



Wholesale Trade

Commerce de gros

March 1999

Mars 1999



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

Data in many forms

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

How to obtain more information

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

Halifax	(902) 426-5331	Regina	(306) 780-5405
Montréal	(514) 283-5725	Edmonton	(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 dialling area of any of the Regional Reference Centres.

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

Ordering/Subscription information

All prices exclude sales tax

Catalogue no. 63-008-XIB, is available monthly on Internet for CDN \$14.00 per issue or CDN \$140.00 for one-year subscription. Users can obtain single issues or subscribe at <http://www.statcan.ca/cgi-bin/downpub/feepub.cgi>.

This product is also available on paper through a Print-on-Demand service. The prices for delivery in Canada are \$45.00 per issue and \$210.00 for a one-year subscription. The prices for delivery outside Canada are US \$45.00 per issue and US \$210.00 for a one-year subscription. The paper version can be ordered 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; by Internet, at order@statcan.ca; or in person, at local Statistics Canada offices. For changes of 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 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 ordinaire et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

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

Halifax	(902) 426-5331	Regina	(306) 780-5405
Montréal	(514) 283-5725	Edmonton	(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

Renseignements sur les commandes et les abonnements

Les prix ne comprennent pas les taxes de vente

On peut se procurer ce produit n° 63-008-XIB mensuellement sur Internet. Un numéro coûte 14 \$CAN et un abonnement d'un an coûte 140 \$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.

On peut aussi se procurer la version imprimée de ce produit par l'entremise du service d'impression sur demande. Au Canada, un numéro coûte 45 \$ et un abonnement d'un an coûte 210 \$. À l'extérieur du Canada, un numéro coûte 45 \$US et un abonnement d'un an coûte 210 \$US. On peut commander la version imprimée par la poste, en écrivant à Statistique Canada, Division de la diffusion, Gestion de la circulation, 120, avenue Parkdale, Ottawa (Ontario) K1A 0T6; par téléphone, en composant le (613) 951-7277 ou le 1 800 700-1033; par télécopieur, en composant le (613) 951-1584 ou le 1 800 889-9734; par Internet, en se rendant à order@statcan.ca; ou en personne, en se présentant à l'un des bureaux régionaux de Statistique Canada. Lorsque vous signalez un changement d'adresse, veuillez nous fournir l'ancienne et la nouvelle adresses.

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
Wholesale Trade Section

Wholesale Trade

March 1999

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

Commerce de gros

Mars 1999

Published by authority of the Minister
responsible for Statistics Canada

© Minister of Industry, 1999

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

May 1999

Catalogue no. 63-008-XIB, Vol. 62, no. 3

Frequency: Monthly

ISSN 1480-7467

Ottawa

Publication autorisée par le ministre
responsable de Statistique Canada

© Ministre de l'Industrie, 1999

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.

May 1999

N° 63-008-XIB au catalogue, vol. 62, n° 3

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-XPB) are also available in machine readable form through CANSIM (Canadian – Socio-Economic Information Management System). Users interested in accessing data via CANSIM should contact one of Statistics Canada's regional centres at the numbers listed on the inside front cover of this publication, or contact the Marketing Division, Statistics Canada, R.H. Coats Building, Ottawa, Ontario, K1A 0T6 (613) 951-8200.

This publication was prepared under the direction of:

- **F. Maranda**, Director, Distributive Trades Division
- **R. Lussier**, Assistant Director, Distributive Trades Division
- **Jeffrey Smith**, Chief, Wholesale Trade Section, Distributive Trades Division
- **Alexander Hays**, Economist, author of this publication. He may be reached at (613) 951-3552.

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



Signes conventionnels

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

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

NOTA

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

NOTE AU SUJET DE CANSIM

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

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **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
- **Alexander Hays**, économiste, auteur de cette publication. On peut le rejoindre au numéro (613) 951-3552.

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	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

March 1999 (preliminary)

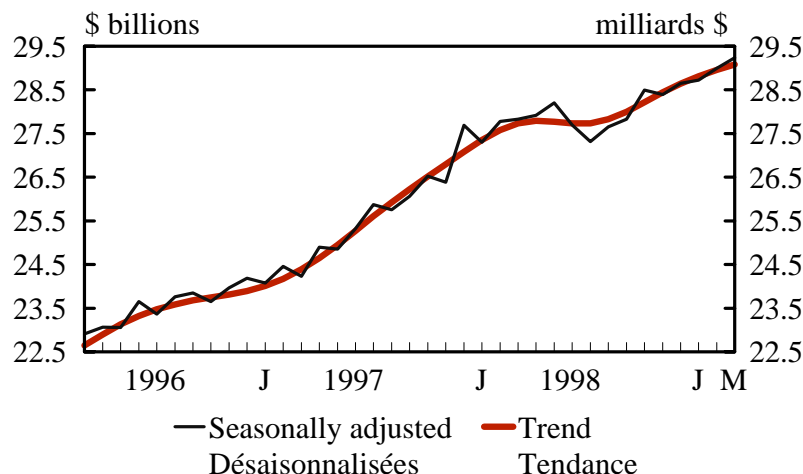
Sales advances in March of 0.8%, following increases in January (+0.5%) and February (+1.0%), enabled wholesalers to report a first quarter increase of 1.8%. March's increase was broadly based with 8 of the 11 trade groups posting advances. Following a slowdown which began early 1998, wholesale sales have been rising since the summer of 1998.

Faits saillants

Mars 1999 (données provisoires)

Les ventes ont progressé de 0,8 % en mars, dans la foulée des augmentations enregistrées en janvier (+0,5 %) et en février (+1,0 %). Les grossistes ont ainsi profité d'une hausse de 1,8 % de leurs ventes au premier trimestre. L'augmentation de mars a été assez généralisée, touchant 8 des 11 groupes de commerce. Après un ralentissement qui s'était amorcé au début de 1998, les ventes en gros sont en hausse depuis l'été de 1998.

Another good month for wholesale sales Un autre bon mois de ventes pour le commerce de gros



Wholesalers sold \$29.3 billion worth of goods and services in March. Increases were reported in all trade groups except household goods (-1.7%), apparel and dry goods (-1.2%), and motor vehicles, parts and accessories (-1.1%). Amongst the gainers, strong sales were noted in lumber and building materials (+3.6%), computers, packaged software and other electronic machinery (+3.0%), and farm machinery, equipment and sales (+2.6%).

Les grossistes ont vendu pour 29,3 milliards de dollars de biens et de services en mars. Des augmentations ont été signalées par tous les groupes de commerce, à l'exception des articles de ménage (-1,7 %), des vêtements et articles de mercerie (-1,2 %), ainsi que des véhicules automobiles et des pièces (-1,1 %). Parmi les grossistes qui ont connu des gains, des ventes importantes ont été notées pour le bois d'oeuvre et les matériaux de construction (+3,6 %), les ordinateurs, les logiciels et les autres équipements électroniques (+3,0 %), ainsi que les machines, le matériel et les fournitures agricoles (+2,6 %).

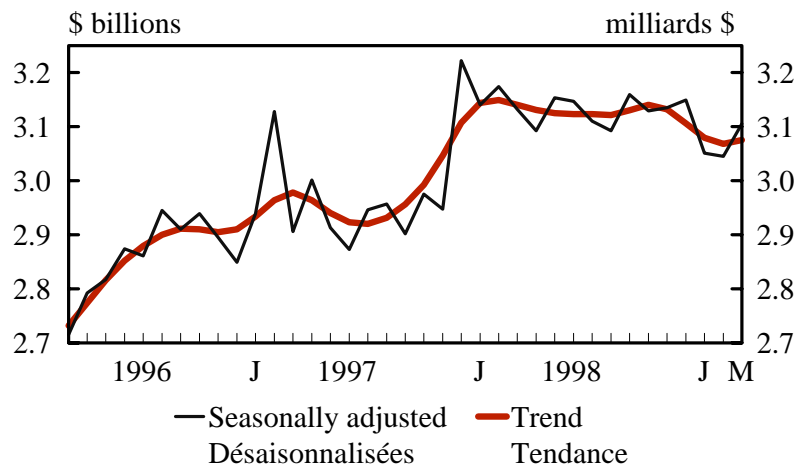
British Columbia still looking for a comeback.

Despite posting a rise in sales of 2.0% in March, first quarter sales for wholesalers in British Columbia were down 1.8% over the previous quarter, making it the only province to post a first quarter decline. Except for the last quarter of 1998 (+0.4%), the last four quarters for British Columbian wholesalers have been negative.

La Colombie-Britannique toujours en attente d'une reprise

En dépit de l'augmentation de 2,0 % enregistrée en mars, les ventes des grossistes de la Colombie-Britannique pour le premier trimestre sont en baisse de 1,8 % par rapport au trimestre précédent, ce qui fait de cette province la seule à avoir connu une baisse au premier trimestre. À l'exception du dernier trimestre de 1998 (+0.4%), les quatre derniers trimestres pour les grossistes de la Colombie-Britannique ont été négatifs.

Wholesalers in British Columbia continue to lag
Les grossistes de la Colombie-Britannique accusent toujours un retard



Although sales dropped 7.3% in March in Saskatchewan, sales increases in January (+4.5%) and February (+7.5%) gave the province a first quarter rise of 5.6%. However, this followed two consecutive quarters of strong diminished sales, -10.9% in the third quarter, and -5.8% in the fourth quarter, where the traditional farm machinery, equipment and supplies sector had held back overall Saskatchewan sales. Prior to mid 1998, sales had been increasing for the last two years.

Même si les ventes ont connu une baisse de 7,3 % en mars en Saskatchewan, les augmentations enregistrées en janvier (+4,5 %) et en février (+7,5 %) ont permis à la province d'enregistrer une hausse de 5,6 % au premier trimestre. Cela fait toutefois suite à deux trimestres consécutifs de baisse importante des ventes, -10,9 % dans le troisième trimestre, et -5,8 % dans le quatrième trimestre, le secteur traditionnel des machines, du matériel et des fournitures agricoles ayant nui à l'ensemble des ventes de la Saskatchewan. Avant mi-1998, les ventes avaient observées une hausse depuis les deux dernières années.

Wholesale sales were up in nine of the twelve provinces and territories. Besides, Saskatchewan, other decliner were the Northwest Territories (-11.1%) and Nova Scotia (-1.1%).

Les ventes des grossistes ont été en hausse dans neuf des douze provinces et territoires. Outre la Saskatchewan, les Territoires du Nord-Ouest (-11,1 %) et la Nouvelle-Écosse (-1,1 %) ont connu des baisses.

Sales of lumber and building materials continue to rise

Lumber and building materials rose 3.6% in March. Wholesale sales of lumber and building materials have been improving since mid 1998. Prior to this, sales had been falling since the spring of 1997. Interestingly, the other products trade group, which includes forest products such as raw logs and pulp, also rose 1.7% in March. Improving profitability in the forestry sector as reported by the media may be contributing to this increase. The low Canadian dollar, and a continued strong economy and robust housing market in the United States helped sales in March. Canadian wholesalers of lumber and building materials report that direct and indirect exports to the United States, to supply millworks, furniture makers and big-box hardware and lumber stores, are having a positive affect on their sales. In addition, the cautious optimistic view held by some industry watchers that Japan's economic problems may have finally bottomed out may also be having an affect.

Sales up in computer, packaged software and other electronic machinery

Wholesale sales of computer, packaged software and other electronic machinery increased 3.0% in March. Sales have been generally increasing over the last few years, punctuated by a period of stronger sales in 1998. The general strength of computer, packaged software and other electronic machinery sales could be attributed to not only the sales of goods by wholesalers, but also services such as repairs and training.

Aging baby boomers boost the beverage, drug and tobacco products sector

Beverage, drug and tobacco products rose 1.9% in March. Generally, sales had been rising since late 1996 until a period of slower sales occurred in 1998. Sales have been increasing since the end of 1998. A partial contributor to this increase could be the aging Canadian population. Several media reports suggest that, pharmaceutical companies are aggressively marketing their products to a better informed and health conscious public, particularly, older Canadians.

Les ventes de bois d'oeuvre et de matériaux de construction continuent d'augmenter

Les ventes de bois d'oeuvre et de matériaux de construction ont connu une hausse de 3,6 % en mars. Les ventes en gros de bois d'oeuvre et de matériaux de construction sont en hausse depuis le milieu de 1998. Auparavant, elles étaient en baisse depuis le printemps de 1997. Il est intéressant de constater que le groupe de commerce des autres produits, qui comprend les produits forestiers, comme les billots et la pâte de bois, a aussi connu une hausse de 1,7 % en mars. La rentabilité accrue du secteur forestier, dont rendent compte les médias, peut avoir contribué à l'augmentation du bois d'oeuvre et de matériaux de construction. La faiblesse du dollar canadien de même que la persistance d'une économie forte et d'un marché de l'habitation robuste aux États-Unis ont joué un rôle quant à l'augmentation des ventes en mars. Les grossistes canadiens de bois d'oeuvre et de matériaux de construction indiquent que les exportations directes et indirectes vers les États-Unis, pour l'approvisionnement des scieries, des fabricants de meubles et des magasins à grande surface de quincaillerie et de bois, ont eu un effet positif sur leurs ventes. Par ailleurs, la perception prudente, mais optimiste, de certains des observateurs de l'industrie, selon laquelle les problèmes économiques du Japon seraient peut-être terminés, peut aussi avoir eu un effet.

Les ventes sont en hausse pour les ordinateurs, les logiciels et les autres équipements électroniques

Les ventes en gros d'ordinateurs, de logiciels et d'autres équipements électroniques ont augmenté de 3,0 % en mars. Elles étaient généralement en hausse depuis les dernières années, des ventes plus importantes ayant été enregistrées en 1998. La vigueur générale des ventes d'ordinateurs, de logiciels et d'autres équipements électroniques est attribuable non seulement aux ventes de biens par les grossistes, mais aussi aux ventes de services comme les réparations et la formation.

Le vieillissement des membres de la génération du baby-boom contribue à la hausse des ventes du secteur de boissons, de médicaments et de produits du tabac

Les ventes de boissons, de médicaments et de produits du tabac ont augmenté de 1,9 % en mars. Elles étaient généralement en hausse depuis la fin de 1996, puis ont connu un ralentissement en 1998, mais ont amorcé une reprise depuis la fin de 1998. Il se peut que le vieillissement de la population canadienne ait contribué partiellement à cette augmentation. Plusieurs rapports des médias ont suggérés que les compagnies pharmaceutiques font activement la promotion de leurs produits auprès d'un public mieux informé et soucieux de sa santé, particulièrement les Canadiens plus âgés.

In addition, as Canadian consumer become more discriminating in their choice of beverages, newer products and brands are entering the distribution system. It appears that Canadian wholesalers maybe reaping the benefits of this expansion of products.

Par ailleurs, au fur et à mesure que les consommateurs canadiens deviennent plus sélectifs quant à leur choix de boissons, de nouveaux produits et marques voient le jour dans le système de distribution. Il semble que les grossistes canadiens profitent des retombées de cet élargissement de la gamme de produits.

Wholesaler inventories are leveling off

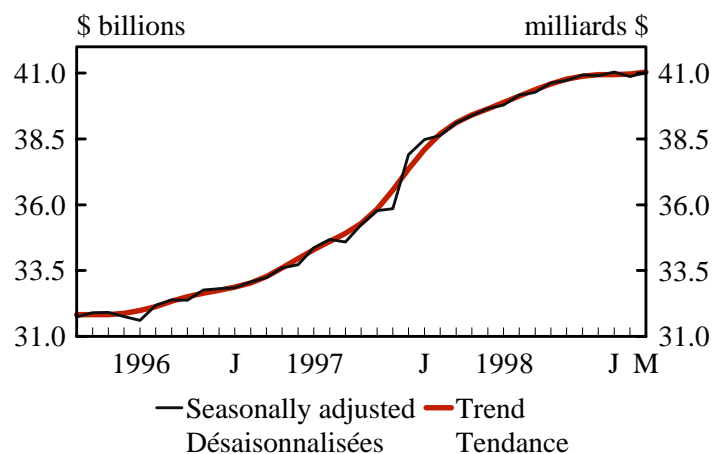
Wholesalers increased their inventories slightly to \$41.1 billion in March (+0.3%). However, this month continued the leveling off of inventories which started at the beginning of 1998. Prior to 1998, inventories had been on the rise since mid 1996.

Les stocks des grossistes se stabilisent

La valeur des stocks détenus par les grossistes a augmenté légèrement en mars (+0,3 %), pour atteindre 41,1 milliards de dollars. Toutefois, la stabilisation des stocks qui s'était amorcée au début de 1998 s'est poursuivie en mars. Avant 1998, les stocks étaient en hausse depuis le milieu de 1996.

Inventories are leveling off

Les stocks se stabilisent



The inventories-to-sales ratio declined for the second consecutive month, from 1.41 in February to 1.40 in March. Prior to February, the ratio was 1.43 for three of the four previous months. The ratio began to fall last summer after having been on the rise since late 1997.

Le ratio des stocks aux ventes a diminué pour le deuxième mois consécutif, passant de 1,41 à 1,40 en mars. Avant février, le ratio était de 1,43 pour trois des quatre mois précédents. Il a amorcé une baisse l'été dernier, après avoir été en hausse depuis la fin de 1997.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

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

No.	Trade Group	Sales Ventes				Year-to-date 1999 Cumulatif	Change from previous month Variation du mois précédent		
		March 1999 Mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre		March 1999 Mars	February 1999 Février	
		millions of dollars - millions de dollars							
	Trade Group - Canada								
1	Food products	4529	4505	4633	4478	13666	0.5	-2.8	
2	Beverage, drug and tobacco products	1969	1932	1926	1901	5827	1.9	0.3	
3	Apparel and dry goods	555	562	531	553	1648	-1.2	5.9	
4	Household goods	773	786	774	791	2332	-1.7	1.6	
5	Motor vehicles, parts and accessories	5209	5266	5152	5275	15627	-1.1	2.2	
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	1942	1939	1874	1882	5754	0.1	3.5	
7	Lumber and building materials	2275	2196	2127	2143	6598	3.6	3.2	
8	Farm machinery, equipment and supplies	786	766	736	617	2287	2.6	4.1	
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	4239	4235	4285	4154	12759	0.1	-1.2	
10	Computers and packaged software and other electronic machinery	3041	2953	2896	2935	8890	3.0	2.0	
11	Other products	3966	3898	3807	3879	11670	1.7	2.4	
12	Total, all trade groups	29282	29037	28738	28609	87057	0.8	1.0	
	Regions								
13	Newfoundland	204	204	205	197	614	0.2	-0.7	
14	Prince Edward Island	50	49	49	50	148	1.8	-0.8	
15	Nova Scotia	543	548	557	569	1649	-1.1	-1.6	
16	New Brunswick	360	350	345	331	1055	2.8	1.4	
17	Quebec	6047	5972	5923	5800	17942	1.3	0.8	
18	Ontario	14436	14349	14226	14175	43011	0.6	0.9	
19	Manitoba	1031	979	921	935	2931	5.3	6.3	
20	Saskatchewan	838	904	841	805	2583	-7.3	7.5	
21	Alberta	2633	2601	2578	2588	7812	1.2	0.9	
22	British Columbia	3114	3054	3062	3130	9229	2.0	-0.3	
23	Yukon	12	9	12	11	33	29.7	-22.3	
24	Northwest Territories	16	18	17	17	51	-11.1	1.1	

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°
January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	March 1999 Mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	Year-to-date 1999 Cumulatif		
per cent - pourcentage								
							Groupe de commerce - Canada	
3.5	0.9	7.5	9.0	12.4	5.4	9.6	Produits alimentaires	1
1.3	1.6	4.3	1.0	3.7	0.8	3.0	Boissons, médicaments et tabac	2
-4.1	3.4	0.6	2.3	-1.1	4.2	0.6	Vêtements et articles de mercerie	3
-2.2	-0.9	-5.1	-7.1	-2.3	-1.1	-4.9	Articles ménagers	4
-2.3	2.3	4.0	4.7	7.9	16.5	5.5	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
-0.5	-2.7	1.0	-0.7	-0.2	0.1	--	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
-0.8	2.7	12.6	6.0	3.6	1.6	7.4	Bois et matériaux de construction	7
19.2	-6.5	5.5	-1.1	-6.7	-22.5	-0.9	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
3.1	-0.2	2.5	3.3	5.7	-2.6	3.8	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
-1.3	0.4	24.3	18.9	14.8	11.8	19.3	Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	10
-1.9	1.3	-2.9	-0.8	-3.0	-3.6	-2.3	Produits divers	11
0.5	0.7	5.2	4.5	5.3	3.3	5.0	Total, ensemble des groupes de commerce	12
							Régions	
4.3	1.1	5.2	6.9	9.9	-3.2	7.3	Terre-Neuve	13
-1.0	0.2	2.2	5.3	16.7	9.4	7.7	Île-du-Prince-Édouard	14
-2.1	10.0	8.2	16.1	15.1	14.2	13.0	Nouvelle-Écosse	15
4.3	-0.7	6.8	4.0	6.2	-5.0	5.7	Nouveau-Brunswick	16
2.1	0.2	10.0	9.0	11.4	6.9	10.1	Québec	17
0.4	0.9	6.9	6.3	8.4	8.5	7.2	Ontario	18
-1.5	2.7	10.5	3.3	-2.6	0.7	3.7	Manitoba	19
4.5	-2.5	-10.6	-1.7	-9.6	-14.2	-7.4	Saskatchewan	20
-0.4	0.9	-3.3	-3.4	-7.2	-13.4	-4.7	Alberta	21
-2.2	-0.2	-0.6	-3.8	-2.5	-2.9	-2.3	Colombie-Britannique	22
10.4	5.9	5.9	-12.0	25.2	-17.8	5.7	Yukon	23
-0.4	13.4	8.1	27.7	27.5	17.9	20.8	Territoires du Nord-Ouest	24

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

No.	Trade Group	Sales				
		Ventes				
		March 1999 Mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	Year-to-date 1999 Cumulatif
		millions of dollars - millions de dollars				
	Trade Group - Canada					
1	Food products	4578	3962	4204	4711	12744
2	Beverage, drug and tobacco products	1952	1675	1659	1963	5286
3	Apparel and dry goods	663	608	418	334	1688
4	Household goods	779	638	579	840	1995
5	Motor vehicles, parts and accessories	6303	5204	4209	4575	15716
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	1958	1705	1569	1648	5232
7	Lumber and building materials	2075	1685	1479	1649	5239
8	Farm machinery, equipment and supplies	723	562	497	575	1781
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	4617	3861	3883	4339	12361
10	Computers, packaged software and other electronic machinery	3971	2754	2519	3667	9244
11	Other products	3970	3338	3083	3605	10391
12	Total, all trade groups	31588	25992	24098	27906	81678
	Regions					
13	Newfoundland	203	167	165	200	534
14	Prince Edward Island	45	36	38	49	119
15	Nova Scotia	544	448	468	596	1460
16	New Brunswick	355	285	279	322	919
17	Quebec	6389	5277	4924	5487	16589
18	Ontario	16184	13230	11992	14006	41406
19	Manitoba	1045	830	734	834	2608
20	Saskatchewan	796	716	670	742	2182
21	Alberta	2672	2237	2179	2575	7088
22	British Columbia	3325	2746	2628	3069	8699
23	Yukon	12	6	8	9	26
24	Northwest Territories	19	14	13	16	46

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						
March 1999 Mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	Year-to-date 1999 Cumulatif		
per cent - pourcentage						
					Groupe de commerce - Canada	
11.2	8.2	9.5	2.7	9.7	Produits alimentaires	1
7.6	0.9	1.0	0.9	3.3	Boissons, médicaments et tabac	2
2.0	3.5	-5.3	9.9	0.6	Vêtements et articles de mercerie	3
-2.4	-4.8	-4.5	-1.8	-3.8	Articles ménagers	4
7.7	5.3	6.8	7.9	6.7	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
3.7	0.5	-3.5	-4.2	0.4	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
15.7	6.6	0.3	0.8	8.1	Bois et matériaux de construction	7
7.0	2.3	-7.3	-18.8	1.2	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
4.4	2.6	2.6	-10.0	3.3	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
28.0	18.0	10.7	8.4	19.9	Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	10
-0.4	-0.2	-6.6	-6.3	-2.2	Produits divers	11
8.6	4.8	2.7	-0.5	5.6	Total, ensemble des groupes de commerce	12
					Régions	
9.3	8.3	9.5	2.2	9.0	Terre-Neuve	13
6.0	3.1	9.1	8.5	6.1	Île-du-Prince-Édouard	14
11.0	15.5	13.0	12.7	13.0	Nouvelle-Écosse	15
10.4	4.1	1.6	-5.9	5.6	Nouveau-Brunswick	16
14.0	8.8	8.0	1.3	10.5	Québec	17
10.1	6.7	6.2	3.6	7.9	Ontario	18
14.0	6.3	-4.4	6.1	5.8	Manitoba	19
-6.8	1.0	-11.7	-14.0	-6.0	Saskatchewan	20
-0.6	-3.2	-9.7	-14.7	-4.4	Alberta	21
1.8	-4.5	-5.7	-7.4	-2.6	Colombie-Britannique	22
9.5	-17.5	13.9	-21.2	3.2	Yukon	23
11.7	31.6	27.8	19.4	21.7	Territoires du Nord-Ouest	24

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

No.	Trade Group	Response Fraction			
		Fraction de réponse			
		March 1999 Mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre
		per cent - pourcentage			
	Trade Group - Canada				
1	Food products	93.7	92.4	94.8	94.4
2	Beverage, drug and tobacco products	93.4	90.3	89.6	89.9
3	Apparel and dry goods	92.2	92.9	91.4	92.8
4	Household goods	98.6	95.8	96.5	97.5
5	Motor vehicles, parts and accessories	93.2	98.7	98.1	98.3
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	93.4	91.0	93.9	91.8
7	Lumber and building materials	94.6	92.5	90.4	91.6
8	Farm machinery, equipment and supplies	96.2	94.6	93.5	96.1
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	90.2	92.2	90.4	90.5
10	Computers, packaged software and other electronic machinery	91.8	92.8	90.9	91.4
11	Other products	91.1	89.2	88.0	89.3
12	Total, all trade groups	92.7	93.2	92.7	92.9
	Regions				
13	Newfoundland	93.9	91.4	91.5	91.8
14	Prince Edward Island	94.4	88.2	92.3	89.8
15	Nova Scotia	93.4	93.3	93.6	93.4
16	New Brunswick	97.8	95.3	95.0	95.5
17	Quebec	93.4	93.9	92.7	93.2
18	Ontario	91.5	93.8	93.2	92.7
19	Manitoba	95.1	91.8	91.6	91.3
20	Saskatchewan	96.0	89.3	89.4	89.5
21	Alberta	93.8	91.6	92.0	92.5
22	British Columbia	94.1	91.7	91.8	94.2
23	Yukon	92.3	88.9	90.3	90.7
24	Northwest Territories	96.1	84.8	88.8	84.7

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					
March 1999 Mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre		
per cent - pourcentage					
				Groupe de commerce - Canada	
1.9	1.8	1.6	1.9	Produits alimentaires	1
2.6	2.1	2.1	1.8	Boissons, médicaments et tabac	2
6.7	6.0	5.0	5.0	Vêtements et articles de mercerie	3
5.9	5.2	4.4	4.6	Articles ménagers	4
1.3	1.3	1.3	1.4	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
5.4	5.5	5.2	5.5	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
5.1	5.3	5.0	4.8	Bois et matériaux de construction	7
4.7	5.7	5.0	5.8	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
3.4	3.3	6.6	4.7	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
2.9	3.0	3.0	3.2	Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	10
2.2	2.0	2.1	2.1	Produits divers	11
1.0	0.9	1.3	1.1	Total, ensemble des groupes de commerce	12
				Régions	
2.7	2.4	3.1	2.0	Terre-Neuve	13
1.4	1.7	1.9	1.6	Île-du-Prince-Édouard	14
5.3	5.0	5.6	8.9	Nouvelle-Écosse	15
1.6	1.3	1.4	1.9	Nouveau-Brunswick	16
2.1	2.0	2.1	2.2	Québec	17
1.4	1.4	2.3	1.8	Ontario	18
1.8	1.9	1.9	2.0	Manitoba	19
2.4	2.3	2.4	2.8	Saskatchewan	20
2.5	2.3	2.2	2.4	Alberta	21
3.9	3.6	3.1	2.6	Colombie-Britannique	22
0.5	0.4	0.1	--	Yukon	23
--	--	--	--	Territoires du Nord-Ouest	24

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

No.	Trade Group	Inventories Stocks				Change from previous month Variation du mois précédent	
		March 1999 mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	March 1999 mars	February 1999 Février
		millions of dollars - millions de dollars					
	Trade Group - Canada						
1	Food products	2695	2674	2662	2684	0.8	0.4
2	Beverage, drug and tobacco products	2246	2256	2222	2247	-0.5	1.6
3	Apparel and dry goods	1253	1249	1237	1234	0.3	1.0
4	Household goods	1533	1551	1527	1530	-1.2	1.6
5	Motor vehicles, parts and accessories	5902	5818	5872	5860	1.5	-0.9
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	3518	3534	3500	3486	-0.4	1.0
7	Lumber and building materials	3627	3567	3734	3672	1.7	-4.5
8	Farm machinery, equipment and supplies	2285	2283	2277	2304	0.1	0.3
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	10065	9990	9907	9790	0.7	0.8
10	Computers, packaged software and other electronic machinery	2536	2621	2593	2650	-3.2	1.1
11	Other products	5438	5437	5568	5364	--	-2.4
12	Total, all trade groups	41097	40980	41099	40821	0.3	-0.3

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

No.	Trade Group	Inventories Stocks			
		March 1999 mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre
		millions of dollars - millions de dollars			
	Trade Group - Canada				
1	Food products	2620	2653	2635	2796
2	Beverage, drug and tobacco products	2198	2201	2213	2199
3	Apparel and dry goods	1248	1299	1251	1170
4	Household goods	1448	1486	1444	1453
5	Motor vehicles, parts and accessories	6323	6039	5799	5581
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	3532	3507	3473	3439
7	Lumber and building materials	3782	3574	3632	3496
8	Farm machinery, equipment and supplies	2359	2308	2236	2248
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	9977	9876	9787	9586
10	Computers, packaged software and other electronic machinery	2558	2737	2691	2700
11	Other products	5751	5437	5512	5230
12	Total, all trade groups	41795	41117	40674	39899

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°
January 1999 Janvier	December 1998 Décembre	March 1999 mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre		
per cent - pourcentage							
						Groupe de commerce - Canada	
-0.8	-1.3	3.7	4.0	3.1	3.0	Produits alimentaires	1
-1.1	1.8	6.4	4.0	6.4	8.1	Boissons, médicaments et tabac	2
0.2	-5.6	2.9	3.2	5.2	7.8	Vêtements et articles de mercerie	3
-0.2	-0.5	-0.7	0.4	-1.2	-0.4	Articles ménagers	4
0.2	2.1	7.4	8.0	10.6	11.2	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
0.4	-1.1	5.1	6.8	4.9	5.9	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
1.7	0.5	6.8	3.7	10.4	9.3	Bois et matériaux de construction	7
-1.2	-0.2	1.2	1.3	1.9	6.1	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
1.2	-0.3	5.5	7.1	6.3	9.1	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
-2.2	-3.1	7.7	11.4	7.8	7.4	Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	10
3.8	-0.1	3.9	7.3	9.3	7.0	Produits divers	11
0.7	-0.3	5.1	6.1	6.8	7.7	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°
March 1999 mars	February 1999 February	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre		
per cent - pourcentage					
				Groupe de commerce - Canada	
3.6	3.0	2.7	-0.9	Produits alimentaires	1
6.1	4.2	6.8	11.3	Boissons, médicaments et tabac	2
3.3	3.1	5.3	9.0	Vêtements et articles de mercerie	3
-1.2	0.6	-1.0	-0.3	Articles ménagers	4
7.4	6.9	10.7	8.9	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
4.8	6.5	5.2	1.0	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
5.2	3.0	11.2	7.0	Bois et matériaux de construction	7
0.9	0.9	2.0	6.5	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
4.9	6.8	6.9	-0.8	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
7.1	11.2	8.3	--	Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	10
4.1	6.7	10.4	3.7	Produits divers	11
4.8	5.6	7.3	3.2	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			
		March 1999 mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre
	Trade Group - Canada				
1	Food products	0.60	0.59	0.57	0.60
2	Beverage, drug and tobacco products	1.14	1.17	1.15	1.18
3	Apparel and dry goods	2.26	2.22	2.33	2.23
4	Household goods	1.98	1.97	1.97	1.93
5	Motor Vehicles, parts and accessories	1.13	1.10	1.14	1.11
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	1.81	1.82	1.87	1.85
7	Lumber and building materials	1.59	1.62	1.76	1.71
8	Farm machinery, equipment and supplies	2.91	2.98	3.09	3.73
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	2.37	2.36	2.31	2.36
10	Computers, packaged software and other electronic machinery	0.83	0.89	0.90	0.90
11	Other products	1.37	1.39	1.46	1.38
12	Total, all trade groups	1.40	1.41	1.43	1.43

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

No.	Trade Group	Response fraction Fraction de réponse			
		March 1999 mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre
	Trade Group - Canada				
		per cent - pourcentage			
1	Food products	78.3	85.3	83.2	85.1
2	Beverage, drug and tobacco products	87.4	88.8	90.4	88.4
3	Apparel and dry goods	71.1	73.1	73.3	71.0
4	Household goods	88.0	86.4	85.3	86.6
5	Motor Vehicles, parts and accessories	87.6	92.6	93.2	91.5
6	Metals, hardware, plumbing and heating equipment and supplies	87.5	85.3	86.1	85.8
7	Lumber and building materials	81.9	83.5	78.3	75.3
8	Farm machinery, equipment and supplies	84.7	84.7	82.2	84.6
9	Industrial and other machinery, equipment and supplies	80.8	80.2	79.4	79.1
10	Computers, packaged software and other electronic machinery	79.3	79.1	79.1	80.3
11	Other products	74.4	73.2	76.2	75.4
12	Total, all trade groups	81.9	82.8	82.4	81.9

Tableau 6.

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

Inventories/sales ratio Rapport stocks/ventes				Groupe de commerce	No
March 1998 mars	February 1998 Février	January 1998 Janvier	December 1997 Décembre		
				Groupe de commerce - Canada	
0.62	0.62	0.63	0.61	Produits alimentaires	1
1.12	1.13	1.12	1.10	Boissons, médicaments et tabac	2
2.21	2.20	2.19	2.15	Vêtements et articles de mercerie	3
1.90	1.82	1.95	1.92	Articles ménagers	4
1.10	1.07	1.11	1.16	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
1.74	1.70	1.78	1.75	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
1.68	1.66	1.65	1.59	Bois et matériaux de construction	7
3.03	2.91	2.83	2.73	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
2.31	2.28	2.30	2.10	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
0.96	0.95	0.95	0.94	Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	10
1.28	1.29	1.30	1.25	Produits divers	11
1.41	1.39	1.41	1.37	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
March 1999 mars	February 1999 Février	January 1999 Janvier	December 1998 Décembre		
per cent - pourcentage					
				Groupe de commerce - Canada	
4.3	4.4	3.8	3.6	Produits alimentaires,	1
5.1	5.1	5.9	5.9	Boissons, médicaments et tabac	2
5.9	5.8	5.8	5.3	Vêtements et articles de mercerie	3
6.6	5.8	5.6	5.2	Articles ménagers	4
3.0	3.3	3.4	3.6	Véhicules automobiles, pièces et accessoires	5
4.9	5.0	5.0	4.9	Métaux, articles de quincaillerie, matériel de plomberie et de chauffage	6
7.9	7.0	6.8	6.9	Bois et matériaux de construction	7
6.6	6.1	5.4	5.0	Machines, matériel et fournitures agricoles	8
5.0	4.4	4.6	4.2	Machines, matériel et fournitures industriels et autres	9
3.6	3.4	3.3	3.1	Ordinateurs, logiciels et autres équipements électroniques	10
3.8	3.4	7.0	3.0	Produits divers	11
1.7	1.6	1.8	1.5	Total, ensemble des groupes de commerce	12