

DOMINION BUREAU OF STATISTICS

OTTAWA - CANADA

Published by Authority of the Minister of Trade and Commerce

CATALOGUE No.

63-002

MONTHLY -- MENSUEL

BUREAU FÉDÉRAL DE LA STATISTIQUE

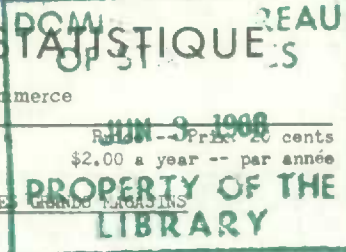
Publication autorisée par le ministre du Commerce

Vol. 33 No. 2

DEPARTMENT STORE SALES AND STOCKS

VENTES ET STOCKS DES GRANDS MAGASINS

FEBRUARY - 1968 - FÉVRIER



Beginning in January 1968, a new department store definition (see page 7) and an expanded departmental breakdown of sales and stocks have been adopted. As a result, both the size and the structure of the department store "universe" have been altered significantly.

With the inception of the new definition, catalogue sales offices, mail order offices and all other non-department store locations of department store firms have been eliminated from the department store category. (Information on the reclassification of mail order and catalogue sales offices, as well as non-department store locations, will be found in Retail Trade (monthly), Catalogue No. 63-005). The over-all effect of this change will be to create a "pure" department store series.

In this connection, it should be noted that, as of January, 1968, separate figures will no longer be published for discount department stores. In recent years, the differences between traditional and discount department stores have become less pronounced--until the point has now been reached where there is little if anything to distinguish one from the other. For this reason, discount department stores which meet the new definition have been absorbed into the department store universe; those which do not have been reclassified as general merchandise stores, variety stores or some other category, depending on the commodities carried. A list of the department stores included in this and forthcoming reports is provided on page 5.

In addition to the revised commodity requirements set forth in the definition, a new and more precise treatment of concession sales is also specified. Under this definition, sales of concessions located in department store outlets will be considered as part of the total business of the outlet, with the exception of associated food departments which are not an integral part of the operation or which are identified to the public by any name other than that of the department store with which they are associated.

In conjunction with the definitional and conceptual changes described above, the departmental stratification of department store sales and stocks has been improved substantially, through a broadening of several of the commodity classes and the addition of ten new commodity groups. These new departments including plumbing, heating and building materials; gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies; receipts from meals and lunches; receipts from repairs and services; etc. A revised department store commodity reference list has been prepared and may be obtained without charge by writing Merchandising and Services Division, Dominion Bureau of Statistics, Ottawa.

The data on the following pages have not been adjusted for seasonal variations, price changes or number of shopping days.

Merchandising and Services Division

May - 1968 - Mai
6403-503

A compter de janvier 1968, une nouvelle définition du grand magasin (voir page 7) et une décomposition plus élaborée des ventes et des stocks par rayon ont été adoptées. En conséquence, la taille et la structure de l'univers du grand magasin ont été profondément altérées.

Depuis l'adoption de la nouvelle définition, les comptoirs de vente par catalogue, les bureaux de vente par la poste et les autres établissements non à rayons des grands magasins ont été rayés de la catégorie des grands magasins. (Pour de plus amples renseignements sur la reclassification des locaux de vente par la poste et par catalogue et des établissements non à rayons des grands magasins, voir la publication mensuelle: Commerce de détail (numéro de catalogue 63-005). L'effet global de ce changement sera de créer une série concernant plus strictement les grands magasins.

A ce propos, il faut noter qu'à partir de janvier 1968, les chiffres sur les grands magasins à rabais ne seront plus publiés séparément. Depuis quelques années, la différence entre les grands magasins ordinaires et les grands magasins à rabais a diminué au point qu'il ne reste à peu près plus de distinction entre eux. Pour cette raison, les grands magasins à rabais qui sont conformes à la nouvelle définition ont été intégrés à l'univers des grands magasins et ceux qui ne le sont pas ont été reclassifiés comme magasins généraux, bazars ou dans quelque autre catégorie, suivant les marchandises qu'on y vend. Une liste des grands magasins visés par le présent rapport et par ceux qui suivront se trouve à la page 4.

En plus des nouvelles exigences concernant les marchandises, exposées dans la définition, un nouveau traitement précis des ventes faites dans des concessions entre également en vigueur. Aux termes de cette définition, les ventes faites dans des concessions situées dans les grands magasins seront considérées comme faisant partie de l'entreprise globale, sauf s'il s'agit de magasins d'alimentation qui sont associés à l'exploitation mais qui n'en sont pas une partie intégrante ou qui sont connus du public par une désignation autre que celle du grand magasin auquel ils sont associés.

De pair avec les changements de définition et de concept décrits plus haut, la stratification par rayon des ventes et des stocks des grands magasins a été considérablement améliorée; plusieurs classes de marchandises ont été agrandies et dix nouveaux groupes de marchandises ont été ajoutés. Ces nouveaux groupes sont, entre autres, les accessoires de plomberie, les appareils de chauffage et les matériaux de construction; l'essence, l'huile, les accessoires d'automobile, les réparations et les fournitures; les recettes de repas et de casse-croûtes; et les recettes de réparations et services. Un répertoire révisé des marchandises des grands magasins a été préparé et on peut se le procurer gratuitement en écrivant à la Division du commerce et des services, Bureau fédéral de la statistique, Ottawa.

Les données qui figurent sur les pages suivantes n'ont pas été rectifiées pour tenir compte des variations saisonnières, des changements de prix ou du nombre de jours de magasinage.

Division du Commerce et des services

The contents of this document may be used freely but DBS should be credited when republishing all or any part of it.

Le présent document peut être reproduit en toute liberté pourvu qu'on indique qu'il émane du B.F.S.

TABLE 1. Department Store Sales and Stocks by Departments

TABLEAU 1. Ventes et Stocks des grands magasins par rayon

February - 1968 - Février

No.	Department	Sales -- Ventes		
		1967	1968	Change -- Variation
		\$'000 -- milliers de dollars		%
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms.	3,195	3,692	+15.6
2	Women's and misses' coats and suits	2,319	2,620	+13.0
3	Women's and misses' sportswear	3,944	4,484	+13.7
4	Furs	660	649	- 1.7
5	Infants' and children's wear and nursery equipment ...	3,094	3,611	+16.7
6	Girls' and teenage girls' wear	1,513	1,714	+13.3
7	Lingerie and women's sleepwear	2,431	2,634	+ 8.4
8	Intimate apparel	1,968	2,180	+10.8
9	Millinery	516	620	+20.2
10	Women's and girls' hosiery	1,870	2,500	+33.7
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	1,693	1,784	+ 5.4
12	Women's, misses' and children's footwear	2,776	3,194	+15.1
13	Men's clothing	4,507	4,995	+10.8
14	Men's furnishings	5,385	6,086	+13.0
15	Boys' clothing and furnishings	2,255	2,441	+ 8.2
16	Men's and boys' footwear	2,053	2,259	+10.0
17	Food and kindred products	9,999	12,025	+20.3
18	Toiletries, cosmetics and drugs	7,612	8,788	+15.4
19	Photographic equipment and supplies	1,635	1,984	+21.3
20	Piece goods	2,196	2,301	+ 4.8
21	Linens and domestics	3,124	3,430	+ 9.8
22	Smallwares and notions	1,697	1,841	+ 8.5
23	China and glassware	1,538	1,659	+ 7.9
24	Floor coverings	3,029	3,333	+10.0
25	Draperies, curtains, and furniture coverings	2,253	2,599	+15.4
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings.	1,047	1,157	+10.5
27	Furniture	6,604	6,750	+ 2.2
28	Major appliances	5,504	5,806	+ 5.5
29	T.V., radio and music	4,545	5,130	+12.9
30	Housewares and small electrical appliances	3,428	3,972	+15.9
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	3,076	3,603	+17.1
32	Plumbing, heating and building materials	933	1,135	+21.7
33	Jewellery	1,809	1,953	+ 8.0
34	Toys and games	1,548	1,877	+21.3
35	Sporting goods and luggage	2,584	2,772	+ 7.3
36	Stationery, books and magazines	2,824	3,344	+18.4
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies.	2,940	3,546	+20.6
38	Receipts from meals and lunches	2,781	3,163	+13.7
39	Receipts from repairs and services	5,450	6,136	+12.6
40	All other departments			
41	Total, all departments	118,336	133,767	+13.0

TABLE 1. Department Store Sales and Stocks by Departments

TABLÉAU 1. Ventes et Stocks des grands magasins par rayon

February - 1968 - Février

Stocks (at selling value) -- Stocks (valeur de vente)		Change -- Variation %	Rayon	N ^o
1967	1968			
\$'000 -- milliers de dollars				
	11,651		Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles.	1
	10,222		Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
	18,225		Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
	4,120		Fourrures	4
	18,878		Vêtements pour bébés et d'enfants et articles de chambres d'enfants.	5
	8,724		Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
	9,566		Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
	9,520		Sous-vêtements	8
	1,193		Chapeaux	9
	7,474		Bas pour dames et fillettes	10
	9,432		Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes.	11
	23,349		Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
	24,089		Vêtements pour hommes	13
	30,620		Articles d'habillement pour hommes	14
	13,851		Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
	14,347		Chaussures pour hommes et garçons	16
	8,497		Produits alimentaires et connexes	17
	29,732		Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
	6,859		Appareils et fournitures photographiques	19
	11,767		Tissus à la pièce	20
	17,885		Literie et linge de maison	21
	8,191		Menus articles	22
	14,665		Porcelaine et verrerie	23
	14,071		Revêtements de plancher	24
	15,036		Tentures, rideaux et housses	25
	6,005		Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison.	26
	28,163		Meubles	27
	16,799		Gros appareils ménagers	28
	19,741		Télévision, radio et musique	29
	20,467		Articles de ménage et petits appareils électriques ...	30
	22,714		Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
	4,233		Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
	14,498		Bijouterie	33
	13,771		Jouets et jeux	34
	20,377		Articles de sport et valises	35
	11,961		Papeterie, livres et revues	36
	12,324		Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures.	37
	268		Recettes provenant des repas et casse-croûtes	38
	11,594		Recettes provenant des services et des travaux de réparation.	39
			Tous autres rayons	40
	544,879		Total, tous rayons	41

Not available -- Indisponibles

Not available -- Indisponibles

TABLE 2. Department Store Sales by Departments

TABLEAU 2. Ventes des grands magasins par rayon
January and February -- Janvier et février

No.	Department -- Rayon	Sales -- Ventes		Change -- Variation %
		1967	1968	
		\$'000 -- milliers de dollars		
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms -- Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	6,359	7,124	+12.0
2	Women's and misses' coats and suits -- Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	5,224	5,692	+ 9.0
3	Women's and misses' sportswear -- Vêtements sport pour dames et jeunes filles	7,988	8,634	+ 8.1
4	Furs -- Fourrures	1,654	1,699	+ 2.7
5	Infants' and children's wear and nursery equipment -- Vêtements pour bébés et d'enfants et articles de chambres d'enfants	6,186	6,952	+12.4
6	Girls' and teenage girls' wear -- Vêtements de fillettes et d'adolescentes	2,966	3,241	+ 9.3
7	Lingerie and women's sleepwear -- Lingerie et vêtements de nuit pour dames	4,572	5,030	+10.0
8	Intimate apparel -- Sous-vêtements	4,074	4,305	+ 5.7
9	Millinery -- Chapeaux	1,171	1,543	+31.8
10	Women's and girls' hosiery -- Bas pour dames et fillettes	3,917	4,967	+26.8
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories -- Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	3,127	3,423	+ 9.5
12	Women's, misses' and children's footwear -- Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	5,893	6,560	+11.3
13	Men's clothing -- Vêtements pour hommes	9,585	10,649	+11.1
14	Men's furnishings -- Articles d'habillement pour hommes	10,377	11,709	+12.8
15	Boys' clothing and furnishings -- Vêtements et articles d'habillement pour garçons	4,445	4,791	+ 7.5
16	Men's and boys' footwear -- Chaussures pour hommes et garçons	3,959	4,542	+14.7
17	Food and kindred products -- Produits alimentaires et connexes	20,119	23,542	+17.0
18	Toiletries, cosmetics and drugs -- Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	13,658	15,749	+15.3
19	Photographic equipment and supplies -- Appareils et fournitures photographiques	3,166	3,725	+17.7
20	Piece goods -- Tissus à la pièce	4,702	4,805	+ 2.2
21	Linens and domestics -- Literie et linge de maison	8,258	8,696	+ 5.3
22	Smallwares and notions -- Menus articles	3,572	3,907	+ 9.4
23	China and glassware -- Porcelaine et verrerie	3,008	3,161	+ 5.1
24	Floor coverings -- Revêtements de plancher	7,093	7,459	+ 5.2
25	Draperies, curtains, and furniture coverings -- Tentures, rideaux et housses	4,943	5,461	+10.5
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings -- Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	2,307	2,436	+ 5.6
27	Furniture -- Meubles	15,704	15,646	- 0.4
28	Major appliances -- Gros appareils ménagers	12,945	13,244	+ 2.3
29	T.V., radio and music -- Télévision, radio et musique	10,465	11,112	+ 6.2
30	Housewares and small electrical appliances -- Articles de ménage et petits appareils électriques	6,893	7,796	+13.1
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. -- Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	6,114	6,944	+13.6
32	Plumbing, heating and building materials -- Matériel de plomberie, chauffage et construction	2,137	2,524	+18.1
33	Jewellery -- Bijouterie	3,349	3,537	+ 5.6
34	Toys and games -- Jouets et jeux	2,851	3,314	+16.2
35	Sporting goods and luggage -- Articles de sport et valises	5,838	6,288	+ 7.7
36	Stationery, books and magazines -- Papeterie, livres et revues	5,362	6,227	+16.1
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies -- Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	5,980	7,304	+22.1
38	Receipts from meals and lunches -- Recettes provenant des repas et casse-croûtes	5,352	6,022	+12.5
39	Receipts from repairs and services -- Recettes provenant des services et des travaux de réparation	10,687	11,451	+ 7.2
40	All other departments -- Tous autres rayons			
41	All departments - Total - Tous rayons	246,001	271,211	+10.2

TABLE 3. Department Store Sales by Provinces
 TABLEAU 3. Ventes des grands magasins par province
 February - 1968 - Février

Province	Sales -- Ventes		Change -- Variation
	1967	1968	
	\$'000 -- milliers de dollars		%
Newfoundland -- Terre-Neuve	1,147	1,492	+30.1
Prince Edward Island -- Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia -- Nouvelle-Écosse	x	x	x
New Brunswick -- Nouveau-Brunswick	1,386	1,763	+27.2
Québec	21,665	24,988	+15.3
Ontario	44,183	50,038	+13.3
Manitoba	10,502	10,289	- 2.0
Saskatchewan	2,889	3,113	+ 7.8
Alberta	12,890	15,837	+22.9
British Columbia(1) -- Colombie-Britannique(1)	21,495	23,570	+ 9.7
Canada	118,336	133,767	+13.0

Note: Components may not add to totals due to rounding.

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

(1) Includes Yukon and Northwest Territories. -- Comprend le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest.

x Confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act. -- Confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

List of Department Store Organizations
 Liste des organisations de grands magasins

Name -- Nom	Name -- Nom
Allied Towers Merchants, Ltd.	Manchester, Robertson, Allison Ltd.
Ayre's Ltd.	Messier, L. N. Ltée
Bowring Bros. Ltd.	Morgan, Henry, & Co. Ltd.
Caplan, C., Ltd.	Ogilvy, Charles, Ltd.
Chapples Stores Ltd.	Ogilvy's, Jas. A., Ltd.
Clark's-Gamble of Canada Ltd.	Faquet Cie Inc.
Dupuis Frères Ltée	Pollock, M., Ltd.
Eaton, T., Co. Canada Ltd.	Robinson, The G. W., Co. Ltd.
Fortin, J. L., Ltée	Royal, The, Stores Ltd.
Freiman, A. J., Ltd.	Sayvette Ltd.
Freimart Stores Ltd.	Sentry Dep't. Stores Ltd.
GEM Stores Ltd.	Simpson, The Robert, Co. Ltd.
Giant Mart Ltd.	Simpsons-Sears Ltd.
Goudies Ltd.	Slover, F., Ltd.
Hamilton Harvey Ltd.	Smith's & Chapple Ltd.
Holman, R.T., Ltd.	Steinberg's Ltd., Department Store Division
Hougens Ltd.	Syndicat de Québec Ltée
Hubert, Magasin J. O., Ltée	Watkins, Thomas C., Ltd.
Hudson's Bay Co.	Woodward Stores (Edmonton) Ltd.
K-Mart, c/o S. S. Kresge Co. Ltd.	Woodward Stores Ltd.
Larocques (Ottawa) Ltd.	Woolco Department Stores, c/o F. W. Woolworth Co. Ltd.

TABLE 4. Department Store Sales by Provinces
 TABLEAU 4. Ventes des grands magasins par province
 January and February -- Janvier et février

Province	Sales -- Ventes		Change -- Variation
	1967	1968	
	\$'000 -- milliers de dollars		%
Newfoundland -- Terre-Neuve	2,708	2,956	+ 9.2
Prince Edward Island -- Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia -- Nouvelle-Écosse	x	x	x
New Brunswick -- Nouveau-Brunswick	2,728	3,283	+20.3
Québec	46,149	49,788	+ 7.9
Ontario	91,262	102,770	+12.6
Manitoba	20,990	21,059	+ 0.3
Saskatchewan	5,938	6,349	+ 6.9
Alberta	27,416	31,672	+15.5
British Columbia(1) -- Colombie-Britannique(1)	44,388	48,224	+ 8.6
Canada	246,001	271,211	+10.2

Note: Components may not add to totals due to rounding.

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

(1) Includes Yukon and Northwest Territories. -- Comprend le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest.

x Confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act. -- Confidentiel en vertu des dispositions de la loi sur la statistique relatives au secret.

DEPARTMENT STORE DEFINITION

A retail outlet is defined as a department store if it possesses the following characteristics:

It must sell the following general lines of merchandise:

- (a) FAMILY CLOTHING AND APPAREL - this commodity group is composed of some or all of the following lines: women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms; women's and misses' coats and suits; women's and misses' sportswear; furs; infants' and children's wear; girls' and teenage wear; lingerie, and women's sleepwear; intimate apparel; millinery; women's and girls' hosiery; women's and girls' gloves, mitts and accessories; women's, misses' and children's footwear; men's clothing; men's furnishings; boys' clothing and furnishings; men's and boys' footwear. NOTE: the outlet must sell at least six (6) of the commodity lines listed above, with at least one (1) of the commodities being men's and boys' clothing or furnishings. At least twenty per cent (20%) of the outlet's total sales must be derived from the family clothing and apparel group.
- (b) FURNITURE, APPLIANCES AND HOME FURNISHINGS - this commodity group is composed of some or all of the following lines: linens and domestics; china and glassware; home furnishings; furniture, wooden and upholstered goods for living-room and dining-room and bedroom; major appliances; T.V., radio and music; hardware and housewares. NOTE: the outlet must sell at least four (4) of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being furniture (wooden and upholstered goods for dining-room and/or living-room and/or bedroom). At least ten per cent (10%) of the outlet's total sales must be derived from the furniture, appliance and home furnishings group.
- (c) ALL OTHER (MISCELLANEOUS) - this category includes all commodities sold by the outlet but not shown above, such as: toiletries, cosmetics and drugs; photographic equipment and supplies; piece goods; notions and smallwares; jewellery; sporting goods and luggage; stationery, books and magazines; and food. NOTE: the outlet must sell at least three (3) different commodity lines with not one of these lines representing more than fifty per cent (50%) of the total store sales. At least ten per cent (10%) of the outlet's total sales must be derived from the All Other or Miscellaneous groups.

For the purposes of this definition, the business done by concessions located in department store outlets will be considered as part of the overall business of the outlet in which they are located. However, sales of an associated food department (or store) should be included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated.

DÉFINITION D'UN GRAND MAGASIN

Un magasin de détail est un grand magasin, s'il possède les caractéristiques suivantes:

Il doit vendre les grandes séries d'articles suivantes:

- a) VÊTEMENTS POUR LA FAMILLE - Ce groupe comprend les articles suivants: robes pour dames et jeunes filles, robes de ménage, tabliers et uniformes; manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles; vêtements de sport pour dames et jeunes filles; fourrures; vêtements de bébés et d'enfants; vêtements de fillettes et d'adolescentes; lingerie et vêtements de nuit pour dames; sous-vêtements, chapeaux; bas pour dames et fillettes; gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes; chaussures pour dames, jeunes filles et enfants; vêtements pour hommes; articles d'habillement pour hommes; vêtements et articles d'habillement pour garçons; chaussures pour hommes et garçons.
NOTA: le magasin doit tenir au moins six (6) des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une (1) doit être les vêtements ou articles d'habillement pour hommes et garçons. Au moins vingt pour cent (20 p. 100) des ventes globales du magasin doivent se faire dans le groupe de vêtements pour la famille.
- b) MEUBLES, APPAREILS ET ARTICLES D'AMEUBLEMENT MÉNAGER - Ce groupe comprend les articles suivants: literie et linge de maison; porcelaine et verrerie; articles d'ameublement ménager; meubles, de bois ou rembourrés, pour salle de séjour, salle à manger ou chambre à coucher; gros appareils; télévision, radio et musique; quincaillerie et articles de ménage.
NOTA: le magasin doit tenir au moins quatre (4) des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une (1) doit être des meubles (de bois ou rembourrés pour salle à manger et (ou) salle de séjour et (ou) chambre à coucher). Au moins dix pour cent (10 p. 100) des ventes globales du magasin doivent provenir du groupe des meubles, appareils et articles d'ameublement ménager.
- c) TOUS AUTRES ARTICLES (DIVERS) - Cette catégorie comprend toutes les marchandises que tient le magasin mais qui ne figurent pas ci-dessus, telles que: articles de toilette, cosmétiques et médicaments; appareils et fournitures photographiques; tissus à la pièce; mercerie et menus articles; bijouterie; articles de sport et valises; papeterie, livres et revues; et aliments.
NOTA: le magasin doit tenir au moins trois (3) des séries mentionnées ci-dessus, dont aucune ne doit représenter plus de cinquante pour cent (50 p. 100) des ventes globales du magasin. Au moins dix pour cent (10 p. 100) des ventes globales du magasin doivent provenir des groupes TOUS AUTRES ARTICLES ou DIVERS.

Aux fins de la présente définition, les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins seront considérées comme partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Toutefois, les ventes d'un rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé.

STATISTICS CANADA LIBRARY
BIBLIOTHÈQUE STATISTIQUE CANADA



1010737325