns, adjustments and discounts. Total net sales also include trade-in allowances, commissions earned from sales of goods owned by others (including commissions received for lottery ticket sales) and proprietor’s withdrawals of goods for personal use (at retail). Non-operating revenues, bad debts recovered and sales taxes (provincial sales tax and the Goods and Services Tax (GST) collected for remittance to a government agency are excluded. Prior to January 1991, sales data included the Federal Sales Tax (FST). Due to this change in indirect taxes, data prior to 1991 are not strictly comparable with those of subsequent years. For users interested in deriving comparable data, an estimate of the amount of FST included in retail sales for 1990 is available for Canada from the Retail Financial Section. The reliability of this estimate does not permit adjustments at the provincial level.

Department store type merchandise (DSTM) is defined as total retail trade minus the following trade groups: supermarkets and grocery stores; all other food stores; recreational and motor vehicle dealers; gasoline service stations; automotive parts, accessories and services; and all other retail stores (includes liquor, wine and beer stores and retail stores, n.e.c.).

APPENDICE I

Définitions

Commerce de détail signifie, pour les besoins de la présente publication, « l’ensemble des ventes faites par des points de vente au détail ».

Un **point de vente au détail**, suivant la définition de Statistique Canada, est un « local d’affaires (habituellement un magasin) dont l’activité principale est la vente de marchandises et de services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle ». Les estimations relatives au commerce de détail **ne prennent pas** en compte les ventes directes, c’est-à-dire les ventes qui ne sont pas faites par l’intermédiaire d’un point de vente au détail, par exemple les ventes directes par démarchage, les ventes par distributeur automatique, les ventes de journaux ou de revues faites directement par les imprimeurs et éditeurs, et les ventes faites par les cercles du livre et les clubs de disques. Il n’y a qu’une exception: les ventes des grands magasins faites par la poste ou par catalogue, qui sont classées dans la catégorie des « magasins de marchandises diverses ». En outre, le commerce de détail ne comprend pas les ventes au détail des unités auxiliaires (par exemple, entrepôts, sièges sociaux, etc.), ni les ventes des entrepreneurs dont l’activité principale ne relève pas du commerce de détail, ni les opérations de détail entre particuliers.

Les ventes nettes totales comprennent les ventes de marchandises neuves et d’occasion et les recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d’autres activités de services, **moins** la valeur des rendus (marchandises retournées), les ajustements et les rabais. Les ventes totales nettes comprennent également la valeur des reprises, les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui (y compris les commissions touchées pour la vente de billets de loterie) et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel. On ne prend pas en compte les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente (taxe de vente provinciale et la taxe sur les produits et les services (TPS)) perçues pour le compte d’un organisme public. Les données sur les ventes antérieures à janvier 1991 incluent la taxe de vente fédérale (TVF). Dû à ce changement dans les taxes indirectes, les données avant 1991 ne sont pas tout à fait comparables avec celles des années subséquentes. Pour les utilisateurs intéressés à calculer des données comparables, une estimation du montant de la TVF inclus dans les ventes au détail pour 1990 est disponible pour le Canada de la section du commerce de détail financiers. Cette estimation n’est pas suffisamment fiable pour permettre des ajustements au niveau provincial.

Les **marchandises du genre de celles vendues dans les grands magasins (MGGM)** correspondent au total du commerce de détail moins les groupes de commerce suivants: les supermarchés d’alimentation et les épiceries; tous les autres magasins d’alimentation; les concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs; les stations-service; les magasins de pièces et d’accessoires pour véhicules automobiles et services; et les autres magasins de vente au détail (comprend les magasins de spiritueux, de vin et de bière et les magasins de vente au détail, n.c.a.).

APPENDIX II**Trade Group Coverage**

010	Supermarkets and Grocery Stores
6011	Supermarkets
6012	Grocery stores(except supermarkets)
020	All Other Food Stores
6013	Bakery products stores
6014	Candy and nut stores
6015	Fruit and vegetable stores
6016	Meat markets
6019	Other specialty food stores, n.e.c.
030	Drugs and Patent Medicine Stores
6031	Pharmacies
6032	Patent medicine and toiletries stores
040	Shoe Stores
6111	Shoe stores
050	Men's Clothing Stores
6121	Men's clothing stores
060	Women's Clothing Stores
6131	Women's clothing stores
070	Other Clothing Stores
6141	Children's clothing stores
6142	Fur goods stores
6149	Other clothing stores, n.e.c.
6151	Fabric and yarn stores
080	Household Furniture and Appliance Stores
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
090	Household Furnishings Stores
6231	Floor covering stores
6232	Drapery stores
6239	Other household furnishings stores
100	Motor Vehicle and Recreational Vehicle Dealers
6311	Automobile (new) dealers
6312	Automobile (used) dealers
6321	Motor home and travel trailer dealers
6322	Boats, outboard motors and boating accessories dealers
6323	Motorcycle and snowmobile dealers
6329	Other recreational vehicle dealers

APPENDICE II**Couverture des groupes de commerce**

010	Supermarchés d'alimentation et épiceries
6011	Supermarchés d'alimentation
6012	Épiceries (sauf les supermarchés)
020	Tous les autres magasins d'alimentation
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.
030	Pharmacies et magasins de médicaments brevetés
6031	Pharmacies
6032	Magasins de médicaments brevetés et de produits de toilette
040	Magasins de chaussures
6111	Magasins de chaussures
050	Magasins de vêtements pour hommes
6121	Magasins de vêtements pour hommes
060	Magasins de vêtements pour dames
6131	Magasins de vêtements pour dames
070	Autres magasins de vêtements
6141	Magasins de vêtements pour enfants
6142	Magasins de fourrures
6149	Autres magasins de vêtements, n.c.a.
6151	Magasins de tissus et de filés
080	Magasins de meubles et d'appareils ménagers
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
090	Magasins d'accessoires d'ameublement
6231	Magasins de revêtements de sol
6232	Magasins de tentures
6239	Autres magasins d'accessoires d'ameublement
100	Concessionnaires de véhicules automobiles et récréatifs
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	Marchands de motocyclettes et de motoneiges
6329	Autres marchands de véhicules de loisir

110	Gasoline Service Stations	110	Stations-service
6331	Gasoline service stations	6331	Stations-service
120	Automotive Parts, Accessories and Services	120	Magasins de pièces et d'accessoires pour véhicules automobiles et services
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.
130	General Merchandise Stores	130	Magasins de marchandises diverses
6411	Department stores	6411	Magasins à rayons
6412	General stores	6412	Magasins généraux
6413	Other general merchandise stores (variety and general merchandise stores)	6413	Autres magasins de marchandises diverses (bazars et magasins de marchandises diverses)
140	Other Semi-Durable Goods Stores	140	Autres magasins de produits semi-durables
6511	Book and stationery stores	6511	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
150	Other Durable Goods Stores	150	Autres magasins de produits durables
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
160	Other Retail Stores	160	Autres magasins de vente au détail
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	Magasins 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.

