

CATALOGUE No.

63-002

MONTHLY -- MENSUEL

DOMINION BUREAU OF STATISTICS
OTTAWA - CANADA
BUREAU FÉDÉRAL DE LA STATISTIQUE

Published by Authority of the Minister of Trade and Commerce

Publication autorisée par le ministre du Commerce

Price -- Prix: 20 cents
\$2.00 a year -- par année

Vol. 34 No. 4

DEPARTMENT STORE SALES AND STOCKS

VENTES ET STOCKS DES GRANDS MAGASINS

APRIL - 1969 - AVRIL

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 6.

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 include 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

June - 1969 - Juin
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 6.

En plus des nouvelles exigences concernant les marchandises, exposées dans la définition, un nouveau traitement plus 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

April - 1969 - Avril

No.	Department	Sales -- Ventes		
		1968	1969	Change - - Variation %
		\$'000 -- milliers de dollars		
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms.	5,905	6,758	+ 14.4
2	Women's and misses' coats and suits	4,939	5,744	+ 16.3
3	Women's and misses' sportswear	6,749	8,022	+ 18.9
4	Furs	428	352	- 17.8
5	Infants' and children's wear and nursery equipment ...	5,291	6,063	+ 14.6
6	Girls' and teenage girls' wear	3,101	3,269	+ 5.4
7	Lingerie and women's sleepwear	3,120	3,282	+ 5.2
8	Intimate apparel	2,965	3,154	+ 6.4
9	Millinery	1,029	894	- 13.1
10	Women's and girls' hosiery	3,239	4,220	+ 30.3
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	3,070	3,622	+ 18.0
12	Women's, misses' and children's footwear	6,642	7,550	+ 13.7
13	Men's clothing	7,032	9,146	+ 30.1
14	Men's furnishings	8,973	9,488	+ 5.7
15	Boys' clothing and furnishings	4,564	4,588	+ 0.5
16	Men's and boys' footwear	3,617	4,267	+ 18.0
17	Food and kindred products	12,081	8,101	- 32.9
18	Toiletries, cosmetics and drugs	8,393	10,024	+ 19.4
19	Photographic equipment and supplies	2,103	2,790	+ 32.7
20	Piece goods	2,886	3,469	+ 20.2
21	Linens and domestics	4,171	4,877	+ 16.9
22	Smallwares and notions	2,322	2,572	+ 10.8
23	China and glassware	2,335	2,736	+ 17.2
24	Floor coverings	4,443	4,647	+ 4.6
25	Draperies, curtains, and furniture coverings	3,746	3,847	+ 2.7
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings.	1,544	2,090	+ 35.4
27	Furniture	9,084	9,407	+ 3.6
28	Major appliances	7,285	7,933	+ 8.9
29	T.V., radio and music	5,256	6,368	+ 21.2
30	Housewares and small electrical appliances	5,232	5,977	+ 14.2
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	6,786	6,273	- 7.6
32	Plumbing, heating and building materials	1,743	1,088	- 37.6
33	Jewellery	2,682	3,170	+ 18.2
34	Toys and games	2,366	2,946	+ 24.5
35	Sporting goods and luggage	5,008	5,364	+ 7.1
36	Stationery, books and magazines	3,462	4,198	+ 21.3
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies.	3,925	3,249	- 17.2
38	Receipts from meals and lunches	3,678	4,574	+ 24.4
39	Receipts from repairs and services	7,382	8,223	+ 11.4
40	All other departments			
41	Total, all departments	128,527	194,352	+ 8.8

TABLE 1. Department Store Sales and Stocks by Departments

TABLÉAU 1. Ventes et Stocks des grands magasins par rayon

April - 1969 - Avril

Stocks (at selling value)			Rayon	N ^o
Stocks (valeur de vente)				
1968	1969	Change - - Variation		
\$'000 -- milliers de dollars				
		%		
13,582	17,250	+ 27.0	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles.	1
10,028	10,363	+ 3.3	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
22,288	25,449	+ 14.2	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
5,654	6,410	+ 13.4	Fourrures	4
17,984	22,763	+ 26.6	Vêtements pour bébés et d'enfants et articles de chambres d'enfants.	5
9,869	11,197	+ 13.5	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
11,832	11,138	- 5.9	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
9,994	10,727	+ 7.3	Sous-vêtements	8
1,534	1,936	+ 26.2	Chapeaux	9
8,255	10,536	+ 27.6	Bas pour dames et fillettes	10
10,933	11,573	+ 5.8	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes.	11
28,382	31,117	+ 9.6	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
25,936	31,018	+ 19.6	Vêtements pour hommes	13
38,966	42,653	+ 9.5	Articles d'habillement pour hommes	14
15,147	16,564	+ 9.4	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
15,541	17,828	+ 14.7	Chaussures pour hommes et garçons	16
7,205	5,592	- 22.4	Produits alimentaires et connexes	17
39,885	33,908	+ 13.5	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
7,176	10,835	+ 51.0	Appareils et fournitures photographiques	19
13,128	14,138	+ 7.7	Tissus à la pièce	20
17,654	20,613	+ 16.8	Literie et linge de maison	21
10,868	12,493	+ 15.0	Menus articles	22
16,762	20,018	+ 19.4	Porcelaine et verrerie	23
14,336	18,292	+ 27.6	Revêtements de plancher	24
16,756	18,252	+ 8.9	Tentures, rideaux et housses	25
7,643	10,370	+ 35.7	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison.	26
34,040	35,367	+ 3.9	Meubles	27
16,155	18,620	+ 15.3	Gros appareils ménagers	28
22,447	25,866	+ 15.2	Télévision, radio et musique	29
21,795	24,357	+ 11.8	Articles de ménage et petits appareils électriques ...	30
18,702	16,400	- 12.3	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
4,424	2,849	- 35.6	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
17,206	19,392	+ 12.7	Bijouterie	33
12,386	15,068	+ 21.7	Jouets et jeux	34
23,871	21,653	- 9.3	Articles de sport et valises	35
12,917	14,704	+ 13.8	Papeterie, livres et revues	36
9,494	5,942	- 37.4	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures.	37
351	281	- 19.9	Recettes provenant des repas et casse-croûtes	38
20,363	14,631	- 28.2	Recettes provenant des services et des travaux de réparation.	39
			Tous autres rayons	40
601,489	658,162	+ 9.4	Total, tous rayons	41

TABLE 1A. Department Store Sales by Departments

TABLEAU 1A. Ventes des grands magasins par rayon

January to April - 1969 - Janvier à avril

No.	Department -- Rayon	Sales -- Ventes		Change -- Variation %
		1968	1969	
		\$'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	18,542	20,822	+ 12.3
2	Women's and misses' coats and suits -- Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	16,433	18,222	+ 10.9
3	Women's and misses' sportswear -- Vêtements sport pour dames et jeunes filles	21,830	26,270	+ 20.3
4	Furs -- Fourrures	3,641	4,115	+ 13.0
5	Infants' and children's wear and nursery equipment -- Vêtements pour bébés et d'enfants et articles de chambres d'enfants	16,835	19,293	+ 14.6
6	Girls' and teenage girls' wear -- Vêtements de fillettes et d'adolescentes	9,212	10,079	+ 9.4
7	Lingerie and women's sleepwear -- Lingerie et vêtements de nuit pour dames	10,882	11,177	+ 2.7
8	Intimate apparel -- Sous-vêtements	10,460	11,238	+ 7.4
9	Millinery -- Chapeaux	3,460	3,088	- 10.8
10	Women's and girls' hosiery -- Bas pour dames et fillettes	11,366	15,026	+ 32.2
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories -- Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	9,306	10,761	+ 15.6
12	Women's, misses' and children's footwear -- Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	19,768	21,429	+ 8.4
13	Men's clothing -- Vêtements pour hommes	24,222	30,914	+ 27.6
14	Men's furnishings -- Articles d'habillement pour hommes	29,182	30,682	+ 5.1
15	Boys' clothing and furnishings -- Vêtements et articles d'habillement pour garçons	13,385	13,753	+ 2.7
16	Men's and boys' footwear -- Chaussures pour hommes et garçons	11,344	12,963	+ 14.3
17	Food and kindred products -- Produits alimentaires et connexes	43,291	38,472	- 11.1
18	Toiletries, cosmetics and drugs -- Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	31,478	37,828	+ 20.2
19	Photographic equipment and supplies -- Appareils et fournitures photographiques	7,477	9,629	+ 28.8
20	Piece goods -- Tissus a la pièce	11,794	13,826	+ 17.2
21	Linens and domestics -- Literie et linge de maison	16,837	19,110	+ 13.5
22	Smallwares and notions -- Menus articles	9,070	9,778	+ 7.8
23	China and glassware -- Porcelaine et verrerie	8,054	10,101	+ 25.4
24	Floor coverings -- Revêtements de plancher	17,418	19,991	+ 14.8
25	Draperies, curtains, and furniture coverings -- Tentures, rideaux et housses	12,827	13,654	+ 6.4
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings -- Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	5,886	7,470	+ 26.9
27	Furniture -- Meubles	36,240	40,077	+ 10.6
28	Major appliances -- Gros appareils ménagers	29,227	35,863	+ 22.7
29	T.V., radio and music -- Télévision, radio et musique	22,879	30,145	+ 31.8
30	Housewares and small electrical appliances -- Articles de ménage et petits appareils électriques	17,962	20,711	+ 15.3
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. -- Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	17,063	17,779	+ 4.3
32	Plumbing, heating and building materials -- Matériel de plomberie, chauffage et construction	5,737	4,871	- 15.1
33	Jewellery -- Bijouterie	8,836	10,368	+ 17.3
34	Toys and games -- Jouets et jeux	7,248	8,633	+ 19.1
35	Sporting goods and luggage -- Articles de sport et valises	14,694	16,853	+ 14.7
36	Stationery, books and magazines -- Papeterie, livres et revues	13,641	16,182	+ 18.6
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies -- Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	12,928	11,873	- 8.2
38	Receipts from meals and lunches -- Recettes provenant des repas et casse-croûtes	13,580	16,718	+ 23.1
39	Receipts from repairs and services -- Recettes provenant des services et des travaux de réparation	24,530	28,467	+ 16.0
40	All other departments -- Tous autres rayons			
41	All departments - Total - Tous rayons	618,565	698,231	+ 12.9

TABLE 2. Department Store Sales by Provinces
 TABLEAU 2. ventes des grands magasins par province
 April - 1969 - Avril

Province	Sales -- Ventes		Change -- Variation
	1968	1969	
	\$'000 -- milliers de dollars		%
Newfoundland -- Terre-Neuve	2,090	2,118	+ 1.3
Prince Edward Island -- Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia -- Nouvelle-Écosse	x	x	x
New Brunswick -- Nouveau-Brunswick	3,399	3,007	- 11.5
Québec	33,446	37,090	+ 10.9
Ontario	69,658	75,822	+ 8.8
Manitoba	12,930	13,764	+ 6.4
Saskatchewan	4,265	4,593	+ 7.7
Alberta	19,292	21,605	+ 12.0
British Columbia(1) -- Colombie-Britannique(1)	29,589	32,430	+ 9.6
Canada	178,577	194,342	+ 8.8

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.

TABLE 3. Number of Department Stores by Provinces
 TABLEAU 3. Nombre de grands magasins par province
 April - 1969 - Avril

Province	Number -- Nombre	
	1968	1969
Newfoundland -- Terre-Neuve	16	16
Prince Edward Island -- Île-du-Prince-Édouard	3	3
Nova Scotia -- Nouvelle-Écosse	5	5
New Brunswick -- Nouveau-Brunswick	8	8
Québec	49	56
Ontario	119	134
Manitoba	14	16
Saskatchewan	11	12
Alberta	26	27
British Columbia(1) -- Colombie-Britannique(1)	47	50
Canada	298	327

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

TABLE 4. Department Store Sales by Provinces
 TABLEAU 4. Ventes des grands magasins par provinces
 January to April - 1969 - Janvier à avril

Province	Sales -- ventes		Change -- Variation
	1968	1969	
	\$'000 -- milliers de dollars		%
Newfoundland -- Terre-Neuve	6,843	7,397	+ 8.1
Prince Edward Island -- Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia -- Nouvelle-Écosse	x	x	x
New Brunswick -- Nouveau-Brunswick	9,162	10,785	+ 17.7
Québec	115,652	127,626	+ 10.4
Ontario	233,619	268,261	+ 14.8
Manitoba	47,071	51,726	+ 9.9
Saskatchewan	15,251	17,597	+ 15.4
Alberta	71,032	79,688	+ 12.2
British Columbia(1) -- Colombie-Britannique(1)	107,623	121,457	+ 12.9
Canada	618,565	698,231	+ 12.9

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. -- Confidential 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.	Paquet Cie Inc.
Dupuis Frères Ltée	Pollack, M., Ltée
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.

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



1010737313