



Wholesale Trade

Commerce de gros

February 2000

Février 2000



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

How to obtain more information

Specific inquiries about this product and related statistics or services should be directed to: Marketing and Clients Services Section, Distributive Trades Division, Statistics Canada, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (telephone: (613) 951-3549).

For information on the wide range of data available from Statistics Canada, you can contact us by calling one of our toll-free numbers. You can also contact us by e-mail or by visiting our Web site.

National inquiries line	1 800 263-1136
National telecommunications device for the hearing impaired	1 800 363-7629
Depository Services Program inquiries	1 800 700-1033
Fax line for Depository Services Program	1 800 889-9734
E-mail inquiries	infostats@statcan.ca
Web site	www.statcan.ca

Ordering and subscription information

This product, Catalogue no. 63-008-XIB, is published monthly in electronic format on the Statistics Canada Internet site at a price of CDN \$14.00 per issue and CDN \$140.00 for a one-year subscription. To obtain single issues or to subscribe visit our Web site at www.statcan.ca, and select Products and Services.

This product is also available in print through a Print-on-Demand service, at a price of CDN \$57.00 per issue and CDN \$350.00 for a one-year subscription. The following additional shipping charges apply for delivery outside Canada:

	Single issue	Annual subscription
United States	CDN \$ 6.00	CDN \$72.00
Other countries	CDN \$ 10.00	CDN \$120.00

All prices exclude sales taxes.

The printed version can be ordered by

- Phone (Canada and United States) **1 800 267-6677**
- Fax (Canada and United States) **1 877 287-4369**
- E-mail **order@statcan.ca**
- Mail
Statistics Canada
Dissemination Division
Circulation Management
120 Parkdale Avenue
Ottawa, Ontario K1A 0T6
- And, in person at the Statistics Canada Regional Centre nearest you.

When notifying us of a change in your address, please provide both old and new addresses.

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 Statistics Canada toll free at 1 800 263-1136.

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).

Pour obtenir des renseignements sur l'ensemble des données de Statistique Canada qui sont disponibles, veuillez composer l'un des numéros sans frais suivants. Vous pouvez également communiquer avec nous par courriel ou visiter notre site Web.

Service national de renseignements	1 800 263-1136
Service national d'appareils de télécommunications pour les malentendants	1 800 363-7629
Renseignements concernant le Programme des bibliothèques de dépôt	1 800 700-1033
Télécopieur pour le Programme des bibliothèques de dépôt	1 800 889-9734
Renseignements par courriel	infostats@statcan.ca
Site Web	www.statcan.ca

Renseignements sur les commandes et les abonnements

Le produit n° 63-008-XIB au catalogue est publié mensuellement sous forme électronique dans le site Internet de Statistique Canada et est offert au prix de 14 \$ CA l'exemplaire et de 140 \$ CA pour un abonnement annuel. Les utilisateurs peuvent obtenir des exemplaires ou s'abonner en visitant notre site Web à www.statcan.ca et en choisissant la rubrique Produits et services.

Ce produit est aussi disponible en version imprimée par l'entremise du service d'Impression sur demande, au prix de 57 \$ CA l'exemplaire et de 350 \$ CA pour un abonnement annuel. Les frais de livraison supplémentaires suivants s'appliquent aux envois à l'extérieur du Canada :

	Exemplaire	Abonnement annuel
États-Unis	6 \$ CA	72 \$ CA
Autres pays	10 \$ CA	120 \$ CA

Les prix ne comprennent pas les taxes de ventes.

La version imprimée peut être commandée par

- Téléphone (Canada et États-Unis) **1 800 267-6677**
- Télécopieur (Canada et États-Unis) **1 877 287-4369**
- Courriel **order@statcan.ca**
- Poste
Statistique Canada
Division de la diffusion
Gestion de la circulation
120, avenue Parkdale
Ottawa (Ontario) K1A 0T6
- En personne au bureau régional de Statistique Canada le plus près de votre localité.

Lorsque vous signalez un changement d'adresse, veuillez nous fournir l'ancienne et la nouvelle adresse.

Normes de service à la clientèle

Statistique Canada s'engage à fournir à ses clients des services rapides, fiables et courtois, et ce, 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 Statistique Canada au numéro sans frais 1 800 263-1136.



Statistics Canada
Distributive Trades Division
Wholesale Trade Section

Wholesale Trade

February 2000

Statistique Canada
Division de la statistique du commerce
Section du commerce de gros

Commerce de gros

Février 2000

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.

April 2000

Catalogue no. 63-008-XIB, Vol. 63, no. 2

Frequency: Monthly

ISSN 1480-7467

Ottawa

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.

Avril 2000

N° 63-008-XIB au catalogue, vol. 63, n° 2

Périodicité : mensuelle

ISSN 1480-7467

Ottawa

Note of appreciation

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

Note de reconnaissance

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

Symbols

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

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

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

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

This publication was prepared under the direction of:

- **F. Maranda**, Director, Distributive Trades Division
- **R. Lussier**, Assistant Director, Distributive Trades Division
- **Jeffrey Smith**, Chief, Wholesale Trade Section, Distributive Trades Division
- **Greg Parsons**, Economist, author of this publication. He may be reached at (613) 951-0062.

Signes conventionnels

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

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

NOTA

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

NOTE AU SUJET DE CANSIM

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

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **F. Maranda**, directeur, division de la statistique du commerce
- **R. Lussier**, directeur adjoint, division de la statistique du commerce
- **Jeffrey Smith**, chef, section du commerce de gros, division de la statistique du commerce
- **Greg Parsons**, économiste, auteur de cette publication. On peut le rejoindre au numéro (613) 951-0062.

TABLE OF CONTENTS

	PAGE
Highlights	iv
Statistical Tables	
1. Wholesale Merchants Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region	2
2. Wholesale Merchants Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region	4
3. Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Sales	6
4. Wholesale Merchants Inventories, Seasonally Adjusted, by Trade Group	8
5. Wholesale Merchants Inventories, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group	8
6. Wholesale Merchants Inventories/Sales Ratio, Seasonally Adjusted, by Trade Group	10
7. Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Inventories	10

TABLE DES MATIÈRES

	PAGE
Faits saillants	iv
Tableaux statistiques	
1. Ventes des marchands de gros, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région	2
2. Ventes des marchands de gros, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région	4
3. Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des ventes	6
4. Stocks des marchands de gros, désaisonnalisés, selon le groupe de commerce	8
5. Stocks des marchands de gros, non-désaisonnalisés, selon le groupe de commerce	8
6. Marchands de gros, rapport stocks/ventes, désaisonné, selon le groupe de commerce	10
7. Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des stocks	10

Highlights

February 2000 (preliminary)

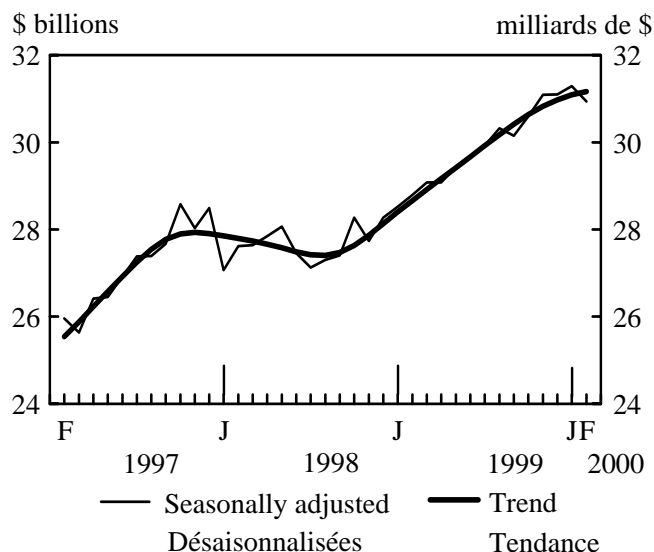
Following four consecutive monthly increases, wholesale sales retracted 1.1% in February, influenced primarily by reduced sales of both wholesalers of lumber and building materials; and wholesalers of farm machinery, equipment and supplies. With the exception of the first half of 1998 when sales remained steady, wholesale sales have generally been climbing during the past several years. In recent months, the pace of increase has slowed though sales are currently 7.7% higher than February 1999.

Faits saillants

Février 2000 (données provisoires)

Après quatre mois consécutifs d'augmentation, les ventes en gros ont reculé de 1,1 % en février, principalement sous l'influence des ventes réduites des grossistes de bois et de matériaux de construction, ainsi que des grossistes de machines, matériel et fournitures agricoles. Sauf pour la première moitié de 1998, où les ventes étaient demeurées stables, les ventes en gros sont généralement en hausse depuis plusieurs années. Ces derniers mois, le rythme de l'augmentation a ralenti, mais les ventes sont actuellement supérieures de 7,7 % au niveau qu'elles atteignaient en février 1999.

Wholesale sales take a step back in February
Les ventes en gros reculent en février



Wholesalers of lumber and building materials lead decliners this month, sales falling \$160 million, while wholesalers of farm machinery, equipment and supplies also posted a notable decline, down \$105 million. The dollar value declines in these two groups translated into the largest percentage declines also, down 6.2% and 17.8% respectively.

The four largest trade groups (i.e. those groups with largest monthly sales) all showed slightly expanded sales this month, the largest being recorded by wholesalers in the other products group, up 0.8%. The other products group includes wholesalers of goods such as paper and paper products, waste materials and a variety of chemicals.

Les grossistes de bois et de matériaux de construction ont été les principaux responsables des baisses enregistrées en février, leurs ventes ayant reculé de 160 millions de dollars, mais les grossistes de machines, matériel et fournitures agricoles ont aussi connu une baisse notable, soit 105 millions de dollars. Ces diminutions de la valeur monétaire des ventes de ces deux groupes ont donné lieu aussi aux diminutions les plus importantes en pourcentage, soit 6,2 % et 17,8 % respectivement.

Les quatre groupes de commerce les plus importants (c'est-à-dire ceux dont les ventes mensuelles sont les plus élevées) ont tous connu une légère augmentation de leurs ventes ce mois-ci, la plus forte ayant été enregistrée par les grossistes de produits divers, soit 0,8 %. Le groupe des produits divers comprend les grossistes en marchandises telles que le papier et les produits du papier, les matières de rebut et divers produits chimiques.

Sales of lumber and building materials shrink in February

The lumber wholesalers saw their sales decline after three consecutive monthly increases. Sales within this group have been tending upward since mid-1998 but the rate of increase has slowed in recent months. Inventories held by these wholesalers at the end of February were 1.7% higher than the value held at the end of January. Also, February saw a 2.4% decline in shipments from Canadian manufacturers of lumber products and a 6.1% decline in lumber exports.

After a busy year for companies in this industry, the current decline in the manufacture and distribution of lumber products may be linked to the attainment, by some firms, of their quarterly and/or fiscal year quotas on exports to the U.S. . Orders from builders may also be down since, in Canada, the value of building permits granted in February was down from January levels (-14.5%) and the number of permits was also down in the United States (-7.9%).

Also closely tied to the construction industry are wholesalers of metal, hardware and plumbing equipment. Similar to the situation with lumber wholesalers, wholesalers of these products saw their level of sales drop 3.8% after four months of gains, while inventories also rose 1.7% in February. The general trend of sales is very similar also to that for wholesalers of lumber, having tended upward since mid-1998.

Still a struggle for wholesalers of farm machinery, equipment and supplies

After a single month of increased sales, wholesalers of farm machinery, equipment and supplies saw their overall sales drop for the third time in the last four months. The drop is due mainly to weak sales by wholesalers in Ontario and to a lesser extent in Quebec.

Generally, sales in this group have been falling since the autumn of 1997. The decline has been tempered by brief periods during which sales have levelled off, those being in late 1998 and the autumn of 1999.

Inventories by wholesalers in this group peaked in the fall of 1998, almost one year after the peak in sales. Since then, the value of inventories held by wholesalers in this group have been generally on a steady decline.

Sales continue to expand for wholesalers in the Other Products group

The strength within this group comes from sales related to various paper products, industrial and household chemicals along with certain agricultural supplies (ex. animal feeds and chemical farm supplies).

Les ventes de bois et de matériaux de construction baissent en février

Les grossistes de bois ont vu leurs ventes diminuer, après trois augmentations mensuelles consécutives. Les ventes de ce groupe sont en hausse depuis le milieu de 1998, mais le rythme des augmentations a connu un ralentissement ces derniers mois. Les stocks détenus par ces grossistes à la fin de février étaient de 1,7 % supérieurs à ceux détenus à la fin de janvier. Par ailleurs, au mois de février, on a assisté à une diminution de 2,4 % des livraisons des fabricants canadiens de produits du bois, et de 6,1 % des exportations de bois.

Après une bonne année pour les entreprises de ce secteur, la diminution actuelle de la fabrication et de la distribution des produits du bois pourrait être liée au fait que certaines entreprises ont atteint leurs quotas d'exportations trimestriels ou pour l'année financière vers les États-Unis. Il se peut également que les commandes des constructeurs soient en baisse, étant donné que la valeur des permis de bâtir accordés en février était inférieure à celle de janvier (-14,5 %) au Canada, et que le nombre de permis était en recul aux États-Unis (-7,9 %).

Sont aussi étroitement liés au secteur de la construction, les grossistes de métaux, articles de quincaillerie et matériel de plomberie. Tout comme les grossistes de bois, les grossistes de ces produits ont vu leurs ventes diminuer 3,8 %, après quatre mois d'augmentation, tandis que leurs stocks se sont aussi accrus de 1,7 % en février. La tendance générale des ventes est très similaire à celle que connaissent les grossistes de bois, soit un marché en hausse depuis le milieu de 1998.

Les grossistes de machines, matériel et fournitures agricoles poursuivent leur lutte

Après un seul mois d'augmentation, les grossistes de machines, matériel et fournitures agricoles ont vu leurs ventes générales diminuer pour la troisième fois au cours des quatre derniers mois. Cette baisse est due principalement à la faiblesse des ventes des grossistes de l'Ontario et, dans une moindre mesure, de ceux du Québec.

De façon générale, les ventes de ce groupe sont en baisse depuis l'automne 1997. La diminution a été tempérée par de brèves périodes de stabilité, à savoir à la fin de 1998 et à l'automne de 1999.

Les stocks des grossistes de ce groupe ont atteint un sommet à l'automne de 1998, environ un an après celui atteint par les ventes. Depuis, la valeur des stocks détenus par les grossistes de ce groupe est généralement en baisse.

Les ventes continuent de grimper pour les grossistes du groupe des produits divers

La force de ce groupe vient des ventes de divers produits du papier, de produits chimiques industriels et domestiques, ainsi que de certaines fournitures agricoles (par exemple, les aliments pour animaux et les produits chimiques agricoles).

Generally speaking, sales by wholesalers in this group have been on a steady climb since the fall of 1998. Interestingly, inventories began an opposite trend in early 1999. Except for three months in the fall of 1999, inventories have diminished each month since early 1999 and are now 4.2% lower than February 1999. The inventory to sales ratio has fallen from 1.37 in February 1999 to 1.17 this month.

Lower sales for wholesalers in both British Columbia and Quebec

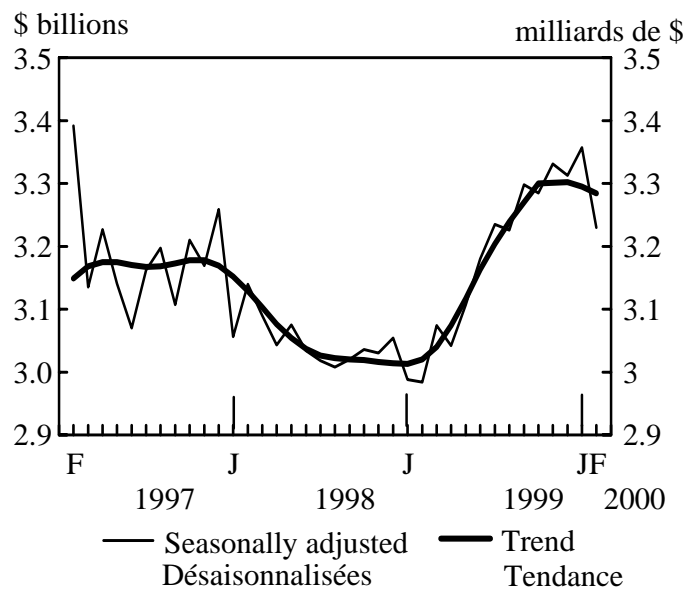
Substantially decreased sales were recorded by wholesalers in both British Columbia (-3.8%) and Quebec (-3.5%). In British Columbia, wholesalers felt the effects of the depressed sales of lumber and building materials. An additional factor may have been the recent poor economic indicators and weak consumer confidence in Japan, one of B.C.'s major trading partners. Wholesalers in B.C. have generally seen sales expand since late 1998, while that expansion has shown some weakness in recent months.

De façon générale, les ventes des grossistes de ce groupe augmentent de façon constante depuis l'automne de 1998. Il est intéressant de noter que les stocks ont amorcé la tendance inverse au début de 1999. Sauf pour trois mois à l'automne de 1999, les stocks ont diminué chaque mois depuis le début de 1999, et sont maintenant de 4,2 % inférieurs à ceux du mois de février 1999. Le ratio des stocks aux ventes a diminué, passant de 1,37 en février 1999 à 1,17 ce mois-ci.

Diminution des ventes des grossistes de la Colombie-Britannique et du Québec

Des diminutions substantielles des ventes ont été enregistrées par les grossistes de la Colombie-Britannique (-3,8 %) et du Québec (-3,5 %). En Colombie-Britannique, les grossistes ont ressenti les effets des baisses des ventes de bois et de matériaux de construction. Un facteur additionnel peut être la faiblesse récente des indicateurs économiques et de la confiance des consommateurs au Japon, un des principaux partenaires commerciaux de la Colombie-Britannique. Les grossistes de la Colombie-Britannique ont vu de façon générale leurs ventes augmenter depuis la fin de 1998, même si cette expansion a connu un léger ralentissement ces derniers mois.

BC wholesalers looking to get back on track Les grossistes de la Colombie-Britannique espèrent un redressement de la situation



In Quebec, wholesale sales receded for a second consecutive month but the general level of sales continues to rise ever so slightly. Wholesale sales in Saskatchewan (+5.0%) were buoyed by large sales of chemical fertilizers. In the east, wholesale sales in both PEI (+4.6%) and NS (+5.5%) benefitted from strength within the food products group while in the north, the sales in the NWT got a boost from sales linked to the development of mining sites.

Value of inventories budges upward

Inventories held by wholesalers rose 0.5% in January to \$42.2 billion. Except for a period of moderate gains from early 1998 until the spring of 1999, the value of inventories have been building at a strong pace for several years.

The inventory-to-sales ratio rose from 1.34 in January to 1.36 in February. It has not been that high since April 1999. It had peaked at about 1.45 by mid-1998 and had fallen by mid-1999 to the 1.35 range where it has remained. The inventory-to-sales ratio provides a measure of the duration, in months, which the current stock would last.

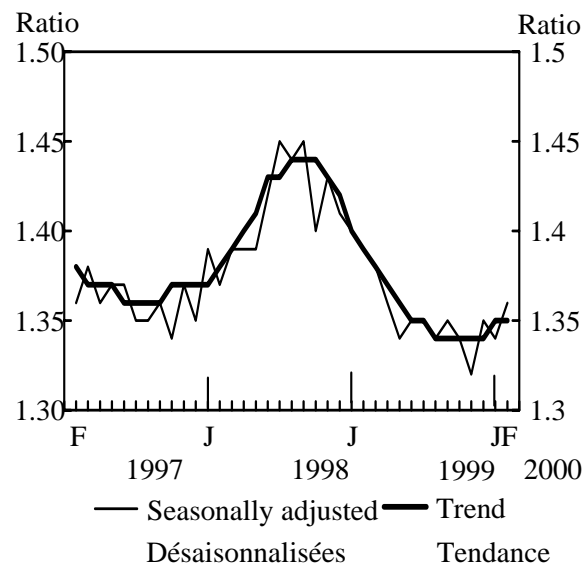
Au Québec, les ventes en gros ont reculé pour un deuxième mois consécutif, mais leur niveau général continue d'augmenter, légèrement toutefois. Les ventes en gros en Saskatchewan (+5,0 %) ont été alimentées par les ventes importantes de fertilisants chimiques. Dans l'Est, les ventes en gros, tant à l'Île-du-Prince-Édouard (+4,6 %) qu'en Nouvelle-Écosse (+5,5 %), ont bénéficié de la force du groupe des produits alimentaires, tandis que dans le Nord, les ventes des Territoires du Nord-Ouest ont connu une hausse liée à la mise en valeur des emplacements miniers.

La valeur des stocks à la hausse

Les stocks détenus par les grossistes ont augmenté de 0,5 % en janvier, pour atteindre 42,2 milliards de dollars. À l'exception d'une période de hausse modérée, du début de 1998 au printemps de 1999, la valeur des stocks augmentent à un rythme important depuis de nombreuses années.

Le ratio des stocks aux ventes est passé de 1,34 en janvier à 1,36 en février. Il n'avait pas atteint un tel niveau depuis avril 1999. Il a atteint son point culminant à environ 1,45 au milieu de 1998, puis a diminué au milieu de 1999, pour se fixer à environ 1,35, niveau où il est demeuré. Le ratio des stocks aux ventes fournit une mesure de la durée de vie en mois des stocks détenus.

Inventory to sales ratio makes a further small increase in February Le ratio des stocks aux ventes progresse encore un peu en février



Statistical Tables

Tableaux statistiques

Table 1.**Wholesale Merchant Sales, Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region**

No.	Trade Group	Sales Ventes				Year-to-date 2000 Cumulatif	Change from previous month Variation du mois précédent		
		February 2000 février	January 2000 janvier	December 1999 décembre	November 1999 novembre		February 2000 février	January 2000 janvier	
		millions of dollars - millions de dollars							
	Trade Group - Canada								
1	Food products	4710	4691	4908	4778	9402	0.4	-4.4	
2	Beverage, drug and tobacco products	1896	1897	1920	1904	3793	--	-1.2	
3	Apparel and dry goods	511	531	578	604	1043	-3.8	-8.0	
4	Household goods	842	871	848	858	1713	-3.3	2.7	
5	Motor vehicles, parts and accessories	6162	6144	6140	6158	12306	0.3	0.1	
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	2033	2113	2092	2087	4146	-3.8	1.0	
7	Lumber and building materials	2422	2582	2539	2498	5004	-6.2	1.7	
8	Farm machinery, equipment and supplies	480	585	564	606	1065	-17.8	3.6	
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	4730	4703	4608	4619	9433	0.6	2.1	
10	Computers and packaged software and other electronic machinery	2834	2889	2840	2868	5723	-1.9	1.7	
11	Other products	4312	4279	4066	4114	8591	0.8	5.3	
12	Total, all trade groups	30933	31286	31103	31093	62219	-1.1	0.6	
	Regions								
13	Newfoundland	225	224	216	219	449	0.7	3.7	
14	Prince Edward Island	53	51	51	51	103	4.6	-1.7	
15	Nova Scotia	561	531	579	539	1092	5.5	-8.2	
16	New Brunswick	401	404	405	395	805	-0.7	-0.1	
17	Quebec	6119	6340	6380	6282	12460	-3.5	-0.6	
18	Ontario	15516	15563	15468	15647	31079	-0.3	0.6	
19	Manitoba	891	897	877	879	1788	-0.7	2.3	
20	Saskatchewan	959	913	821	869	1872	5.0	11.2	
21	Alberta	2945	2981	2971	2858	5926	-1.2	0.3	
22	British Columbia	3230	3357	3313	3331	6587	-3.8	1.3	
23	Yukon	10	10	10	9	20	3.7	-3.4	
24	Northwest Territories	19	12	10	12	31	52.8	20.0	
25	Nunavut	3	3	3	3	6	-6.9	22.3	

Tableau 1.**Ventes des marchands de gros, désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région**

Change from previous month Variation du mois précédent		Change from previous year Variation de l'année précédente					Groupe de commerce	N°
December 1999 décembre	November 1999 novembre	February 2000 février	January 2000 janvier	December 1999 décembre	November 1999 novembre	Year-to-date 2000 Cumulatif		
per cent - pourcentage								
							Groupe de commerce - Canada	
2.7	1.5	3.5	--	9.5	7.4	1.7	Produits alimentaires	1
0.9	-1.0	3.1	3.5	6.9	8.1	3.3	Boissons, médicaments et tabac	2
-4.3	9.9	-9.6	-0.2	7.2	15.6	-5.0	Vêtements et articles de mercerie	3
-1.1	3.4	6.9	14.9	5.9	9.3	10.9	Articles ménagers	4
-0.3	1.1	16.3	20.2	18.8	24.9	18.2	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
0.2	4.2	7.8	16.0	13.9	10.1	11.8	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
1.6	6.5	8.8	17.8	17.4	17.6	13.2	Bois et matériaux de construction	7
-6.9	-6.2	-26.5	-13.4	-9.7	-4.8	-19.8	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
-0.2	3.7	10.4	8.8	10.3	13.5	9.6	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
-1.0	-4.1	-0.3	2.6	0.1	2.9	1.1	Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	10
-1.2	1.4	11.7	13.7	5.7	8.8	12.7	Produits divers	11
--	1.6	7.4	9.7	10.0	12.1	8.6	Total, ensemble des groupes de commerce	12
							Régions	
-1.6	4.8	9.9	8.5	7.6	13.3	9.2	Terre-Neuve	13
1.6	0.3	10.4	2.1	5.6	3.8	6.2	Île-du-Prince-Édouard	14
7.4	-1.3	4.3	-3.4	5.5	6.2	0.4	Nouvelle-Écosse	15
2.5	1.5	12.8	15.0	24.3	19.6	13.9	Nouveau-Brunswick	16
1.6	0.4	2.9	8.3	11.2	10.3	5.6	Québec	17
-1.1	2.4	8.2	9.3	9.5	14.4	8.7	Ontario	18
-0.3	2.9	1.4	4.6	1.5	4.5	3.0	Manitoba	19
-5.5	-2.0	11.8	14.9	6.3	9.4	13.3	Saskatchewan	20
4.0	2.1	12.7	14.5	15.7	10.2	13.6	Alberta	21
-0.5	1.4	8.2	12.3	8.5	9.9	10.3	Colombie-Britannique	22
16.6	-13.9	13.7	-19.8	2.1	-14.4	-5.7	Yukon	23
-13.9	-3.5	36.7	-8.2	14.5	Territoires du Nord-Ouest	24
-8.5	2.7	21.0	37.1	28.8	Nunavut	25

Table 2.**Wholesale Merchants Sales, Not Seasonally Adjusted, by Trade Group and Region**

No.	Trade Group	Sales				
		Ventes				
		February 2000 février	January 2000 janvier	December 1999 décembre	November 1999 novembre	Year-to-date 2000 Cumulatif
		millions of dollars - millions de dollars				
	Trade Group - Canada					
1	Food products	4295	4208	5231	4800	8503
2	Beverage, drug and tobacco products	1725	1642	1992	2051	3367
3	Apparel and dry goods	585	413	351	567	998
4	Household goods	684	670	893	1126	1354
5	Motor vehicles, parts and accessories	6333	5083	5494	6675	11416
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	1870	1792	1800	2256	3662
7	Lumber and building materials	1903	1813	2037	2456	3716
8	Farm machinery, equipment and supplies	365	417	507	503	782
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	4535	4258	4787	4792	8793
10	Computers, packaged software and other electronic machinery	2670	2430	3568	2992	5100
11	Other products	3894	3467	3705	4148	7360
12	Total, all trade groups	28859	26192	30366	32366	55051
	Regions					
13	Newfoundland	190	177	213	226	367
14	Prince Edward Island	41	39	53	49	79
15	Nova Scotia	459	430	629	517	889
16	New Brunswick	339	326	401	396	664
17	Quebec	5673	5301	6012	6548	10974
18	Ontario	14880	13090	15253	16746	27970
19	Manitoba	760	688	805	851	1448
20	Saskatchewan	829	687	768	729	1516
21	Alberta	2680	2531	2971	2916	5211
22	British Columbia	2981	2905	3240	3367	5886
23	Yukon	7	6	9	9	14
24	Northwest Territories	19	10	9	10	29
25	Nunavut	2	1	2	2	3

Tableau 2.**Ventes des marchands de gros, non-désaisonnalisées, selon le groupe de commerce et la région**

Change from previous year					Groupe de commerce	N°
Variation de l'année précédente						
February 2000 février	January 2000 janvier	December 1999 décembre	November 1999 novembre	Year-to-date 2000 Cumulatif		
per cent - pourcentage						
					Groupe de commerce - Canada	
6.7	-0.7	10.3	10.7	2.9	Produits alimentaires	1
7.8	2.8	6.9	11.0	5.3	Boissons, médicaments et tabac	2
-4.7	-1.3	5.9	21.5	-3.3	Vêtements et articles de mercerie	3
8.8	17.6	6.9	14.0	13.0	Articles ménagers	4
21.9	21.7	19.0	28.3	21.8	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
12.8	17.4	12.6	15.2	15.0	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
11.6	16.4	20.9	20.4	13.9	Bois et matériaux de construction	7
-24.1	-13.6	-8.7	-1.6	-18.8	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
15.6	8.6	10.7	16.1	12.1	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
2.1	0.2	2.3	6.2	1.2	Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	10
17.7	13.5	6.0	10.5	15.7	Produits divers	11
12.1	9.3	10.3	15.4	10.7	Total, ensemble des groupes de commerce	12
					Régions	
15.2	7.5	7.1	14.2	11.3	Terre-Neuve	13
14.3	3.4	8.4	4.0	8.7	Île-du-Prince-Édouard	14
7.1	-3.2	9.1	6.3	1.8	Nouvelle-Écosse	15
16.9	14.4	26.0	22.4	15.6	Nouveau-Brunswick	16
7.2	7.9	11.4	14.0	7.6	Québec	17
12.8	9.1	9.4	17.5	11.1	Ontario	18
5.1	3.8	2.4	6.6	4.4	Manitoba	19
21.5	8.4	9.4	9.8	15.2	Saskatchewan	20
18.7	13.8	15.1	14.7	16.2	Alberta	21
11.5	12.4	9.4	13.3	11.9	Colombie-Britannique	22
26.8	-22.4	-0.3	-6.1	-2.2	Yukon	23
58.3	-11.6	25.2	Territoires du Nord-Ouest	24
27.5	41.1	33.4	Nunavut	25

Table 3.**Wholesale Merchants Sample Response Fraction and Coefficient of Variation for Sales**

No.	Trade Group	Response Fraction			
		Fraction de réponse			
		February 2000 février	January 2000 janvier	December 1999 décembre	November 1999 novembre
		per cent - pourcentage			
	Trade Group - Canada				
1	Food products	93.9	94.3	93.9	93.1
2	Beverage, drug and tobacco products	93.0	93.8	91.9	92.3
3	Apparel and dry goods	88.9	90.3	91.0	91.9
4	Household goods	91.3	93.5	93.4	95.9
5	Motor vehicles, parts and accessories	97.7	98.2	98.4	98.2
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	92.4	93.2	93.3	93.8
7	Lumber and building materials	89.2	90.0	90.4	91.7
8	Farm machinery, equipment and supplies	90.8	93.3	94.0	94.2
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	89.4	89.2	90.1	89.6
10	Computers, packaged software and other electronic machinery	92.8	91.2	90.9	91.3
11	Other products	86.4	88.3	92.3	90.3
12	Total, all trade groups	92.2	92.6	93.1	93.1
	Regions				
13	Newfoundland	91.7	91.8	90.2	89.8
14	Prince Edward Island	89.2	91.9	91.0	92.1
15	Nova Scotia	92.1	91.3	93.0	93.5
16	New Brunswick	95.3	94.1	94.1	93.8
17	Quebec	90.5	91.9	92.9	94.2
18	Ontario	93.6	93.9	93.6	93.4
19	Manitoba	90.1	90.1	92.3	92.2
20	Saskatchewan	89.0	89.5	89.9	89.5
21	Alberta	90.2	90.3	91.9	91.3
22	British Columbia	91.9	92.0	93.4	92.2
23	Yukon	89.4	88.3	87.3	92.1
24	Northwest Territories	93.3	96.1	89.4	89.8
25	Nunavut	76.6	73.7	98.2	98.3

Tableau 3.**Marchands de gros, fraction de réponse de l'échantillon et coefficient de variation des ventes**

Coefficient of variation				Groupe de commerce	N°
Coefficient de variation					
February 2000 février	January 2000 janvier	December 1999 décembre	November 1999 novembre		
per cent - pourcentage					
				Groupe de commerce - Canada	
2.0	2.0	2.4	2.1	Produits alimentaires	1
3.5	2.5	2.0	2.8	Boissons, médicaments et tabac	2
7.5	6.3	6.9	6.8	Vêtements et articles de mercerie	3
6.6	5.9	6.4	5.4	Articles ménagers	4
1.8	1.4	1.4	1.6	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
4.2	4.5	7.1	7.5	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
6.7	5.5	5.2	5.0	Bois et matériaux de construction	7
5.9	7.0	5.5	5.8	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
3.6	3.8	3.0	3.8	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
4.0	4.7	4.2	3.9	Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	10
2.7	2.8	2.4	2.3	Produits divers	11
1.1	1.1	1.1	1.1	Total, ensemble des groupes de commerce	12
				Régions	
2.9	2.5	2.4	2.4	Terre-Neuve	13
3.2	3.1	2.1	1.1	Île-du-Prince-Édouard	14
3.7	4.3	10.6	4.6	Nouvelle-Écosse	15
1.6	1.5	1.4	1.4	Nouveau-Brunswick	16
2.9	2.7	2.6	2.5	Québec	17
1.5	1.6	1.5	1.7	Ontario	18
2.5	2.5	2.9	3.0	Manitoba	19
2.3	2.6	2.8	2.6	Saskatchewan	20
3.1	3.1	2.5	2.7	Alberta	21
3.8	3.7	3.9	3.7	Colombie-Britannique	22
1.6	1.6	0.9	1.0	Yukon	23
--	--	--	--	Territoires du Nord-Ouest	24
--	--	--	--	Nunavut	25

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

No.	Trade Group	Inventories Stocks				Change from previous month Variation du mois précédent	
		February 2000 février	January 2000 janvier	December 1999 décembre	November 1999 novembre	February 2000 février	January 2000 janvier
		millions of dollars - millions de dollars					
	Trade Group - Canada						
1	Food products	2827	2899	2824	2795	-2.5	2.7
2	Beverage, drug and tobacco products	2404	2345	2409	2348	2.5	-2.7
3	Apparel and dry goods	1155	1147	1188	1220	0.7	-3.5
4	Household goods	1530	1546	1587	1537	-1.0	-2.6
5	Motor vehicles, parts and accessories	6681	6464	6410	6059	3.4	0.8
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	3796	3731	3744	3758	1.7	-0.3
7	Lumber and building materials	4094	4026	4003	3929	1.7	0.6
8	Farm machinery, equipment and supplies	2014	2020	2051	2052	-0.3	-1.5
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	10140	10178	10092	9858	-0.4	0.8
10	Computers, packaged software and other electronic machinery	2507	2505	2468	2444	0.1	1.5
11	Other products	5050	5145	5111	5166	-1.8	0.7
12	Total, all trade groups	42198	42005	41886	41165	0.5	0.3

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

No.	Trade Group	Inventories Stocks			
		February 2000 février	January 2000 janvier	December 1999 décembre	November 1999 novembre
		millions of dollars - millions de dollars			
	Trade Group - Canada				
1	Food products	2783	2871	2953	2932
2	Beverage, drug and tobacco products	2366	2341	2399	2445
3	Apparel and dry goods	1197	1162	1114	1104
4	Household goods	1466	1466	1509	1547
5	Motor vehicles, parts and accessories	7018	6492	6189	5834
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	3786	3701	3678	3662
7	Lumber and building materials	4101	3890	3808	3736
8	Farm machinery, equipment and supplies	2039	1985	1985	1988
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	10039	10024	9817	9747
10	Computers, packaged software and other electronic machinery	2602	2593	2536	2534
11	Other products	5116	5033	4980	5087
12	Total, all trade groups	42515	41557	40969	40616

Tableau 4.

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

Change from previous month Variation du mois précédent		Change from previous year Variation de l'année précédente				Groupe de commerce	N°
December 1999 décembre	November 1999 novembre	February 2000 février	January 2000 janvier	December 1999 décembre	November 1999 novembre		
per cent - pourcentage							
Groupe de commerce - Canada							
1.0	0.4	6.9	9.6	4.9	3.5	Produits alimentaires	1
2.6	-1.2	8.5	6.1	10.9	8.5	Boissons, médicaments et tabac	2
-2.7	-1.1	-7.4	-8.5	-4.2	-5.8	Vêtements et articles de mercerie	3
3.3	0.2	-1.0	0.9	4.4	-0.1	Articles ménagers	4
5.8	2.5	20.3	16.9	16.4	11.5	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
-0.4	1.7	8.0	6.9	7.6	7.2	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
1.9	1.4	14.5	12.2	13.2	14.3	Bois et matériaux de construction	7
-0.1	-0.5	-9.2	-10.8	-11.3	-11.2	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
2.4	0.6	4.1	5.2	5.6	3.6	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
1.0	-2.9	2.9	2.7	--	-2.9	Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	10
-1.1	1.4	-4.2	-2.3	-3.6	-2.6	Produits divers	11
1.8	0.7	5.6	5.3	5.3	3.6	Total, ensemble des groupes de commerce	12

Tableau 5.

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

Change from previous year Variation de l'année précédente				Groupe de commerce	N°
February 2000 février	January 2000 janvier	December 1999 décembre	November 1999 novembre		
per cent - pourcentage					
Groupe de commerce - Canada					
6.1	9.6	5.3	3.7	Produits alimentaires	1
9.3	6.1	11.3	8.2	Boissons, médicaments et tabac	2
-7.7	-8.6	-4.4	-5.4	Vêtements et articles de mercerie	3
-1.4	1.2	4.5	0.2	Articles ménagers	4
20.6	16.2	16.6	11.3	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
8.3	6.7	7.3	7.3	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
14.3	10.5	13.8	14.6	Bois et matériaux de construction	7
-9.6	-10.7	-11.0	-11.3	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
3.9	5.9	5.6	3.5	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
2.8	2.7	--	-2.6	Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	10
-4.7	-1.8	-3.2	-2.3	Produits divers	11
5.5	5.3	5.4	3.7	Total, ensemble des groupes de commerce	12

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

No.	Trade Group	Inventories/sales ratio Rapport stocks/ventes			
		February 2000 février	January 2000 janvier	December 1999 décembre	November 1999 novembre
	Trade Group - Canada				
1	Food products	0.60	0.62	0.58	0.59
2	Beverage, drug and tobacco products	1.27	1.24	1.25	1.23
3	Apparel and dry goods	2.26	2.16	2.06	2.02
4	Household goods	1.82	1.77	1.87	1.79
5	Motor Vehicles, parts and accessories	1.08	1.05	1.04	0.98
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	1.87	1.77	1.79	1.80
7	Lumber and building materials	1.69	1.56	1.58	1.57
8	Farm machinery, equipment and supplies	4.19	3.45	3.63	3.38
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	2.14	2.16	2.19	2.13
10	Computers, packaged software and other electronic machinery	0.88	0.87	0.87	0.85
11	Other products	1.17	1.20	1.26	1.26
12	Total, all trade groups	1.36	1.34	1.35	1.32

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

No.	Trade Group	Response fraction Fraction de réponse			
		February 2000 février	January 2000 janvier	December 1999 décembre	November 1999 novembre
	Trade Group - Canada				
		per cent - pourcentage			
1	Food products	86.1	86.7	83.0	82.8
2	Beverage, drug and tobacco products	90.3	90.4	91.9	93.8
3	Apparel and dry goods	82.2	81.6	79.0	77.0
4	Household goods	85.6	87.7	86.6	89.1
5	Motor Vehicles, parts and accessories	90.6	91.9	92.9	93.5
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	89.4	88.8	91.1	91.5
7	Lumber and building materials	82.2	83.3	83.3	84.0
8	Farm machinery, equipment and supplies	80.7	81.0	81.2	81.6
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	83.3	83.9	86.0	83.8
10	Computers, packaged software and other electronic machinery	80.5	82.0	80.8	81.3
11	Other products	77.4	76.1	78.0	77.9
12	Total, all trade groups	84.6	85.0	85.7	85.5

Tableau 6.

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

Inventories/sales ratio Rapport stocks/ventes				Groupe de commerce	No
February 1999 février	January 1999 janvier	December 1998 décembre	November 1998 novembre		
				Groupe de commerce - Canada	
0.58	0.56	0.60	0.61	Produits alimentaires	1
1.21	1.21	1.21	1.23	Boissons, médicaments et tabac	2
2.21	2.35	2.30	2.48	Vêtements et articles de mercerie	3
1.96	2.02	1.90	1.96	Articles ménagers	4
1.05	1.08	1.07	1.10	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
1.86	1.92	1.90	1.85	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
1.61	1.64	1.64	1.62	Bois et matériaux de construction	7
3.40	3.35	3.70	3.63	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
2.27	2.24	2.29	2.34	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
0.86	0.87	0.87	0.90	Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	10
1.37	1.40	1.38	1.40	Produits divers	11
1.39	1.40	1.41	1.43	Total, ensemble des groupes de commerce	12

Tableau 7.

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

Coefficient of variation Coefficient de variation				Groupe de commerce	No
February 2000 février	January 2000 janvier	December 1999 décembre	November 1999 novembre		
per cent - pourcentage					
				Groupe de commerce - Canada	
5.0	5.5	5.2	5.1	Produits alimentaires,	1
5.0	5.1	5.3	4.9	Boissons, médicaments et tabac	2
7.7	7.6	6.4	6.7	Vêtements et articles de mercerie	3
9.3	8.7	8.7	8.8	Articles ménagers	4
3.5	3.4	3.5	3.8	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
6.8	4.6	7.2	6.6	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
9.8	9.8	9.6	9.7	Bois et matériaux de construction	7
8.2	7.9	7.9	8.1	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
3.8	3.6	3.8	3.9	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
6.6	5.5	5.3	5.2	Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	10
4.1	3.8	3.7	3.5	Produits divers	11
1.8	1.7	1.8	1.8	Total, ensemble des groupes de commerce	12