

Department store sales and stocks

December 1981

Ventes et stocks des grands magasins

Décembre 1981

DOES NOT CIRCULATE
NE PAS PRÉTÉR



DOES NOT CIRCULATE
NE PAS PRÉTÉR



Note

This and other government publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores or by mail order.

Mail orders should be sent to Publication Sales and Services, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V7, or to Publishing Centre, Supply and Services Canada, Ottawa, K1A 0S9.

Inquiries about this publication should be addressed to:

Retail Trade Section,
Merchandising and Services Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V4 (telephone: 996-9304) or to a local Advisory Services office:

St. John's (Nfld.)	(772-4073)
Halifax	(426-5331)
Montréal	(283-5725)
Ottawa	(992-4734)
Toronto	(966-6586)
Winnipeg	(949-4020)
Regina	(359-5405)
Edmonton	(420-3027)
Vancouver	(666-3695)

Toll-free access to the regional statistical information service is provided in Nova Scotia, New Brunswick, and Prince Edward Island by telephoning 1-800-565-7192. Throughout Saskatchewan, the Regina office can be reached by dialing 1(112)-800-667-3524, and throughout Alberta, the Edmonton office can be reached by dialing 1-800-222-6400.

Nota

On peut se procurer cette publication, ainsi que toutes les publications du gouvernement du Canada, auprès des agents autorisés locaux, dans les librairies ordinaires ou par la poste.

Les commandes par la poste devront parvenir à Ventes et services de publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0V7, ou à Imprimerie et édition, Approvisionnements et services Canada, Ottawa, K1A 0S9.

Toutes demandes de renseignements sur la présente publication doivent être adressées à:

Section du commerce de détail,
Division du commerce et des services,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0V4 (téléphone: 996-9304) ou à un bureau local des services consultatifs situé aux endroits suivants:

St. John's (T.-N.)	(772-4073)
Halifax	(426-5331)
Montréal	(283-5725)
Ottawa	(992-4734)
Toronto	(966-6586)
Winnipeg	(949-4020)
Regina	(359-5405)
Edmonton	(420-3027)
Vancouver	(666-3695)

On peut obtenir une communication gratuite avec le service régional d'information statistique de la Nouvelle-Écosse, du Nouveau-Brunswick et de l'Île-du-Prince-Édouard en composant 1-800-565-7192. En Saskatchewan, on peut communiquer avec le bureau régional de Regina en composant 1(112)-800-667-3524, et en Alberta, avec le bureau d'Edmonton au numéro 1-800-222-6400.

Statistics Canada
Merchandising and Services Division
Retail Trade Section

Department store sales and stocks

December 1981

Statistique Canada
Division du commerce et des services
Section du commerce de détail

Ventes et stocks des grands magasins

Décembre 1981

Published under the authority of
the Minister of Supply and
Services Canada

Statistics Canada should be credited when
reproducing or quoting any part of this document

© Minister of Supply
and Services Canada 1982

March 1982
5-3406-503

Price: Canada, \$2.50, \$25.00 a year
Other Countries, \$3.00, \$30.00 a year

Catalogue 63-002, Vol. 46, No. 12

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par
le ministre des Approvisionnements et
Services Canada

Reproduction ou citation autorisée sous réserve
d'indication de la source: Statistique Canada

© Ministre des Approvisionnements
et Services Canada 1982

Mars 1982
5-3406-503

Prix: Canada, \$2.50, \$25.00 par année
Autres pays, \$3.00, \$30.00 par année

Catalogue 63-002, vol. 46, n° 12

ISSN 0380-7045

Ottawa

SYMBOLS

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- .. figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or, in this publication less than half unit expressed.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- R revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

SIGNES CONVENTIONNELS

Voici la signification des signes conventionnels suivants utilisés dans les publications de Statistique Canada:

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou, dans la présente publication, inférieur à la moitié de l'unité exprimée.
- nombres infimes.
- P nombres provisoires.
- R nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the CANSIM staff, Current Economic Analysis Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-995-7406), or the regional advisors at the Statistics Canada offices located across Canada.

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les Ventes et stocks des grands magasins (matrice n° 112) et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports sous une forme lisible par une machine. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM, Division de l'analyse de conjoncture, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-995-7406), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

TABLE OF CONTENTS

	Page
Introduction	v
Definitions	vi
Methodology	vii
Data Reliability	viii
Non-sampling Errors	viii
Non-sampling Error Measures	ix
Seasonal Adjustment	xi
Explanatory Notes	xii

Chart

1. Department Store Sales, by Month, Canada, Unadjusted and Seasonally Adjusted, 1980 and 1981	xiv
--	-----

Table

1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1980 and 1981	2
2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1980 and 1981	4
3. Department Store Monthly Sales, by Province and Selected Metropolitan Area, 1980 and 1981	6
4. Number of Department Store Locations, by Province and Selected Metropolitan Area, 1980 and 1981	6
5. Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1980 and 1981	8
6. Department Store Cumulative Sales, by Province and Selected Metropolitan Area, 1980 and 1981	9
7. Department Store Monthly Sales as a Percentage of Total Retail Trade, by Province, 1980 and 1981	9

TABLE DES MATIÈRES

	Page
Introduction	v
Définitions	vi
Méthodologie	vii
Fiabilité des données	viii
Erreurs non liées à l'échantillonnage	viii
Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage	ix
Désaisonnalisation	xi
Notes explicatives	xii
Graphiques	
1. Ventes des grands magasins, par mois, Canada, non désaisonné et désaisonné, 1980 et 1981	xiv
Tableau	
1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1980 et 1981	2
2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1980 et 1981	4
3. Ventes mensuelles des grands magasins, par province et certaines zones métropolitaines, 1980 et 1981	6
4. Nombre de succursales des grands magasins, par province et certaines zones métropolitaines, 1980 et 1981	6
5. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1980 et 1981	8
6. Ventes cumulatives des grands magasins, par province et certaines zones métropolitaines, 1980 et 1981	9
7. Proportions procentuelles mensuelles des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province, 1980 et 1981	9

Table	Page	Tableau	Page
8. Department Store Monthly Stocks, by Department, Canada, 1980 and 1981	10	8. Stocks mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1980 et 1981	10
9. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Depart- ment, Canada, 1980 and 1981	12	9. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1980 et 1981	12
10. Department Store Monthly Stock- sales Ratios, by Department, Canada, 1980 and 1981	14	10. Rapports mensuels stocks-ventes, des grands magasins, par rayon, Canada, 1980 et 1981	14
11. Department Store Monthly Sales- stock Ratios, by Department, Canada, 1980 and 1981	16	11. Rapports mensuels ventes-stocks, des grands magasins, par rayon, Canada, 1980 et 1981	16
12. Department Stores' Month-end Ac- counts Receivable, Unadjusted, Canada, 1979-1981	18	12. Montants à recevoir, non ajustés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1979-1981	18
13. Department Stores' Month-end Ac- counts Receivable, Seasonally Ad- justed, Canada, 1979-1981	18	13. Montants à recevoir, désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1979-1981	18
14. Department Store Sales, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1980 and 1981	20	14. Ventes des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1980 et 1981	20
15. Department Store Stocks, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1980 and 1981	22	15. Stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1980 et 1981	22
List of Department Store Organizations	24	Liste des organisations des grands magasins	24

INTRODUCTION

The present universe of department store firms was originally derived from the 1971 Census of Merchandising and Services. A "List of Department Store Organizations" can be found at the end of this publication.

For the purpose of this publication only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Merchandising and Services Division, to be utilized. (The census also measures the activities of "establishments", however, this concept is not used in the monthly survey of department stores.) Under the "location" concept, department store data contained in this publication exclude the activities of other kinds of businesses which may be operated by the reporting department store firms. For example, non-department store locations are classified to the kinds of business most appropriate to their commodity structure with the catalogue sales activity of department store organizations classified to the "General Merchandise Stores" kind of business category.

The business done by concessions located in department store outlets for the purpose of this publication is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located. However, sales of an associated large food department (or store) are 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. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its leased departments, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the market place as one structure, rather than as a number of smaller stores.

INTRODUCTION

L'univers des firmes de grands magasins utilisé aujourd'hui est fondé sur le recensement du commerce et des services de 1971. La "Liste des organisations de grands magasins" est donnée à la fin de cette publication.

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division du commerce et des services. (Bien que le recensement mesure également les activités des "établissements", cette unité d'observation n'est pas utilisée dans l'enquête mensuelle sur les grands magasins.) En vertu de la notion de "local d'affaires", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les firmes déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des firmes de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important 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. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les rayons de concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement **unique** et non comme un regroupement de petits magasins.

Definitions

Retail Location

A retail location, as defined by Statistics Canada, is a business location (usually a store) in which the principal activity is the sale of merchandise and related services to the general public for household or personal consumption.

Department Store

A retail location is defined as a department store outlet if it possesses the following characteristics. It must sell the following general lines of merchandise:

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 of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being men's and boys' clothing or furnishings. At least 20% of the outlet's total sales must be derived from the family clothing and apparel group.

Furniture, appliance 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, dining room and bedroom; major appliances; television, radio and music; hardware and housewares. **Note:** The outlet must sell at least four 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 10% of the outlet's total sales must be derived from the furniture, appliance and home furnishings group.

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

Définitions

Point de vente au détail

Suivant la définition de Statistique Canada, un point de vente au détail est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et des services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle.

Grand magasin

Un point de vente au détail est un grand magasin s'il possède les caractéristiques suivantes:

Vêtements pour la famille. Ce groupe comprend les articles suivants: robes pour dames et jeunes filles, robes de ménage, tabliers et uniformes; manteaux et tailleur 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 des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être les vêtements ou articles d'habillement pour hommes et garçons. Au moins 20 % des ventes globales du magasin doivent se faire dans le groupe de vêtements pour la famille.

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 des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être des meubles (de bois ou rembourrés pour salle à manger et (ou) salle de séjour et (ou) chambre à coucher). Au moins 10 % des ventes globales du magasin doivent provenir du groupe des meubles, appareils et articles d'ameublement ménager.

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.

least **three** different commodity lines with not one of these lines representing more than 50% of the total store sales. At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the all other or miscellaneous groups.

Total Net Sales and Receipts

They are defined as the total sales of merchandise and receipts from repairs, equipment rental, restaurant and other services, less returns, adjustments and discounts. Trade-in allowances are not deducted. Commissions earned from the sales of goods owned by others and proprietors' withdrawals of goods (at retail) for personal use are included. Non-trading revenues, bad debts recovered and direct sales taxes are excluded.

Stocks

They are defined as the selling value of inventory on hand at the end of the month or as at the end of the fiscal period falling nearest the end of the calendar month.

Accounts Receivable

They are defined as customers' accounts and notes receivable as at the end of the month, as well as all new credit granted during the month, less payments received. Accounts discounted with banks, paper sold to sales finance companies, or amounts owing on account of credit-card plans, are excluded. Accounts receivable used as security for bank loans are not considered as discounted if still payable and are therefore included.

Methodology

The **monthly sales values**, published at the Canada, provincial and metropolitan area levels, are based on the universe of department store organizations. A 100% response rate is aimed for each month with the publication usually delayed if large department store organizations have not responded in time. The monthly sales figures are estimated when necessary, due only to late response, by applying an imputation method which is unique to each organization.

The **monthly sales values by department**, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the

Nota: Le magasin doit tenir au moins **trois** des séries mentionnées ci-dessus, dont aucune ne doit représenter plus de 50 % des ventes **globales** du magasin. Au moins 10 % des ventes globales du magasin doivent provenir des groupes tous autres articles ou divers.

Ventes et recettes nettes totales

Il s'agit du total des ventes de marchandises et des recettes provenant de réparations, de location de matériel, de la vente de repas et d'autres services, moins les rendus, les rajustements et les remises. La valeur des reprises n'est pas déduite. Les commissions sur la vente de marchandises appartenant à autrui et la valeur (au détail) des marchandises prélevées par le propriétaire pour son usage personnel sont comptées. Les recettes hors exploitation, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente directes sont exclus.

Stocks

Cette rubrique englobe la valeur marchande des stocks détenus à la fin du mois ou de la période financière la plus rapprochée.

Comptes à recevoir

Il s'agit des comptes et billets à recevoir des clients à la fin du mois, ainsi que de tout nouveau crédit consenti au cours du mois, moins les paiements reçus. Les comptes escomptés à la banque, les titres vendus à des sociétés de financement des ventes et les montants dus en vertu d'un régime de cartes de crédit ne sont pas comptés. Les comptes à recevoir servant à garantir un emprunt bancaire ne sont pas considérés comme étant escomptés s'ils sont encore payables; ils sont donc inclus.

Méthodologie

Le **chiffre des ventes mensuelles**, publié pour le Canada, les provinces et les régions métropolitaines, est établi en fonction de l'univers des firmes de grands magasins. Puisque l'on vise chaque mois un taux de réponse de 100 %, la publication est habituellement retardée si une grande firme n'a pas fait parvenir sa déclaration dans les délais prévus. Dans le cas d'une réponse tardive, il est possible de calculer un chiffre estimatif des ventes mensuelles grâce à une méthode d'imputation qui est unique à chaque firme.

Le **chiffre des ventes mensuelles par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des

required breakdown of sales. The percentage distributions of sales by department, calculated from the reporting organizations, are applied to the monthly Canada sales total in order to provide an estimate of sales by department at the Canada level.

The monthly stock values by department, published at the Canada level, are based only on the organizations which provide the required breakdowns of sales and stocks. A stock-to-sale ratio for each department, calculated from the reporting organizations, is applied to the corresponding department's monthly sales estimate in order to provide an estimate of stocks by department at the Canada level.

The monthly accounts receivable values, published at the Canada level, are based on a subset of department store organizations which are known to have accounts receivable. Data for late respondents are estimated by applying the monthly percentage change in accounts receivable, calculated from the reporting organizations, to the previous month's data of each organization that was late in reporting.

Data Reliability

Non-sampling Errors

The monthly Department Store Sales and Stocks Survey is a complete enumeration of all department store locations as reported by the organizations listed at the end of this publication. The survey can be considered as a complete census of the population under consideration and therefore not subject to sampling errors; however, even under a census situation, with a complete enumeration each month of all known department store locations, errors in published data can occur. These errors, called non-sampling errors, are present whether a sample or a complete census of the population is taken and can be attributed to one or more of the following sources:

Coverage error. This error results from incomplete listing and inadequate coverage of the population of interest.

Data response error. This error may be due to questionnaire design and the characteristics of the question, inability or unwillingness of the respondent to provide correct information, misinterpretation of the questions because of definitional difficulties and different tendencies of different interviewers in explaining questions or interpreting responses under different modes of communication.

ventes. La répartition en pourcentage des ventes par rayon obtenues auprès des firmes déclarantes est appliquée au chiffre mensuel des ventes totales pour le pays afin d'établir une estimation des ventes par rayon pour l'ensemble du Canada.

Le chiffre des stocks mensuels par rayon publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes et des stocks. Pour chaque rayon, le rapport des ventes aux stocks (calculé à partir des déclarations des firmes) est appliqué à l'estimation des ventes mensuelles afin de produire une estimation des stocks pour le Canada.

Le chiffre des comptes à recevoir mensuel pour l'ensemble du pays provient des firmes de grands magasins qui ont de tels comptes. Les données relatives aux enquêtes retardataires sont estimées comme suit: on calcule d'abord la variation en pourcentage des comptes à recevoir des firmes déclarantes, puis on la fait porter sur les chiffres du mois précédent de la firme retardataire.

Fiabilité des données

Erreurs non liées à l'échantillonnage

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des firmes de grands magasins énumérées à la fin de cette publication. Étant donné qu'elle peut être considérée comme un recensement exhaustif de la population observée, elle ne risque pas de comporter des erreurs d'échantillonnage. Par contre, même les données publiées d'un recensement qui dénombre intégralement à chaque mois l'ensemble des points de vente connus des grands magasins peuvent être entachées d'erreurs. Celles-ci, dites non liées à l'échantillonnage, se retrouvent tant dans les recensements que dans les enquêtes par échantillonnage. Elles sont dues à un ou plusieurs facteurs parmi les suivants:

Le champ couvert par l'enquête. L'erreur résulte d'un listage incomplet et d'une couverture insuffisante de la population visée.

La réponse. Ici, l'erreur peut être attribuable à la conception du questionnaire et aux caractéristiques de la question, à l'incapacité ou au refus de l'enquêté de fournir des renseignements exacts, à l'interprétation fautive des questions due à des problèmes d'ordre sémantique, ou aux variations, d'un interviewer à l'autre et selon le mode de communication retenu, dans l'explication des questions et dans l'interprétation des réponses.

Non-response error. Some respondents may refuse to answer questions, some are unable to respond, while others may be too late in responding. Data for the non-responding units can be imputed using the data from responding units or some earlier data on the non-responding units if available. The extent of error due to imputation is usually unknown and is very much dependent on any characteristic differences between the respondent group and the non-respondent group in the survey. This error generally increases with increases in the non-response rate and attempts are therefore made to obtain as high a response rate as possible.

Processing error. These are the errors that may occur at various stages of processing such as coding, data entry, verification, editing, weighting, tabulation, etc.

Non-sampling errors are difficult to measure. More important, non-sampling errors require control so that their presence does not impair the use and interpretation of final results. With regard to the estimates of this publication all attempts have been made to minimize the non-sampling errors: department store locations have been defined in a most precise manner; the questionnaires used in the survey have been carefully designed to minimize different interpretations; detailed acceptance testing has been carried out for the different stages of editing and processing; and every possible effort has been made to reduce the non-response rate as well as the response burden.

Non-sampling Error Measures

One source of non-sampling error is the non-response error. Text Table I assists users in evaluating this error, two response measures are derived, namely, the **response rate** which is a measure of the proportion of those units which have responded in time for inclusion in this publication and the **response fraction**, which is a measure of the data response rate, and is the proportion of the published data which is based upon actual reported data.

The unit used in the Department Store Sales and Stocks Survey for derivation of the **response rate** is based on (1) the geographical regions, i.e., the 10 provinces, the two territories and the four metropolitan areas, in which a department store organization operates department store locations and (2) the department store organizations themselves. For example, a department store firm reporting for 20 stores in Ontario would be considered as one survey unit and one organizational unit while an

La non-réponse. Certains enquêtés refusent de répondre, d'autres en sont incapables et d'autres encore répondent trop tard. Les données relatives aux non-répondants peuvent être imputées à partir des chiffres fournis par les répondants ou à l'aide des statistiques antérieures sur les non-répondants, si elles existent. On ne connaît généralement pas l'importance de l'erreur d'imputation; celle-ci varie beaucoup selon les caractéristiques qui distinguent les répondants des non-répondants. Comme ce type d'erreur prend habituellement de l'ampleur à mesure qu'il augmente le taux de non-réponse, on s'efforce d'obtenir le meilleur taux de réponse possible.

Le traitement. L'erreur peut se produire lors des diverses étapes du traitement, telles que le codage, l'entrée, la vérification, la pondération et la totalisation.

Il est difficile de mesurer les erreurs non liées à l'échantillonnage. En outre, il faut les cerner de sorte qu'elles ne nuisent pas à l'utilisation ou à l'interprétation des chiffres définitifs. S'agissant des estimations du présent bulletin, tout a été mis en oeuvre afin de minimiser ce genre d'erreur. Ainsi, les points de vente des grands magasins ont été définis avec beaucoup de précision; les questionnaires ont été conçus avec soin afin de réduire au minimum le nombre d'interprétations éventuelles; les diverses étapes de vérification et de traitement ont fait l'objet de contrôles d'acceptation détaillés; enfin, on n'a absolument rien négligé pour que le taux de non-réponse et le fardeau de réponse soient faibles.

Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage

Parmi les erreurs non liées à l'échantillonnage, on retrouve l'erreur de non-réponse. Le tableau explicatif I donne deux mesures de la réponse qui aideront l'utilisateur à évaluer ce genre d'erreur. Le **taux de réponse** représente la proportion des unités qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans la présente publication. La **fraction de réponse**, par contre, est le taux de réponse des données, c'est-à-dire la proportion des chiffres publiés qui est fondée sur des renseignements réellement déclarés.

L'**unité** utilisée pour calculer le **taux de réponse** de l'enquête sur les ventes et les stocks des grands magasins est fondée sur (1) les régions (c'est-à-dire les 10 provinces, deux territoires et quatre régions métropolitaines) où les firmes de grands magasins exploitent des points de vente et (2) les firmes de grands magasins elles-mêmes. Par exemple, une firme de grands magasins qui produit une déclaration pour 20 magasins en Ontario est considérée comme une unité d'enquête et une organisation, alors qu'une firme dont la déclaration porte sur cinq magasins à

organization reporting for five stores in Vancouver, 10 in British Columbia (excluding Vancouver) and two in Yukon would be considered as three survey units but only one organizational unit.

The data variables under consideration for derivation of the response fraction are namely sales, stocks and accounts receivable.

Text Table I gives the non-sampling reliability of the survey data with respect to the non-response error. The response rate is given as the percentage of survey units and the corresponding organizational units which have responded in time for inclusion in this publication. The response fraction is given as the percentage of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores. For example, a cell of 20 organizational units in which five respond for a particular month would have a response rate of 25% in terms of these units. If the five units represented \$8 million out of a published estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%. In cases such as these, the response rate alone would tend to underestimate the reliability of the estimate and both measures should be considered.

Vancouver, 10 en Colombie-Britannique (sauf Vancouver) et deux au Yukon représente trois unités d'enquête, mais seulement une organisation.

Les variables dont il faut tenir compte pour calculer la fraction de réponse sont les ventes, les stocks et les comptes à recevoir.

Le tableau explicatif I donne la fiabilité des données d'enquête en matière d'erreurs dues à la non-réponse. Le taux de réponse représente le pourcentage des unités d'enquête et des unités organisationnelles correspondantes qui ont répondu assez tôt pour être incluses dans le présent bulletin. Par contre, la fraction de réponse constitue le pourcentage des données publiées qui sont fondées sur des renseignements effectivement déclarés par les grands magasins. Par exemple, le taux de réponse d'une cellule comportant 20 unités donc cinq répondent lors d'un mois donné atteindrait 25 %. Cependant, si les cinq unités représentent \$8 millions sur l'estimation publiée de \$10 millions, la fraction de réponse s'élèverait à 80 %. Comme le taux de réponse aurait, à lui seul, tendance à déprécier la fiabilité de l'estimation dans un tel cas, il faudrait tenir compte des deux unités de mesure.

TEXT TABLE I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1981
December

TABLEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1981
Décembre

	Response rate	Response fraction
	Taux de réponse	Fraction de réponse
	Survey units	Organizational units
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	99.1	96.0
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	56.0
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	40.0
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	94.1
per cent - pourcentage		
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	99.1	99.9
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	87.2
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	61.1
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	99.9

Seasonal Adjustment

Seasonal adjustment(1) separates and measures the effect of recurring intra-annual variations resulting from normal differences in weather, holidays with invariable dates, or other events with a similar pattern of timing. An additional adjustment due to trading day variation is made for the department store series. This variation stems from the fact that a particular day of the week may occur five times in a particular month one year and only four times in the corresponding month in other years. This additional adjustment is made prior to the seasonal adjustment but is treated as part of the seasonal adjustment process.

The department store series have been seasonally adjusted using ARIMA option of the X-11-ARIMA seasonal adjustment program.(2) This new method of seasonal adjustment consists of extending the original series with one year of estimated values prior to the seasonal adjustment procedure. The estimated values are forecasts made by ARIMA models which have been fitted to the original series.

The X-11 part of the X-11-ARIMA program relies primarily on the ratio-to-moving average method to smooth the extended series as a preliminary estimate of the trend-cycle, computing ratios of the extended original series to the trend-cycle estimates and estimating seasonal factors from these ratios. These procedures are repeated a number of times to produce the final seasonal factors.(3)

While seasonal adjustment provides a deeper understanding of the underlying trend-cycle of a series, the adjusted series still contains an irregular component. Small changes between months in the adjusted series may simply be irregular movements and, to obtain a clearer insight into the underlying trend, users should examine the adjusted series over a number of months.

To assist the user, the Months for Cyclical Dominance number, MCD, is provided.(4) The MCD is the shortest monthly span for which a certain ratio becomes and remains less than one, that is, the ratio for which the absolute average percentage change of

(1) See Tables 2, 9 and 13.

(2) For further explanation see **The X-11-ARIMA Seasonal Adjustment Method**, Estela Bee Dagum, Statistics Canada, Catalogue 12-564E, Occasional.

(3) See Tables 14, 15 and 16.

(4) See Tables 14, 15 and 16 (Column 1).

Désaisonnalisation

La désaisonnalisation(1) isole et mesure l'incidence des variations périodiques qui se produisent au cours d'une année en raison de l'évolution normale du climat, des congés fixes et d'autres événements qui se répètent à intervalles réguliers. On rajuste également la série des grands magasins pour tenir compte de la variation du nombre de jours commerciaux. Celle-ci est due au fait qu'un mois donné peut compter, par exemple, cinq samedis une année, mais seulement quatre l'année suivante. Cet ajustement est apporté avant le désaisonnalisation proprement dite, mais il est considéré comme partie intégrante de cette dernière.

La série des grands magasins a été désaisonnalisée au moyen de l'option ARMMI du programme de désaisonnalisation X-11-ARMMI (voir la note donnée plus loin)(2). Cette technique consiste à ajouter à la série d'origine une année de données estimatives avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Les données estimatives proviennent de prévisions réalisées par des modèles ARMMI ajustés à la série initiale.

La partie X-11 du programme X-11-ARMMI fait surtout appel à la méthode de rapport aux moyennes mobiles pour effectuer le lissage de la série corrigée et obtenir une estimation provisoire de la tendance-cycle, pour calculer les rapports de la série initiale (ajustée) aux estimations de la tendance-cycle et pour estimer les facteurs saisonniers à partir de ces rapports. Les facteurs saisonniers définitifs ne sont produits que lorsque ces opérations ont été exécutées à plusieurs reprises(3).

Bien que la désaisonnalisation permettre de mieux comprendre la tendance-cycle fondamentale d'une série, la série désaisonnalisée n'en contient pas moins une composante irrégulière. De légères variations d'un mois à l'autre dans la série désaisonnalisée peuvent être de simples mouvements irréguliers; pour avoir une meilleure idée de la tendance fondamentale, les utilisateurs doivent donc examiner les séries désaisonnalisées d'un certain nombre de mois.

À cette fin, ils disposent des mois à dominance cyclique, ou MDC(4). Il s'agit du plus petit nombre de mois pour lesquels un certain rapport devient et reste inférieur à l'unité; autrement dit, c'est la période pendant laquelle le taux de variation moyen absolu de la tendance-

(1) Voir les tableaux 2, 9 et 13.

(2) Pour plus ample information voir **La méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI**, par Estela Bee Dagum, Statistique Canada, no 12-564F au catalogue, hors série.

(3) Voir les tableaux 14, 15 et 16.

(4) Voir les tableaux 14, 15 et 16 (colonne 1).

the trend-cycle of the seasonally adjusted series becomes greater than the absolute average percent change of the irregular component. The MCD can be interpreted as the number of months over which a change in the seasonally adjusted series must move in a given direction before one can be reasonably certain that the trend-cycle of that series also has moved in the given direction. Clearly small MCD's are desirable and indicative of a smooth series. Applying a moving average to the seasonally adjusted data of MCD length tends to smooth irregular movements which may obscure the underlying trend-cycle. The MCD moving average provides a method of reducing all types of series to approximately the same degree of smoothness, whatever the size of the irregular component in the original series.

Explanatory Notes

The percentage changes in sales shown in this publication are based on the total dollar volume of receipts for each of the periods being compared. These trends include the effect of stores starting operation or ceasing operation and are not limited to identical stores, i.e., those in operation in both of the periods being compared.

The stock-sales ratios(5) are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stocks ratios(6) are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas of Montréal, Toronto, Winnipeg and Vancouver are census metropolitan areas as defined by the 1971 Census.

The commodity reference list, which describes in detail the commodities comprising each of the 40 departments noted within, is published in the January issue of this publication.

Revisions to department store sales and stocks are published yearly in the March issue of this publication. Revisions to month-end accounts receivable are published on a monthly basis.

(5) See Table 10.

(6) See Table 11.

cycle de la série désaisonnalisée est supérieur à celui de la composante irrégulière. Le MDC peut être considéré comme le nombre de mois que doit durer une variation de la série désaisonnalisée dans une direction donnée avant qu'on ne puisse être raisonnablement certain que la tendance-cycle de la série évolue dans la même direction. Ainsi, un MDC peu élevé est souhaitable et indique la présence d'une série lisse. L'application d'une moyenne mobile aux données désaisonnalisées dont la période est égale au MDC tend à lisser les mouvements irréguliers pouvant dissimuler la tendance-cycle fondamentale. La méthode de la moyenne mobile du MDC permet de réduire tous les genres de série à peu près au même niveau de lissage, quelle que soit la taille de la composante irrégulière dans la série initiale.

Notes explicatives

Les variations des ventes en pourcentage donnée dans la présente publication est fondée sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elle tient compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elle ne se limite pas aux magasins qui ont été exploités dans toutes les périodes en cause.

On obtient les ratios stocks-ventes(5) en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient les ratios ventes-stocks(6) en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines de Montréal, de Toronto, de Winnipeg et de Vancouver correspondent aux régions métropolitaines du recensement de 1971.

La liste de référence des marchandises, qui décrit en détail les produits de chacun des 40 rayons présentés dans cette publication est reproduite dans le numéro de janvier.

Les chiffres révisés des ventes et des stocks des grands magasins sont publiés chaque année dans le numéro de mars du présent bulletin. Les révisions aux comptes à recevoir en fin de mois sont apportées mensuellement.

(5) Voir tableau 10.

(6) Voir tableau 11.

Number of shopping days that this publication is based on varies from month to month. See Text Table II for the number of shopping days the current publication is based on.

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Le tableau explicatif II donne le nombre de jours pour la période la plus récente.

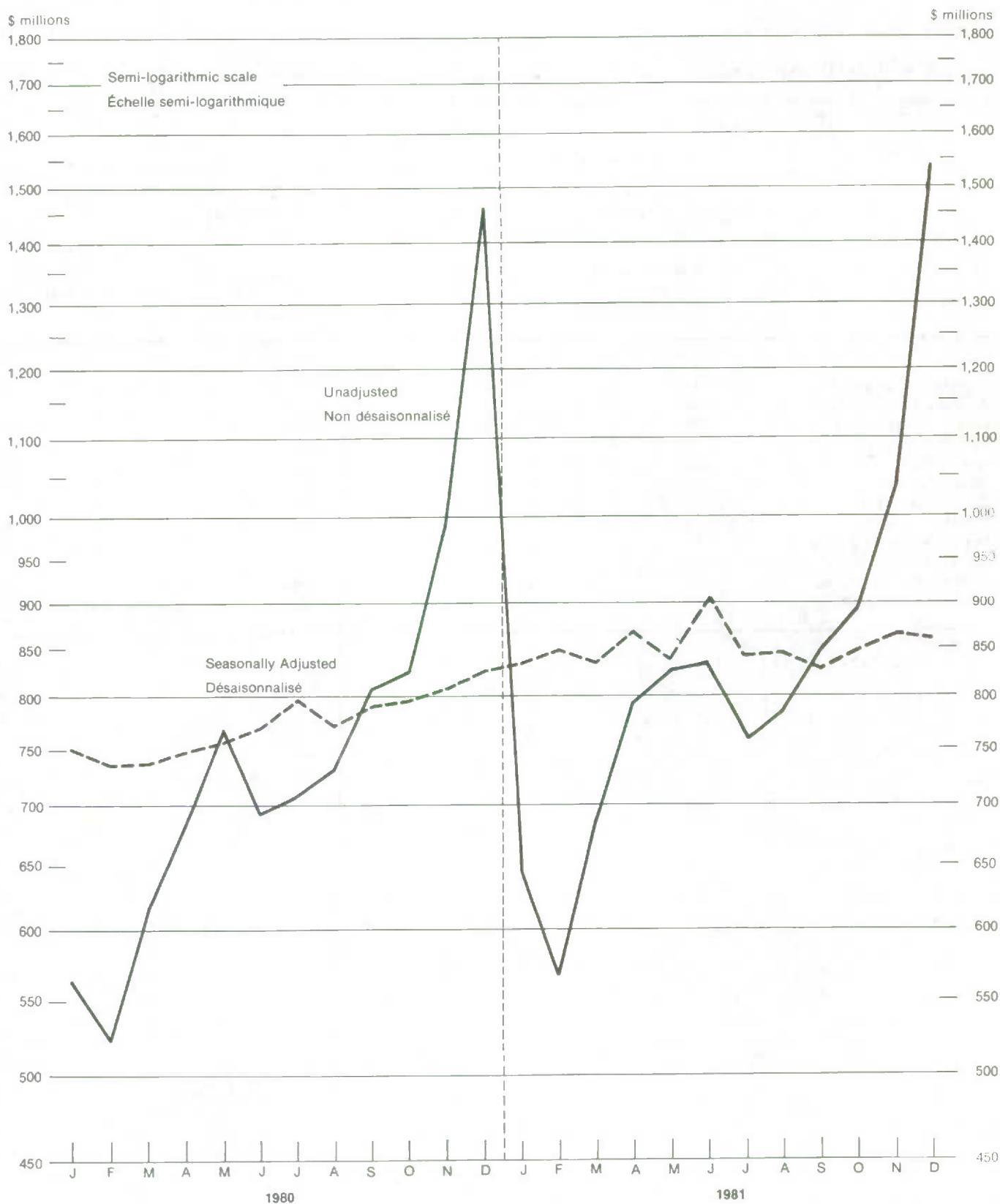
TEXT TABLE II. Number of Shopping Days, by Month, 1980 and 1981

TABLEAU EXPLICATIF II. Nombre de jours commerciaux, par mois, 1980 et 1981

	1981		1980	
	Total number of shopping days	Number of Saturdays	Total number of shopping days	Number of Saturdays
	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis	Nombre total de jours commerciaux	Nombre de samedis
January - Janvier	26	5	26	4
February - Février	24	4	25	4
March - Mars	26	5	26	5
April - Avril	25	4	25	4
May - Mai	26	5	27	5
June - Juin	26	4	25	4
July - Juillet	26	4	26	4
August - Août	26	5	26	5
September - Septembre	25	4	25	4
October - Octobre	26	5	26	4
November - Novembre	25	4	25	5
December - Décembre	26	4	26	4

**Department Store Sales by Month, Canada, Unadjusted
and Seasonally Adjusted, 1980 and 1981**

**Ventes des grands magasins par mois, Canada, non désaisonnalisé
et désaisonnalisé, 1980 et 1981**



Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE I. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1980 and 1981

Department	1981							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.								
thousands of dollars								
milliers de dollars								
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	9,774	10,657	13,749	18,105	21,250	18,841	16,300	15,225
2 Women's and misses' coats and suits	11,691	11,550	14,427	13,775	7,976	5,627	6,896	15,446
3 Women's and misses' sportswear	27,152	28,072	38,885	45,423	48,500	45,931	40,368	44,879
4 Furs	4,779	2,470	1,600	646	998	487	1,373	2,204
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	14,997	14,640	17,960	22,593	20,131	20,064	19,956	23,402
6 Girls' and teenage girls' wear	8,739	10,230	14,415	15,675	14,473	14,319	12,591	22,688
7 Lingerie and women's sleepwear	9,551	9,764	11,410	13,919	15,635	15,111	14,939	12,551
8 Intimate apparel	7,535	6,230	8,444	9,837	10,080	10,081	9,145	8,997
9 Millinery	1,061	808	806	1,054	868	831	885	889
10 Women's and girls' hosiery	7,529	6,502	8,276	9,558	8,783	7,918	6,379	7,373
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	8,522	8,277	10,811	12,980	12,851	11,977	10,268	11,416
12 Women's, misses' and children's footwear	14,422	13,556	20,815	24,258	23,663	21,838	17,856	22,104
13 Men's clothing	24,369	22,063	31,802	33,464	32,375	35,442	26,060	31,553
14 Men's furnishings	22,120	19,836	28,662	28,916	31,003	30,389	29,531	37,997
15 Boys' clothing and furnishings	3,544	6,308	8,725	11,388	9,914	9,114	3,358	16,391
16 Men's and boys' footwear	9,212	9,144	12,998	16,147	19,231	12,796	13,039	14,405
17 Food and kindred products	50,381	52,272	45,722	55,617	55,093	48,258	48,371	55,938
18 Toiletries, cosmetics and drugs	32,965	31,225	34,217	37,341	39,135	37,869	37,502	37,938
19 Photographic equipment and supplies	9,592	8,120	9,633	11,115	11,955	14,252	13,627	14,562
20 Piece goods	4,793	4,765	5,641	5,503	5,062	4,340	3,593	4,545
21 Linens and domestics	25,045	14,047	17,742	20,870	22,151	23,583	26,987	23,554
22 Smallwares and notions	9,660	7,441	7,718	7,836	6,614	6,600	7,175	7,464
23 China and glassware	8,604	7,508	9,182	10,279	11,267	11,283	10,960	9,769
24 Floor coverings	11,012	10,848	12,779	12,976	13,166	12,719	12,778	11,291
25 Draperies, curtains and furniture coverings	11,252	9,849	13,288	15,239	15,520	16,168	16,770	14,241
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	7,715	5,997	7,264	8,077	7,683	7,696	8,490	7,981
27 Furniture	51,722	33,796	43,720	43,322	50,775	62,073	47,357	37,828
28 Major appliances	41,297	28,799	37,193	39,604	42,777	56,586	45,191	37,748
29 Television, radio and music	29,714	22,358	27,090	27,057	26,070	26,306	29,377	29,765
30 Housewares and small electrical appliances	23,298	24,198	23,028	29,017	32,809	31,524	31,361	30,907
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	19,970	18,157	21,187	29,113	34,462	31,960	26,954	24,835
32 Plumbing, heating and building materials	6,713	6,431	8,034	10,285	11,590	10,605	9,706	9,116
33 Jewellery	9,975	11,416	15,025	17,815	20,031	18,968	16,322	17,312
34 Toys and games	6,953	7,588	9,345	13,516	11,201	11,415	12,904	12,646
35 Sporting goods and luggage	21,071	15,571	21,194	28,394	32,218	35,361	30,851	24,941
36 Stationery, books and magazines	18,223	16,715	17,400	19,522	19,993	19,952	18,430	27,346
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	12,831	11,890	14,931	17,957	17,956	17,970	17,969	17,350
38 Meals and lunches	17,676	16,494	19,211	19,587	20,698	20,288	20,288	20,747
39 Repairs and services	5,622	4,866	5,919	5,976	6,071	6,482	6,480	6,133
40 All other departments	19,867	18,723	21,924	30,031	35,883	29,853	25,198	25,435
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	643,951	568,881	689,205	793,737	822,993	835,884	757,805	786,486

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1980 et 1981

1981		1980			Change - Variation		Rayon
September	October	November	December	December	December-November 1981	December 1981/1980	
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre	Décembre-novembre 1981	Décembre 1981/1980	
thousands of dollars						per cent	N°
milliers de dollars						pourcentage	
16,905	16,086	18,421	22,842	22,696	+ 24.0	+ 0.6	
19,536	25,362	21,346	23,703	22,714	+ 11.0	+ 4.4	
59,572	50,437	52,638	69,436	61,425	+ 31.9	+ 13.0	
2,800	3,625	4,534	6,950	6,713	+ 53.3	+ 3.5	
24,469	25,345	25,819	36,185	31,617	+ 40.1	+ 14.4	
18,169	16,396	17,934	25,121	24,514	+ 40.1	+ 2.5	
15,265	16,547	23,929	43,184	39,890	+ 80.5	+ 8.3	
9,587	8,617	9,500	13,087	11,906	+ 37.8	+ 9.9	
1,469	2,126	3,123	3,945	3,801	+ 26.3	+ 3.8	
10,667	10,937	10,687	15,586	14,314	+ 45.8	+ 8.9	
16,619	16,583	21,269	35,037	33,977	+ 64.0	+ 3.1	
28,614	28,236	26,355	31,323	28,804	+ 18.9	+ 8.7	
41,073	42,076	50,135	68,716	68,846	+ 37.1	- 0.2	
36,136	37,539	56,255	100,808	98,114	+ 79.2	+ 7.1	
11,823	11,730	13,849	22,321	21,483	+ 63.5	+ 3.9	
17,336	17,198	17,582	13,436	13,212	+ 31.1	+ 1.0	
47,866	55,938	66,402	76,581	71,482	+ 15.2	+ 7.0	
38,702	42,975	50,461	100,686	89,320	+ 99.5	+ 12.7	
13,296	12,986	16,609	31,811	31,642	+ 91.5	+ 0.5	
5,722	6,018	6,186	4,605	5,192	- 25.6	+ 11.3	
25,638	25,049	25,237	39,605	37,289	+ 56.9	+ 6.2	
10,321	10,729	10,039	12,620	12,420	+ 25.7	+ 1.6	
11,955	11,177	18,301	36,041	30,895	+ 96.9	+ 16.7	
12,253	14,116	13,976	12,311	13,977	- 11.9	- 11.9	
14,880	15,932	15,914	17,826	16,240	+ 12.0	+ 9.8	
8,710	9,268	13,026	20,340	19,883	+ 56.1	+ 2.3	
44,415	42,234	41,441	42,272	45,004	+ 2.0	- 6.1	
19,375	41,570	38,116	43,490	43,135	+ 14.1	+ 0.8	
32,673	35,895	45,604	70,303	65,535	+ 54.2	+ 7.3	
29,303	34,358	42,503	75,348	71,020	+ 77.3	+ 6.1	
23,810	27,060	26,868	37,838	36,247	+ 40.8	+ 4.4	
9,040	10,492	9,389	9,385	8,672	--	+ 8.2	
22,185	19,325	33,417	67,819	64,687	+ 102.9	+ 4.8	
12,227	21,276	47,723	76,988	74,030	+ 61.3	+ 4.0	
22,815	23,472	28,380	53,876	53,697	+ 89.8	+ 0.3	
26,354	23,268	31,923	60,620	55,388	+ 89.9	+ 9.4	
16,149	22,490	22,667	23,064	22,963	+ 1.8	+ 0.4	
20,366	21,888	23,159	30,880	28,359	+ 33.3	+ 8.9	
6,928	8,273	9,568	9,631	8,114	+ 0.7	+ 18.7	
29,407	27,697	25,947	46,932	43,262	+ 80.9	+ 8.5	
848,390	892,279	1,036,432	1,542,452	1,458,479	+ 48.8	+ 5.8	TOTAL, TOUS RAYONS

TABLE 2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1980 and 1981(1)

Department No.	1981						
	January Janvier	February Février	March Mars	April Avril	May Mai	June Juin	July Juillet
	thousands of dollars milliers de dollars						
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	16,452	16,305	16,100	17,026	15,803	16,175	17,198
2 Women's and misses' coats and suits	15,462	16,851	13,386	13,447	14,190	13,932	14,307
3 Women's and misses' sportswear	43,218	43,733	45,634	47,628	42,863	46,888	46,030
4 Furs	2,632	2,339	2,716	2,195	5,357	3,331	2,537
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	20,832	21,879	20,670	23,515	21,016	23,739	22,685
6 Girls' and teenage girls' wear	16,185	17,307	15,869	16,238	15,407	16,238	15,709
7 Lingerie and women's sleepwear	16,830	16,928	15,889	16,847	15,747	16,820	17,293
8 Intimate apparel	9,358	8,856	9,385	9,329	9,159	9,170	8,923
9 Millinery	1,264	1,460	1,460	1,462	1,246	1,326	1,335
10 Women's and girls' hosiery	8,848	8,774	9,278	9,208	8,808	9,411	8,973
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	14,197	14,460	14,633	15,132	13,817	14,651	14,608
12 Women's, misses' and children's footwear	22,349	24,895	24,773	22,733	22,115	23,621	23,897
13 Men's clothing	36,389	37,102	34,932	36,173	37,098	37,004	36,663
14 Men's furnishings	28,733	29,337	31,365	38,182	33,026	32,469	38,757
15 Boys' clothing and furnishings	11,315	11,727	10,506	11,182	11,312	11,745	11,071
16 Men's and boys' footwear	18,248	19,275	19,491	18,805	18,809	18,814	18,096
17 Food and kindred products	58,626	56,546	47,741	54,398	53,199	54,271	53,531
18 Toiletries, cosmetics and drugs	41,669	41,506	40,969	41,508	42,322	43,141	42,718
19 Photographic equipment and supplies	12,874	13,583	13,058	13,707	13,832	14,772	13,312
20 Piece goods	5,411	5,625	5,362	5,146	4,596	4,711	4,667
21 Linens and domestics	23,215	22,520	23,406	25,084	24,379	25,440	24,657
22 Smallwares and notions	8,822	8,950	8,429	8,365	8,125	8,553	8,522
23 China and glassware	12,482	12,864	13,189	13,313	12,661	14,166	13,018
24 Floor coverings	12,609	13,593	13,564	13,329	13,025	13,456	12,777
25 Draperies, curtains and furniture cov- erings	14,042	14,303	14,753	14,263	14,823	15,620	15,509
26 Lamps, picturea, mirrors and all other home furnishings	10,034	8,720	8,963	8,835	9,343	9,624	9,939
27 Furniture	46,193	44,821	49,013	46,668	48,593	62,713	40,328
28 Major appliances	41,438	41,715	42,155	45,785	40,748	57,077	36,815
29 Television, radio and music	32,634	32,206	32,968	34,800	34,816	37,261	34,440
30 Housewares and small electrical appliances	32,962	34,549	31,481	33,847	33,775	35,802	32,218
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	27,630	27,522	25,898	27,556	28,084	28,381	28,412
32 Plumbing, heating and building materials	9,053	9,360	9,455	9,608	9,037	8,563	8,420
33 Jewellery	20,074	21,251	21,791	22,400	22,639	22,402	21,507
34 Toys and games	19,436	20,416	19,220	20,585	18,078	19,393	19,713
35 Sporting goods and luggage	27,105	27,504	31,049	28,635	28,371	28,147	28,003
36 Stationery, books and magazines	23,404	24,134	23,555	24,796	24,435	24,718	24,004
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	16,851	17,404	17,237	16,973	17,623	17,940	17,810
38 Meals and lunches	20,000	20,702	20,773	20,789	21,669	21,253	20,746
39 Repairs and services	6,263	6,314	6,777	6,827	6,345	6,448	7,248
40 All other departments	26,783	27,732	25,687	28,353	25,105	26,162	26,214
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	834,306	847,678	834,288	865,863	837,993	904,147	840,511

(1) Each department, including the "Total all departments", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "Total all departments".

TABLEAU 2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1980 et 1981(1)

1981							1980	Change - Variation	
August	September	October	November	December	December	December-November 1981		Rayon	
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre	Décembre-novembre 1981		N°	
thousands of dollars							per cent		
milliers de dollars							pourcentage		
16,240	16,489	16,428	17,989	16,395	16,394	- 8.9			
14,540	14,761	15,716	14,443	15,507	15,644	+ 7.4			
45,997	47,992	47,151	46,944	46,198	41,135	- 1.6			
2,075	2,505	3,125	2,522	3,241	2,934	+ 28.5			
21,896	21,445	22,087	22,506	23,082	20,400	+ 2.6			
16,445	15,568	15,547	15,470	15,936	15,885	+ 3.0			
16,657	16,754	17,197	17,585	17,008	15,774	- 3.3			
9,302	9,091	9,382	9,938	9,292	8,664	- 6.5			
1,398	1,598	1,442	1,571	1,722	1,632	+ 9.6			
8,651	9,296	9,355	9,458	9,600	8,897	+ 1.5			
15,057	15,909	15,708	14,574	14,364	14,025	- 1.4			
22,655	22,681	22,649	20,086	23,530	22,183	+ 17.1			
38,047	37,187	36,148	36,324	36,916	37,333	+ 1.6			
37,452	32,378	36,343	37,846	37,311	37,200	+ 0.3			
11,347	11,128	10,819	11,348	11,900	11,553	+ 5.3			
15,694	15,132	15,135	14,973	14,860	14,780	- 5.9			
36,876	33,311	35,503	39,946	34,943	31,467	- 8.3			
43,457	43,945	44,136	44,958	45,988	41,312	+ 2.3			
14,880	14,645	14,662	15,069	13,367	13,640	- 11.3			
4,949	4,993	5,047	5,486	4,829	5,494	- 12.0			
24,358	22,920	24,298	23,535	24,738	23,618	+ 5.1			
8,835	9,023	9,311	8,629	8,451	8,480	- 2.1			
11,691	12,591	13,069	13,371	13,266	11,576	- 0.8			
12,140	11,188	11,345	11,620	12,603	14,296	+ 8.5			
15,111	14,022	14,226	14,745	15,202	14,190	+ 3.1			
9,064	8,931	9,047	9,752	9,526	9,483	- 2.3			
37,483	41,297	40,528	41,420	43,521	46,726	+ 5.1			
36,412	34,944	39,139	38,447	40,740	39,937	+ 6.0			
32,756	28,889	33,440	35,520	33,454	31,762	- 5.8			
33,734	31,658	36,470	35,871	34,223	32,540	- 4.6			
27,485	24,781	24,036	25,852	26,794	26,304	+ 3.6			
10,375	8,173	9,529	10,194	9,803	9,378	- 3.8			
22,318	24,143	22,749	24,415	21,985	21,633	- 10.0			
21,218	20,550	20,360	21,361	20,625	19,865	- 3.4			
29,239	28,306	27,562	26,459	28,332	28,291	+ 7.1			
25,940	25,013	25,862	24,987	26,422	24,095	+ 5.7			
19,629	17,559	18,645	18,537	16,817	17,627	- 9.3			
20,457	21,190	20,974	21,117	21,388	19,890	+ 1.3			
6,859	6,930	7,056	7,279	7,166	6,195	- 1.6			
17,325	28,923	29,057	28,392	30,836	28,691	+ 8.6			
845,502	828,749	847,932	864,558	862,090	825,585	- 0.3			
TOTAL, TOUS RAYONS									41

(1) Chaque rayon, incluant "Total, tous rayons", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "Total, tous rayons".

TABLE 3. Department Store Monthly Sales, by Province and Selected Metropolitan Area, 1980 and 1981

	1981							
Province and selected metropolitan area	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
<u>No.</u>								
thousands of dollars								
milliers de dollars								
1 Newfoundland	6,012	6,184	7,847	9,494	9,609	9,854	8,848	10,479
2 Prince Edward Island	3,280	3,185	3,273	4,317	4,316	4,973	5,306	4,949
3 Nova Scotia	12,104	12,952	15,077	20,085	19,956	20,309	18,841	20,934
4 New Brunswick	10,436	10,409	12,436	17,078	16,220	16,612	14,786	16,560
5 Quebec	117,240	100,803	118,500	144,831	154,884	145,347	135,979	143,855
6 Ontario	226,711	193,333	232,652	278,621	290,044	307,749	258,671	267,875
7 Manitoba	30,286	28,516	37,528	40,614	40,472	40,104	39,781	38,840
8 Saskatchewan	17,336	16,220	21,595	22,961	23,703	22,475	21,182	21,490
9 Alberta	94,659	86,057	105,753	112,504	118,234	121,475	113,759	121,743
10 British Columbia	123,894	109,290	132,072	140,829	142,628	143,632	137,567	136,600
11 Yukon and Northwest Territories	1,992	1,932	2,473	2,403	2,928	3,355	3,085	3,162
12 CANADA	643,951	568,881	689,205	793,737	822,993	835,884	757,805	786,486
13 Montréal	73,242	62,569	72,735	89,387	94,134	88,334	82,622	83,842
14 Toronto	96,024	81,007	95,652	113,130	118,197	126,725	104,611	105,160
15 Winnipeg	27,617	26,085	33,866	36,738	36,502	35,752	35,830	34,713
16 Vancouver	78,018	68,220	81,280	86,254	85,943	86,143	81,407	83,572

TABLE 4. Number of Department Store Locations, by Province and Selected Metropolitan Area, 1980 and 1981

TABLEAU 3. Ventes mensuelles des grands magasins, par province et certaines zones métropolitaines, 1980 et 1981

1981		1980			Change - Variation		Province et certaines zones métropolitaines	N°
September	October	November	December	December	December-November 1981	December 1981/1980		
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre	Décembre-novembre 1981	Décembre 1981/1980		
thousands of dollars						per cent		
milliers de dollars						pourcentage		
9,526	10,454	13,146	19,400	18,801	+ 47.6	+ 3.2	Terre-Neuve	1
4,808	4,488	5,360	8,516	8,124	+ 58.9	+ 4.8	Île-du-Prince-Édouard	2
19,599	21,763	29,060	45,534	41,191	+ 56.7	+ 10.5	Nouvelle-Écosse	3
16,995	18,438	23,618	34,022	32,111	+ 44.1	+ 6.0	Nouveau-Brunswick	4
146,869	159,084	176,579	264,016	256,791	+ 49.5	+ 2.8	Québec	5
301,967	312,584	364,786	562,317	529,718	+ 54.1	+ 6.2	Ontario	6
44,651	45,423	54,511	76,621	70,316	+ 40.6	+ 9.0	Manitoba	7
22,636	25,556	30,263	42,556	41,122	+ 40.6	+ 3.5	Saskatchewan	8
125,211	139,365	157,178	225,573	202,741	+ 43.5	+ 11.3	Alberta	9
152,884	152,058	178,945	258,846	252,988	+ 44.7	+ 2.3	Colombie-Britannique	10
3,245	3,066	2,985	5,051	4,575	+ 69.2	+ 10.4	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
848,390	892,279	1,036,432	1,542,452	1,458,479	+ 48.8	+ 5.8	CANADA	12
92,978	99,300	110,690	165,297	159,846	+ 49.3	+ 3.4	Montréal	13
120,429	126,385	147,324	230,378	216,831	+ 56.4	+ 6.2	Toronto	14
40,651	41,004	49,523	68,668	63,368	+ 38.7	+ 8.4	Winnipeg	15
92,585	91,004	109,284	153,147	153,746	+ 40.1	- 0.4	Vancouver	16

TABLEAU 4. Nombre de succursales des grands magasins, par province et certaines zones métropolitaines, 1980 et 1981

1981		1980					Province et certaines zones métropolitaines	N°
September	October	November	December	October	November	December		
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre								
15	15	15	15	17	17	17	Terre-Neuve	1
7	7	7	7	7	7	7	Île-du-Prince-Édouard	2
30	30	30	30	28	28	28	Nouvelle-Écosse	3
27	27	27	27	24	25	25	Nouveau-Brunswick	4
159	160	163	163	159	161	161	Québec	5
290	292	294	294	280	280	279	Ontario	6
37	37	37	37	36	36	36	Manitoba	7
27	26	26	26	25	26	26	Saskatchewan	8
78	80	82	82	64	65	65	Alberta	9
96	97	99	99	92	95	95	Colombie-Britannique	10
7	7	7	7	7	7	7	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
773	778	787	787	739	747	746	CANADA	12
80	80	80	80	80	80	80	Montréal	13
85	85	86	86	82	80	80	Toronto	14
29	29	29	29	29	29	29	Winnipeg	15
40	40	40	40	40	40	40	Vancouver	16

TABLE 5. Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1980 and 1981
January-December

TABLEAU 5. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1980 et 1981
Janvier-décembre

Department	Sales - Ventes		Change 1981/1980
	1980	1981	
No.	thousands of dollars		Variation 1981/1980
	milliers de dollars		pourcentage
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	183,065	198,155	+ 8.2
2 Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	175,764	177,335	+ 0.9
3 Women's and misses' sportswear - Vêtements sport pour dames et jeunes filles	468,412	551,293	+ 17.7
4 Furs - Fourrures	31,306	32,466	+ 3.7
5 Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	229,711	265,561	+ 15.6
6 Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'adolescentes	181,957	190,750	+ 4.8
7 Lingerie and women's sleeperwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	183,604	201,805	+ 9.9
8 Intimate apparel - Sous-vêtements	99,302	111,140	+ 11.9
9 Millinery - Chapeaux	17,912	17,865	- 0.3
10 Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	101,943	110,195	+ 8.1
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	161,555	176,710	+ 9.4
12 Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	253,341	273,040	+ 7.3
13 Men's clothing - Vêtements pour hommes	422,076	439,127	+ 4.0
14 Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	412,895	455,065	+ 10.2
15 Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	132,687	136,433	+ 2.8
16 Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	166,618	180,372	+ 8.3
17 Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	577,609	658,333	+ 14.0
18 Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	461,164	521,016	+ 13.0
19 Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	198,160	167,558	+ 5.9
20 Piece goods - Tissus à la pièce	67,179	60,773	- 9.5
21 Linens and domestics - Literie et linge de maison	267,752	289,508	+ 8.1
22 Smallwares and notions - Menus articles	98,402	104,217	+ 5.9
23 China and glassware - Porcelaine et verrerie	134,100	156,326	+ 16.6
24 Floor coverings - Revêtements de plancher	151,178	150,225	- 0.6
25 Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	162,270	176,879	+ 9.0
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	103,284	112,247	+ 8.7
27 Furniture - Meubles	512,546	540,955	+ 5.5
28 Major appliances - Gros appareils ménagers	451,231	491,746	+ 9.0
29 Television, radio and music - Télévision, radio et musique	364,162	402,212	+ 10.4
30 Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	370,359	407,654	+ 10.1
31 Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	301,930	322,214	+ 6.7
32 Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	97,985	110,786	+ 13.1
33 Jewellery - Bijouterie	249,124	269,610	+ 8.2
34 Toys and games - Jouets et jeux	226,821	243,782	+ 7.5
35 Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	317,534	338,144	+ 6.5
36 Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	271,877	299,746	+ 10.3
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	195,248	213,424	+ 9.3
38 Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	221,887	251,260	+ 13.2
39 Repairs and services - Services et travaux de réparation	70,218	81,953	+ 16.7
40 All other departments - Tous autres rayons	312,603	330,615	+ 5.8
41 ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	9,366,771	10,218,495	+ 9.1

TABLE 6. Department Store Cumulative Sales, by Province and Selected Metropolitan Area, 1980 and 1981
January-December

TABLEAU 6. Ventes cumulatives des grands magasins, par province et certaines zones métropolitaines,
1980 et 1981
Janvier-décembre

Province and selected metropolitan area	Sales - Ventes		Change 1981/1980
	1980 ^r	1981	
		thousands of dollars	
Province et certaines zones métropolitaines			Variation 1981/1980
Newfoundland - Terre-Neuve	113,916	120,853	+ 6.1
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	53,582	56,771	+ 6.0
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	231,447	256,214	+ 10.7
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	192,692	207,610	+ 7.7
Québec	1,738,326	1,807,987	+ 4.0
Ontario	3,308,384	3,597,310	+ 8.7
Manitoba	478,247	517,347	+ 8.2
Saskatchewan	260,310	287,973	+ 10.6
Alberta	1,335,192	1,521,511	+ 14.0
British Columbia - Colombie-Britannique	1,624,535	1,809,245	+ 11.4
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	30,136	35,677	+ 18.4
CANADA	9,366,771	10,218,495	+ 9.1
Montréal	1,072,925	1,115,130	+ 3.9
Toronto	1,359,185	1,471,822	+ 8.3
Winnipeg	433,582	466,949	+ 7.7
Vancouver	1,011,758	1,093,812	+ 8.1

TABLE 7. Department Store Monthly Sales as a Percentage of Total Retail Trade, by Province, 1980 and 1981
December

TABLEAU 7. Proportions procentuelles mensuelles des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province, 1980 et 1981
Décembre

Province	1980 ^r	1981	per cent - pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	11.5	11.2	
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	21.4	21.8	
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	14.5	14.3	
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	14.5	14.1	
Québec	11.9	11.4	
Ontario	16.2	15.3	
Manitoba	20.6	19.6	
Saskatchewan	11.8	10.7	
Alberta	19.7	19.5	
British Columbia - Colombie-Britannique	21.1	19.9	
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	18.1	16.6	
CANADA	16.1	15.4	

TABLE 8. Department Store Monthly Stocks,(1) by Department, Canada, 1980 and 1981

Department No.	1981							
	January Janvier	February Février	March Mars	April Avril	May Mai	June Juin	July Juillet	August Août
	thousands of dollars milliers de dollars							
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	35,851	41,527	44,182	55,777	49,305	38,560	41,378	40,110
2 Women's and misses' coats and suits	30,940	35,537	35,610	36,228	30,420	31,220	62,215	62,598
3 Women's and misses' sportswear	84,745	98,540	107,490	130,438	122,096	102,218	111,202	115,399
4 Furs	20,770	20,013	20,508	20,567	19,732	18,881	18,545	20,458
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	50,531	55,118	56,341	76,929	70,698	64,197	87,509	76,509
6 Girls' and teenage girls' wear	28,907	36,024	38,848	49,000	46,679	38,556	55,466	52,124
7 Lingerie and women's sleepwear	33,348	35,854	39,749	49,924	48,059	41,209	42,895	44,299
8 Intimate apparel	25,823	27,335	26,247	30,791	33,642	28,288	30,624	30,668
9 Millinery	1,420	1,393	922	1,266	1,630	1,063	1,105	1,051
10 Women's and girls' hosiery	21,100	22,297	23,435	27,829	26,606	22,966	23,713	26,739
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	39,928	43,106	47,365	55,094	52,441	44,411	47,078	46,796
12 Women's, misses' and children's footwear	72,967	83,004	91,621	106,156	99,470	91,184	92,436	92,706
13 Men's clothing	117,100	149,408	149,075	172,679	166,122	136,514	158,858	194,681
14 Men's furnishings	130,854	120,376	127,563	131,339	142,916	121,030	136,445	145,300
15 Boys' clothing and furnishings	33,975	39,064	39,637	41,706	37,350	38,387	38,610	41,124
16 Bedding and housewares	55,557	53,378	51,929	58,170	55,983	57,931	51,006	50,905
17 Food and kindred products	30,190	28,920	33,236	33,115	32,371	33,961	32,435	26,972
18 Toiletries, cosmetics and drugs	133,997	124,172	126,965	146,190	144,270	131,929	140,976	135,451
19 Photographic equipment and supplies	44,911	45,605	43,377	54,377	54,345	44,721	52,359	54,016
20 Piece goods	30,058	32,904	30,913	33,208	30,734	28,255	29,504	29,430
21 Linens and domestics	80,651	98,075	99,696	113,422	116,813	107,465	109,552	105,405
22 Smallwares and notions	31,578	39,851	34,954	43,647	44,092	42,425	45,022	42,216
23 China and glassware	66,718	65,490	75,849	84,310	87,525	83,694	83,251	84,672
24 Floor coverings	49,556	50,649	51,129	56,820	60,777	60,816	64,769	63,337
25 Draperies, curtains and furniture cov- erings	59,677	63,945	64,669	72,116	71,392	63,663	71,225	68,415
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	37,186	43,760	43,978	48,504	53,929	46,369	49,593	51,868
27 Furniture	173,286	173,941	182,199	220,320	218,557	190,776	210,158	206,187
28 Major appliances	62,689	69,699	69,867	78,608	70,973	60,241	71,148	69,540
29 Television, radio and music	105,836	104,349	112,138	126,402	121,670	116,182	116,956	116,657
30 Housewares and small electrical appliances	106,766	114,651	122,252	145,705	145,948	133,143	136,006	136,688
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	90,823	104,052	116,127	136,162	142,049	121,386	149,710	147,239
32 Plumbing, heating and building materials	33,568	32,025	26,756	33,932	33,413	28,427	32,969	32,025
33 Jewellery	97,901	105,696	106,713	121,229	116,849	103,945	112,285	112,351
34 Toys and games	64,638	65,359	64,426	78,541	70,483	62,370	68,908	87,015
35 Sporting goods and luggage	93,128	108,939	119,356	157,754	155,526	133,077	133,273	125,094
36 Stationery, books and magazines	70,974	73,845	73,839	90,088	89,601	87,492	95,990	89,539
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	38,066	44,580	38,885	48,942	51,174	38,987	47,474	48,790
38 Meals and lunches	2,274	2,183	1,638	2,520	2,159	2,102	1,315	1,133
39 Repairs and services	4,561	4,326	4,401	5,444	5,710	4,742	6,498	5,882
40 All other departments	48,002	60,220	67,247	82,468	84,960	73,576	76,609	74,943
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	2,320,150	2,529,228	2,626,322	3,104,437	3,038,362	2,694,529	2,984,668	2,983,056

(1) At selling value.

TABLAU 8. Stocks(1) mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1980 et 1981

1981					1980	Change - Variation		Rayon
September	October	November	December	December	December-November 1981	December 1981/1980		
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre	Décembre-novembre 1981	Décembre 1981/1980		
thousands of dollars					per cent		No	
milliers de dollars					pourcentage			
42,433	60,868	53,743	45,786	37,348	- 14.8	+ 22.6	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	1
65,510	74,549	60,145	35,084	38,166	- 41.7	- 8.1		2
112,846	145,329	137,595	98,048	84,298	- 28.7	+ 16.3	Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	3
23,087	26,720	25,164	21,835	21,914	- 13.2	- 0.4		4
68,429	95,947	77,979	67,473	56,598	- 13.5	+ 19.2		5
45,402	58,618	47,903	34,740	29,820	- 27.5	+ 16.5	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
43,870	66,798	68,615	40,870	32,481	- 40.4	+ 25.8	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
25,971	38,477	37,252	31,901	30,127	- 14.4	+ 5.9	Sous-vêtements	8
1,316	2,228	3,278	3,176	2,308	- 3.1	+ 37.6	Chapeaux	9
21,390	26,752	26,604	20,683	21,576	- 22.3	- 4.1	Bas pour dames et fillettes	10
41,470	62,312	58,656	36,800	37,259	- 37.3	- 1.2	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
84,756	106,815	97,717	94,118	83,758	- 3.7	+ 12.4	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
181,689	216,974	199,854	166,475	156,298	- 16.7	+ 6.5	Vêtements pour hommes	13
181,700	219,663	188,181	156,290	155,682	- 36.4	+ 3.3	Articles d'habillement pour hommes	14
40,941	58,324	46,410	36,258	31,172	- 36.2	+ 9.8	Méments et articles d'habillement pour garçons	15
71,319	97,631	85,906	79,015	90,455	- 11.4	+ 25.7	Chaussures pour hommes et garçons	16
26,281	32,739	41,583	25,542	49,436	- 39.0	- 36.8	Produits alimentaires et connexes	17
133,437	207,518	208,172	151,758	123,381	- 27.1	+ 23.0	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
50,905	73,533	60,609	44,326	42,962	- 26.9	+ 3.2	Appareils et fournitures photographiques	19
27,118	33,092	31,946	31,088	33,827	- 2.7	- 8.1	Tissus à la pièce	20
94,301	130,181	129,636	119,597	98,778	- 7.7	+ 21.1	Literie et linge de maison	21
38,577	44,058	38,940	42,654	37,042	+ 9.5	+ 15.2	Menus articles	22
80,361	97,243	98,814	106,167	83,673	+ 7.4	+ 26.9	Porcelaine et verrerie	23
54,133	65,359	59,506	65,866	54,126	+ 10.7	+ 21.7	Revêtements de plancher	24
61,290	80,407	76,567	76,135	68,132	- 0.6	+ 11.7	Tentures, rideaux et housses	25
46,759	62,835	56,345	43,174	37,798	- 23.4	+ 14.2	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
188,648	242,317	214,318	235,492	205,903	+ 9.9	+ 14.4	Meubles	27
63,806	86,617	85,701	81,341	70,833	- 5.1	+ 14.8	Gros appareils ménagers	28
110,190	154,194	141,712	149,478	128,746	- 13.9	+ 6.7	Télévision, radio et musique	29
129,288	166,685	168,551	166,409	125,323	- 24.7	+ 15.2	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
119,280	172,256	142,516	123,405	103,988	- 13.4	+ 18.7	Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.	31
27,271	36,533	32,821	34,188	29,858	+ 4.2	+ 14.5	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
102,891	144,241	140,645	108,452	101,163	- 22.9	+ 7.2	Bijouterie	33
96,375	141,712	112,165	55,211	49,208	- 50.8	+ 22.1	Jouets et jeux	34
129,179	188,551	152,263	123,955	106,229	- 18.6	+ 16.7	Articles de sport et valises	35
86,460	115,752	100,566	74,561	65,778	- 25.9	+ 13.4	Papeterie, livres et revues	36
40,389	62,274	55,507	47,540	40,795	- 14.4	+ 16.5	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
1,345	1,522	1,386	1,346	2,593	- 2.9	- 48.1	Repas et casse-croûtes	38
3,575	6,805	5,825	4,473	4,504	- 23.2	- 0.7	Services et travaux de réparation	39
37,814	90,286	80,257	77,757	52,355	- 3.1	+ 48.5	Tous autres rayons	40
5,775,866	3,769,427	3,437,350	2,842,349	2,505,521	- 17.3	+ 13.4	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Valeur de vente.

TABLE 9. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1980 and 1981(1)

Department No.	1981						
	January Janvier	February Février	March Mars	April Avril	May Mai	June Juin	July Juillet
	thousands of dollars milliers de dollars						
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	40,022	40,790	41,811	46,531	44,347	45,785	44,801
2 Women's and misses' coats and suits	41,469	40,201	40,178	46,027	43,463	44,511	49,182
3 Women's and misses' sportswear	102,851	105,201	105,891	110,214	106,134	109,336	107,276
4 Furs	21,147	23,044	27,744	25,379	24,102	23,584	18,749
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	60,692	63,459	62,104	71,749	67,803	71,085	71,285
6 Girls' and teenage girls' wear	38,734	40,017	41,048	43,868	43,034	42,083	45,612
7 Lingerie and women's sleepwear	43,622	42,904	41,375	45,580	43,508	45,849	44,738
8 Intimate apparel	25,546	28,039	27,878	30,522	31,544	31,275	31,920
9 Millinery	---	---	---	---	---	---	---
10 Women's and girls' hosiery	23,506	24,958	24,237	26,343	24,353	24,839	22,571
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	47,116	48,429	52,193	51,122	50,943	51,870	50,233
12 Women's, misses' and children's footwear	85,524	90,849	91,759	95,524	92,660	97,066	85,006
13 Men's clothing	144,644	162,780	161,634	169,542	165,378	163,549	160,967
14 Men's furnishings	130,054	137,184	139,673	141,976	130,529	136,989	134,611
15 Boys' clothing and furnishings	39,391	40,447	41,475	40,621	39,528	41,114	40,133
16 Men's and boys' lacquer	67,733	73,366	71,193	73,433	77,768	83,849	80,860
17 Food and kitchenware products	---	---	---	---	---	---	---
18 Toiletries, cosmetics and drugs	136,834	145,190	139,476	140,405	135,822	139,652	146,682
19 Photographic equipment and supplies	45,548	51,930	49,382	53,384	51,091	51,192	54,292
20 Piece goods	32,958	33,625	29,542	31,082	28,225	29,111	29,670
21 Linens and domestics	88,864	99,123	103,098	101,405	102,405	103,501	112,975
22 Sealwares and notions	35,723	44,764	38,014	41,014	37,512	39,709	40,940
23 China and glassware	74,189	73,374	82,796	83,492	83,644	89,264	83,653
24 Floor coverings	48,544	51,894	53,809	55,892	57,576	60,131	65,344
25 Draperies, curtains and furniture coverings	62,846	63,207	65,212	68,493	64,925	65,022	71,475
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	43,643	47,575	44,057	46,945	48,920	46,654	48,037
27 Furniture	183,312	179,274	183,391	197,278	196,438	187,642	209,571
28 Major appliances	60,156	65,785	68,290	72,243	66,200	62,608	74,869
29 Television, radio and music	113,670	114,443	113,834	115,299	114,653	120,259	122,776
30 Housewares and small electrical appliances	121,164	122,821	125,284	130,806	132,343	134,842	137,853
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	---	---	---	---	---	---	---
32 Plumbing, heating and building materials	---	---	---	---	---	---	---
33 Jewellery	111,833	114,207	110,286	114,162	108,184	110,216	117,761
34 Toys and games	77,583	84,302	76,835	83,174	75,650	77,691	80,774
35 Sporting goods and luggage	127,108	133,118	123,035	141,496	132,645	139,948	135,924
36 Stationery, books and magazines	81,040	86,240	84,099	92,398	82,711	91,185	91,936
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	---	---	---	---	---	---	---
38 Meals and lunches	---	---	---	---	---	---	---
39 Repairs and services	---	---	---	---	---	---	---
40 All other departments	---	---	---	---	---	---	---
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	2,614,016	2,804,660	2,742,895	2,920,174	2,821,659	2,882,466	2,939,112

(1) Each department, including the "Total all departments", has been adjusted separately. Therefore, the sum of the departments will not equal the "Total all departments".

TABLEAU 9. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1980 et 1981(1)

1981							1980	Change = Variation	
August	September	October	November	December	December	December-November 1981	Rayon		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre	Décembre-novembre 1981			
thousands of dollars						per cent			
milliers de dollars						pourcentage			
44,072	49,974	53,766	46,802	50,564	41,457	+ 8.0			
46,652	49,005	51,731	51,481	47,334	50,935	- 8.1			
113,963	128,438	132,346	119,575	126,907	108,560	+ 6.1			
17,199	19,465	19,909	19,702	20,823	20,716	+ 5.7			
71,291	70,677	83,049	72,103	77,662	65,030	+ 7.7			
47,480	46,258	50,528	41,910	49,389	43,173	+ 17.8			
44,441	46,019	50,689	51,397	53,940	43,436	+ 4.9			
30,431	30,125	35,643	31,750	31,758	29,936	-			
... 23,762	... 21,634	... 24,948	... 25,030	... 24,307	... 25,396	... + 2.9			
47,586	44,520	47,566	42,514	44,210	45,094	+ 4.0			
83,414	87,876	98,811	99,417	107,147	95,149	+ 7.8			
166,991	160,374	173,690	169,110	184,256	174,196	+ 9.0			
139,393 41,091	142,383 41,413	143,172 43,603	132,271 38,050	142,164 42,984	138,236 35,358	+ 3.3 + 13.0			
76,003	74,303	73,766	30,435	38,324	31,012	+ 10.1			
150,418	153,517	165,340	153,928	174,134	141,481	+ 13.1			
60,911	59,106	53,772	46,698	47,468	47,542	+ 1.6			
28,069	29,479	31,828	32,482	32,645	35,577	+ 0.5			
112,169	114,945	124,420	121,337	121,727	99,880	+ 0.3			
41,070	43,050	44,023	40,352	42,701	36,994	+ 5.8			
84,175	88,260	85,556	83,954	99,819	78,748	+ 18.9			
61,744	62,872	64,292	62,916	59,683	49,005	- 5.1			
70,112	70,416	77,658	75,786	74,351	66,549	- 1.9			
50,519	50,485	54,047	49,841	52,645	46,073	+ 5.6			
225,046	230,339	245,633	217,405	210,637	184,028	- 3.1			
82,491	81,782	87,377	81,310	71,603	63,667	- 11.9			
124,381	128,682	141,579	127,378	123,143	116,085	- 3.3			
138,826	142,844	150,126	144,905	146,132	125,758	+ 0.8			
... 114,062	... 116,789	... 123,157	... 111,898	... 121,135	... 112,702	... + 8.3			
... 81,997	... 74,226	... 79,262	... 84,050	... 102,718	... 83,928	... + 22.2			
129,658	128,677	148,395	133,237	145,027	123,669	+ 8.8			
83,869	88,905	91,590	82,283	94,994	83,723	+ 15.4			
...			
2,977,993	2,970,429	3,197,410	3,018,927	3,172,973	2,810,040	+ 5.1	TOTAL, TOUS RAYONS	41	

(1) Chaque rayon, incluant "Total, tous rayons", a été ajusté individuellement. En conséquence, la somme des rayons ne correspond pas au "Total, tous rayons".

TABLE 10. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1980 and 1981

Department No.	1981							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	January	February	March	April	May	June	Juillet	Août
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	3.67	3.90	3.21	3.08	2.32	2.05	2.54	2.63
2 Women's and misses' coats and suits	2.65	3.08	2.47	2.63	3.81	5.55	9.02	4.05
3 Women's and misses' sportswear	3.12	3.51	2.76	2.87	2.52	2.23	2.75	2.57
4 Furs	4.35	8.10	12.82	31.84	19.77	38.77	13.51	9.28
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	3.37	3.76	3.14	3.41	3.51	3.20	4.39	3.27
6 Girls' and teenage girls' wear	3.31	3.52	2.69	3.13	3.23	2.69	4.41	2.30
7 Lingerie and women's sleepwear	3.49	3.67	3.48	3.59	3.07	2.73	2.87	3.53
8 Intimate apparel	3.43	4.39	3.11	3.13	3.34	2.81	3.35	3.41
9 Millinery	1.34	1.72	1.14	1.20	1.88	1.28	1.25	1.18
10 Women's and girls' hosiery	2.80	3.43	2.83	2.91	3.03	2.90	3.72	3.63
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4.69	5.21	4.38	4.24	4.08	3.71	4.58	4.10
12 Women's, misses' and children's footwear	5.06	6.12	4.40	4.38	4.20	4.18	5.18	4.19
13 Men's clothing	4.81	6.77	4.69	5.16	5.13	3.85	6.10	6.17
14 Men's furnishings	4.97	6.16	4.97	5.23	4.76	3.90	4.61	3.11
15 Men's clothing and furnishings	3.19	6.32	4.30	3.69	3.79	4.01	6.59	2.51
16 Men's and boys' footwear	4.33	5.93	3.48	5.13	3.91	4.03	3.73	5.74
17 Food and kindred products	0.61	0.59	0.73	0.60	0.59	0.70	0.67	0.56
18 Toiletries, cosmetics and drugs	4.06	3.98	3.71	3.91	3.69	3.48	3.76	3.57
19 Photographic equipment and supplies	4.68	5.62	4.50	4.89	4.55	3.14	3.84	3.71
20 Piece goods	6.27	6.91	5.48	6.03	6.07	6.51	8.21	6.48
21 Linens and domestics	3.22	6.98	5.62	5.43	5.27	4.56	4.06	4.48
22 Smallwares and notions	3.27	5.36	4.53	5.57	6.67	6.43	6.27	5.66
23 China and glassware	7.75	8.72	8.26	8.20	7.77	7.42	7.60	8.67
24 Floor coverings	4.50	4.67	4.00	4.38	4.62	4.78	5.07	5.61
25 Draperies, curtains and furniture coverings	5.30	6.49	4.85	4.73	4.60	3.94	4.25	4.80
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4.82	7.30	6.05	6.01	7.02	6.03	5.84	6.50
27 Furniture	3.35	5.15	4.17	5.09	4.30	3.07	4.44	5.45
28 Major appliances	1.52	2.42	1.88	1.98	1.66	1.06	1.57	1.84
29 Television, radio and music	3.56	4.67	4.14	4.67	4.67	4.42	3.98	3.92
30 Housewares and small electrical appliances	4.58	4.74	5.31	5.02	4.45	4.22	4.34	4.42
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	4.55	5.73	5.48	4.68	4.12	3.80	5.55	5.93
32 Plumbing, heating and building materials	5.00	4.98	3.33	3.30	2.88	2.68	3.40	3.51
33 Jewellery	9.81	9.26	7.10	6.80	5.83	5.48	6.88	6.49
34 Toys and games	9.30	8.61	6.89	5.81	6.29	5.46	5.34	6.88
35 Sporting goods and luggage	4.42	7.00	5.63	5.56	4.83	3.76	4.32	5.02
36 Stationery, books and magazines	3.89	4.42	4.24	4.61	4.48	4.39	5.21	3.27
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	2.97	3.75	2.60	2.73	2.85	2.17	2.64	2.73
38 Meals and lunches	0.13	0.13	0.09	0.13	0.10	0.10	0.06	0.36
39 Repairs and services	0.81	0.89	0.74	0.91	0.94	0.73	1.00	0.96
40 All other departments	2.42	3.22	3.07	2.75	2.37	2.46	3.04	2.92
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	3.51	4.35	3.75	3.88	3.62	3.15	3.84	3.71

TABLEAU 10. Rapports mensuels stocks-ventes, des grands magasins, par rayon, Canada, 1980 et 1981

1981							1980		Rayon	N°
September	October	November	December	October	November	December				
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Octobre	Novembre	Décembre				
2.51	3.78	2.92	2.00	3.09	2.76	1.65	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles		1	
3.35	2.94	2.82	1.48	2.94	2.32	1.68	Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles		2	
1.89	2.88	2.61	1.41	2.56	2.47	1.37	Vêtements sport pour dames et jeunes filles		3	
8.25	7.37	5.55	3.14	7.94	4.40	3.26	Fourrures		4	
2.80	3.79	3.02	1.86	3.24	2.92	1.79	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants		5	
2.50	3.58	2.67	1.38	2.93	2.48	1.22	Vêtements de fillettes et d'adolescentes		6	
2.87	4.04	2.87	0.95	3.69	2.47	0.81	Lingerie et vêtements de nuit pour dames		7	
2.71	4.47	3.92	2.44	3.75	3.95	2.53	Sous-vêtements		8	
0.90	1.05	1.05	0.81	0.79	0.76	0.61	Chapeaux		9	
2.01	2.45	2.49	1.33	2.25	2.31	1.51	Bas pour dames et fillettes		10	
2.50	3.76	2.74	1.05	3.78	2.73	1.10	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes		11	
2.96	3.78	3.71	3.00	3.74	3.40	2.91	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants		12	
3.94	5.16	3.99	2.42	4.96	3.90	2.27	Vêtements pour hommes		13	
3.92	5.05	2.99	1.06	4.87	2.85	1.10	Articles d'habillement pour hommes		14	
3.46	4.98	3.40	1.53	4.18	3.07	1.45	Vêtements et articles d'habillement pour garçons		15	
4.17	5.68	4.81	3.24	4.82	4.13	2.60	Chaussures pour hommes et garçons		16	
0.36	0.67	0.63	0.33	0.56	0.62	0.57	Produits alimentaires et connexes		17	
3.45	4.83	4.13	1.51	4.34	4.01	1.38	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments		18	
3.33	5.66	3.65	1.39	5.13	3.97	1.36	Appareils et fournitures photographiques		19	
4.14	5.50	5.16	6.75	5.67	5.46	6.52	Tissus à la pièce		20	
3.68	5.20	5.14	3.02	3.78	4.14	2.65	Literie et linge de maison		21	
3.74	4.11	3.88	3.38	4.00	3.30	2.98	Menus articles		22	
6.72	8.70	5.40	2.95	7.61	5.06	2.71	Porcelaine et verrerie		23	
4.42	4.63	4.26	5.35	3.36	3.06	3.87	Revêtements de plancher		24	
4.12	5.05	4.81	4.27	4.57	4.26	4.20	Tentures, rideaux et housses		25	
5.37	6.78	4.33	2.12	6.37	4.16	1.90	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison		26	
4.25	5.74	5.17	5.57	4.11	3.89	4.58	Meubles		27	
1.62	2.08	2.25	1.87	1.49	1.60	1.64	Gros appareils ménagers		28	
3.37	4.30	3.28	1.83	3.66	3.13	1.84	Télévision, radio et musique		29	
4.41	4.85	3.92	1.66	4.78	3.67	1.53	Articles de ménage et petits appareils électriques		30	
5.01	6.37	5.30	3.26	4.74	4.73	2.87	Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.		31	
3.02	3.48	3.50	3.64	3.03	3.41	3.44	Matériel de plomberie, chauffage et construction		32	
4.64	7.46	4.21	1.60	7.12	4.56	1.56	Bijouterie		33	
7.88	6.66	2.35	0.72	6.87	2.52	0.61	Jouets et jeux		34	
5.66	8.03	5.37	2.30	7.29	4.91	1.98	Articles de sport et valises		35	
3.28	4.97	3.15	1.23	4.53	3.37	1.19	Papeterie, livres et revues		36	
3.54	2.77	2.45	2.06	2.64	2.32	1.78	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures		37	
0.06	0.07	0.06	0.04	0.10	0.10	0.09	Repas et casse-croûtes		38	
0.30	0.82	0.61	0.46	1.04	0.78	0.56	Services et travaux de réparation		39	
3.30	3.26	3.09	1.66	3.69	3.20	1.21	Tous autres rayons		40	
3.31	4.14	3.28	1.82	3.70	3.06	1.71	TOTAL, TOUS RAYONS		41	

TABLE II. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, Canada, 1980 and 1981

Department No.	1981							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	0.27	0.28	0.32	0.36	0.40	0.43	0.41	0.37
2 Women's and misses' coats and suits	0.34	0.35	0.41	0.38	0.24	0.18	0.15	0.25
3 Women's and misses' sportswear	0.32	0.31	0.38	0.38	0.38	0.41	0.38	0.40
4 Furs	0.22	0.12	0.08	0.03	0.05	0.03	0.07	0.11
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	0.28	0.28	0.32	0.34	0.27	0.30	0.26	0.29
6 Girls' and teenage girls' wear	0.30	0.32	0.39	0.36	0.30	0.34	0.27	0.42
7 Lingerie and women's sleepwear	0.29	0.28	0.30	0.31	0.32	0.34	0.36	0.29
8 Intimate apparel	0.27	0.23	0.32	0.34	0.31	0.33	0.31	0.29
9 Millinery	0.57	0.57	0.70	0.96	0.60	0.62	0.82	0.82
10 Women's and girls' hosiery	0.35	0.30	0.36	0.37	0.32	0.32	0.27	0.29
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	0.22	0.20	0.24	0.25	0.24	0.25	0.22	0.24
12 Women's, misses' and children's footwear	0.18	0.17	0.24	0.25	0.23	0.23	0.19	0.24
13 Men's clothing	0.18	0.17	0.21	0.21	0.19	0.23	0.18	0.18
14 Men's furnishings	0.21	0.17	0.21	0.21	0.20	0.31	0.23	0.20
15 Boys' clothing and furnishings	0.20	0.17	0.23	0.29	0.25	0.25	0.18	0.34
16 Men's and boys' linens	0.16	0.13	0.19	0.21	0.16	0.12	0.13	0.17
17 Food and kindred products	1.42	1.70	1.26	1.66	1.67	1.46	1.46	1.92
18 Toiletries, cosmetics and drugs	0.26	0.24	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27	0.27
19 Photographic equipment and supplies	0.22	0.18	0.22	0.23	0.22	0.29	0.28	0.27
20 Piece goods	0.15	0.15	0.18	0.17	0.16	0.15	0.12	0.15
21 Linens and domestics	0.28	0.16	0.18	0.20	0.19	0.21	0.25	0.22
22 Smallwares and notions	0.28	0.21	0.21	0.20	0.15	0.15	0.16	0.17
23 China and glassware	0.11	0.11	0.13	0.13	0.13	0.13	0.13	0.12
24 Floor coverings	0.21	0.22	0.25	0.24	0.22	0.21	0.20	0.18
25 Draperies, curtains and furniture coverings	0.18	0.16	0.21	0.22	0.22	0.24	0.25	0.20
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	0.21	0.15	0.17	0.17	0.15	0.15	0.18	0.16
27 Furniture	0.27	0.19	0.25	0.22	0.23	0.30	0.24	0.18
28 Major appliances	0.62	0.44	0.53	0.53	0.57	0.86	0.69	0.54
29 Television, radio and music	0.26	0.21	0.25	0.23	0.21	0.22	0.25	0.25
30 Housewares and small electrical appliances	0.22	0.22	0.19	0.22	0.22	0.23	0.23	0.23
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	0.21	0.19	0.19	0.23	0.25	0.24	0.20	0.17
32 Plumbing, heating and building materials	0.21	0.20	0.27	0.34	0.34	0.34	0.32	0.28
33 Jewellery	0.10	0.11	0.14	0.16	0.17	0.17	0.15	0.15
34 Toys and games	0.13	0.12	0.14	0.19	0.15	0.17	0.20	0.16
35 Sporting goods and luggage	0.21	0.15	0.19	0.20	0.21	0.25	0.23	0.19
36 Stationery, books and magazines	0.27	0.23	0.24	0.24	0.22	0.23	0.20	0.29
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	0.33	0.29	0.36	0.41	0.36	0.40	0.42	0.36
38 Meals and lunches	7.26	7.40	10.06	9.42	8.85	9.52	11.87	16.76
39 Repairs and services	1.24	10.97	1.36	1.21	1.09	1.24	1.15	0.99
40 All other departments	0.40	0.35	0.34	0.40	0.43	0.38	0.34	0.38
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	0.27	0.23	0.27	0.28	0.27	0.29	0.27	0.26

TABLEAU II. Rapports mensuels ventes-stocks, des grands magasins, par rayon, Canada, 1980 et 1981

1981							1980			Rayon	
September	October	November	December	October	November	December	September	Octobre	Novembre	Décembre	
0.41	0.31	0.32	0.46	0.37	0.36	0.54	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles				1
0.30	0.36	0.32	0.50	0.37	0.38	0.50	Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles				2
0.52	0.39	0.37	0.59	0.45	0.41	0.62	Vêtements sport pour dames et jeunes filles				3
0.13	0.15	0.17	0.30	0.13	0.22	0.30	Fourrures				4
0.34	0.31	0.30	0.50	0.35	0.33	0.51	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants				5
0.37	0.32	0.34	0.61	0.37	0.40	0.65	Vêtements de fillettes et d'adolescentes				6
0.35	0.30	0.35	0.79	0.32	0.40	0.91	Lingerie et vêtements de nuit pour dames				7
0.34	0.27	0.25	0.38	0.31	0.27	0.37	Sous-vêtements				8
1.24	1.20	1.13	1.22	1.54	1.48	1.63	Chapeaux				9
0.44	0.45	0.40	0.66	0.49	0.44	0.64	Bas pour dames et fillettes				10
0.38	0.32	0.35	0.73	0.32	0.37	0.72	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes				11
0.32	0.29	0.26	0.33	0.30	0.28	0.33	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants				12
0.23	0.22	0.24	0.38	0.23	0.26	0.39	Vêtements pour hommes				13
0.25	0.23	0.31	0.73	0.26	0.34	0.74	Articles d'habillement pour hommes				14
0.29	0.24	0.26	0.55	0.27	0.30	0.59	Vêtements et articles d'habillement pour garçons				15
0.23	0.20	0.19	0.29	0.14	0.23	0.35	Chaussures pour hommes et garçons				16
1.81	1.73	1.59	2.17	1.90	1.86	1.88	Produits alimentaires et boissons				17
0.79	0.25	0.24	0.56	0.28	0.26	0.59	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments				18
0.25	0.21	0.25	0.61	0.24	0.25	0.60	Appareils et fournitures photographiques				19
0.20	0.20	0.19	0.15	0.19	0.18	0.15	Tissus à la pièce				20
0.26	0.22	0.19	0.32	0.29	0.26	0.37	Literie et linge de maison				21
0.26	0.26	0.24	0.31	0.28	0.28	0.35	Menu articles				22
0.14	0.13	0.19	0.35	0.14	0.21	0.37	Porcelaine et verrerie				23
0.21	0.24	0.22	0.20	0.32	0.31	0.27	Revêtements de plancher				24
0.23	0.22	0.20	0.23	0.24	0.23	0.24	Tentures, rideaux et housses				25
0.18	0.17	0.22	0.41	0.18	0.23	0.44	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison				26
0.22	0.20	0.18	0.19	0.27	0.26	0.23	Meubles				27
0.59	0.55	0.44	0.52	0.75	0.63	0.63	Gros appareils ménagers				28
0.29	0.27	0.30	0.51	0.31	0.33	0.52	Télévision, radio et musique				29
0.22	0.23	0.26	0.52	0.23	0.28	0.56	Articles de ménage et petits appareils électriques				30
0.18	0.19	0.17	0.28	0.24	0.21	0.31	Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.				31
0.30	0.33	0.27	0.28	0.37	0.29	0.29	Matériel de plomberie, chauffage et construction				32
0.21	0.16	0.23	0.54	0.16	0.23	0.54	Bijouterie				33
0.13	0.18	0.38	0.92	0.17	0.35	0.95	Jouets et jeux				34
0.18	0.15	0.17	0.39	0.16	0.19	0.43	Articles de sport et valises				35
0.30	0.23	0.30	0.69	0.24	0.30	0.68	Papeterie, livres et revues				36
0.36	0.44	0.38	0.45	0.44	0.42	0.50	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures				37
10.46	15.42	15.93	22.61	10.83	10.74	12.22	Repas et casse-croûtes				38
9.21	1.34	1.52	1.87	1.07	1.20	1.51	Services et travaux de réparation				39
9.33	0.35	0.30	0.59	0.30	0.30	0.65	Tous autres rayons				40
11.29	0.27	0.29	0.49	0.30	0.32	0.52	TOTAL, TOUS RAYONS				41

TABLE 12. Department Stores' Month-end Accounts Receivable,(1) Unadjusted, Canada, 1979-1981

TABLEAU 12. Montants à recevoir(1), non ajustés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1979-1981

Month Mois	1979	1980	1981	Change from previous month	Change 1981/1980			
				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1981/1980			
thousands of dollars milliers de dollars								
per cent pourcentage								
January - Janvier	1,413,361	1,510,848	1,554,350	- 6.3	+ 2.9			
February - Février	1,348,771	1,453,884	1,488,706	- 4.2	+ 2.4			
March - Mars	1,330,019	1,388,475	1,476,287	- 0.8	+ 6.3			
April - Avril	1,326,082	1,397,066	1,483,717	+ 0.5	+ 6.2			
May - Mai	1,322,038	1,381,243	1,493,281	+ 0.6	+ 8.1			
June - Juin	1,307,473	1,359,373	1,501,535	+ 0.6	+ 10.5			
July - Juillet	1,290,028	1,341,270	1,523,351	+ 1.5	+ 13.6			
August - Août	1,303,580	1,346,822	1,512,048	- 0.7	+ 12.3			
September - Septembre	1,346,575	1,401,404	1,537,138	+ 1.7	+ 9.7			
October - Octobre	1,382,938	1,434,563	1,550,904	+ 0.9	+ 8.1			
November - Novembre	1,428,617	1,490,778	1,622,633	+ 4.6	+ 8.8			
December - Décembre	1,631,999	1,658,191	1,788,145	+ 10.2	+ 7.8			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

TABLE 13. Department Stores' Month-end Accounts Receivable,(1) Seasonally Adjusted, Canada, 1979-1981

TABLEAU 13. Montants à recevoir(1), désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1979-1981

Month Mois	1979	1980	1981	Change from previous month	Change 1981/1980			
				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1981/1980			
millions of dollars millions de dollars								
per cent pourcentage								
January - Janvier	1,333.5	1,420.3	1,460.9	+ 0.8	+ 2.9			
February - Février	1,334.0	1,438.8	1,473.5	+ 0.9	+ 2.4			
March - Mars	1,350.9	1,408.9	1,497.4	+ 1.6	+ 6.3			
April - Avril	1,352.1	1,424.7	1,513.4	+ 1.1	+ 6.2			
May - Mai	1,353.1	1,417.5	1,533.0	+ 1.3	+ 8.1			
June - Juin	1,363.2	1,420.8	1,569.5	+ 2.4	+ 10.5			
July - Juillet	1,366.9	1,425.6	1,619.4	+ 3.2	+ 13.6			
August - Août	1,379.0	1,430.0	1,605.8	- 0.8	+ 12.3			
September - Septembre	1,382.4	1,440.8	1,580.4	- 1.6	+ 9.7			
October - Octobre	1,387.0	1,442.6	1,559.5	- 1.3	+ 8.1			
November - Novembre	1,383.9	1,441.4	1,568.7	+ 0.6	+ 8.8			
December - Décembre	1,437.4	1,448.9	1,562.1	- 0.4	+ 7.8			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.

(1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

Department Store Sales and
Stocks MCD and Combined
Seasonal and Trading Day
Factors

Ventes et stocks des grands magasins
MDC et coefficients combinés de
corrections des variations saisonnières
et des jours commerciaux

TABLE 14. Department Store Sales, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1981 and 1982

No.	Department	1981						
		MCD	March	April	May	June	July	August
		MDC	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5	85.40	106.34	134.47	116.48	94.78	93.75
2	Women's and misses' coats and suits	5	107.78	102.44	56.21	40.39	48.20	106.23
3	Women's and misses' sportswear	3	85.21	95.37	113.15	97.96	97.70	97.57
4	Furs	12	58.90	29.43	18.63	14.62	54.11	106.21
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	5	86.89	96.08	95.79	84.52	87.97	106.88
6	Girls' and teenage girls' wear	4	90.84	96.53	93.94	88.18	80.15	137.96
7	Lingerie and women's sleepwear	3	71.81	82.62	99.29	89.84	86.39	75.35
8	Intimate apparel	4	89.97	105.44	110.05	109.94	102.49	96.72
9	Millinery	12	55.19	72.09	69.64	62.65	66.30	63.57
10	Women's and girls' hosiery	3	89.20	103.80	99.72	84.14	71.09	85.23
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4	73.88	85.78	93.01	81.75	70.29	75.82
12	Women's, misses' and children's footwear	6	86.11	106.71	107.00	92.45	74.72	97.57
13	Men's clothing	4	91.04	92.51	87.27	95.78	71.08	82.93
14	Men's furnishings	5	68.66	76.10	81.19	102.33	76.17	75.56
15	Boys' clothing and furnishings	6	83.33	92.81	87.61	81.31	77.57	141.69
16	Men's and boys' footwear	5	81.16	108.46	104.91	103.34	95.41	90.30
17	Food and kindred products	7	95.77	102.24	103.56	88.95	95.36	88.35
18	Toiletries, cosmetics and drugs	3	83.52	89.96	92.47	87.78	87.38	87.30
19	Photographic equipment and supplies	4	73.77	81.09	86.43	90.48	102.37	97.84
20	Piece goods	6	105.20	106.93	110.15	92.13	76.99	91.83
21	Linens and domestics	3	75.80	83.20	90.86	92.70	109.45	96.70
22	Smallwares and notions	4	91.56	93.68	81.40	77.17	84.19	84.48
23	China and glassware	4	69.62	77.21	88.99	79.65	84.19	83.56
24	Floor coverings	7	94.21	97.35	101.08	94.52	100.01	93.01
25	Draperies, curtains and furniture coverings	3	90.07	106.84	104.70	103.51	108.13	94.24
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	81.04	91.42	82.23	79.97	85.42	88.05
27	Furniture	4	89.20	92.83	104.49	98.98	117.43	100.92
28	Major appliances	4	88.23	86.50	104.98	99.14	122.75	103.67
29	Television, radio and music	4	82.17	77.75	74.88	70.60	85.30	90.87
30	Housewares and small electrical appliances	2	73.15	85.73	97.14	88.05	97.34	91.62
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	4	81.81	105.65	122.71	112.61	94.87	90.36
32	Plumbing, heating and building materials	7	84.97	107.05	128.25	123.85	115.27	87.86
33	Jewellery	3	68.95	79.53	88.48	84.67	75.89	77.57
34	Toys and games	4	48.62	65.66	61.96	58.86	65.46	59.60
35	Sporting goods and luggage	3	68.26	99.16	113.56	125.63	110.17	85.30
36	Stationery, books and magazines	4	73.87	78.73	81.82	80.72	76.78	105.42
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	5	86.62	105.80	101.89	100.17	100.89	89.41
38	Meals and lunches	3	92.48	94.22	95.52	95.46	97.99	101.31
39	Repairs and services	8	87.34	87.54	95.68	100.53	89.40	89.43
40	All other departments	4	85.35	105.92	142.93	114.11	95.92	92.03
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	2	82.61	91.67	98.21	92.45	90.16	93.02

TABLEAU 14. Ventes des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1981 et 1982

1981						1982	
September	October	November	December	January	February	Rayon	
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février		N°
102.52	97.92	102.40	139.32	57.82	65.14	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	1
132.35	161.38	147.79	152.85	74.99	68.47	Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	2
124.13	106.97	112.13	150.30	60.83	63.91	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
111.76	116.00	179.76	214.43	187.44	105.46	Fourrures	4
114.10	114.75	114.72	156.77	71.61	66.73	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
116.71	105.46	115.93	157.64	50.68	59.05	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
91.11	96.22	136.08	233.90	54.15	57.48	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
105.46	91.85	95.59	140.84	78.44	70.20	Sous-vêtements	8
91.95	147.42	198.84	229.08	82.21	55.27	Chapeaux	9
114.75	116.91	113.00	162.35	81.47	73.80	Bas pour dames et fillettes	10
104.46	105.57	146.62	243.92	58.63	57.11	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
126.16	124.67	131.21	133.12	61.17	54.32	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
110.45	116.40	138.02	186.14	63.60	59.16	Vêtements pour hommes	13
91.92	96.62	148.64	265.77	58.35	54.76	Articles d'habillement pour hommes	14
106.24	107.43	118.58	187.57	55.58	53.63	Vêtements et articles d'habillement pour hommes	15
113.89	113.45	118.66	157.92	81.78	59.70	Chaussures pour hommes en cuir	16
88.79	100.86	110.77	139.30	83.50	82.47	Produits alimentaires et boissons	17
88.07	97.37	112.24	215.94	76.52	75.13	Articles de toilette, cosmétiques et médicamenteux	18
98.79	88.57	110.22	237.98	72.02	59.62	Appareils et fournitures photographiques	19
114.61	119.24	112.77	95.36	85.37	84.65	Tissus à la pièce	20
111.86	103.09	107.23	160.10	104.42	62.21	Literie et linge de maison	21
114.39	115.23	116.34	149.34	107.37	83.06	Menus articles	22
94.95	85.52	136.87	271.68	67.28	58.40	Porcelaine et verrerie	23
109.52	124.43	120.28	97.68	84.69	79.68	Revêtements de plancher	24
106.12	111.99	107.93	117.26	77.57	68.71	Tentures, rideaux et housses	25
97.53	102.44	133.57	213.51	73.68	68.75	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'aménagement pour la maison	26
107.55	104.21	100.05	97.13	107.91	75.09	Heubles	27
112.68	106.21	99.14	106.75	99.04	69.04	Gros appareils ménagers	28
113.10	107.34	128.39	210.15	88.76	69.30	Télévision, radio et musique	29
92.56	94.21	118.49	220.17	68.04	70.15	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
96.08	112.58	103.93	141.22	68.63	65.87	Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.	31
110.61	110.11	92.10	95.74	75.01	68.81	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
91.89	84.95	136.87	308.48	47.27	53.48	Bijouterie	33
59.50	104.50	223.41	373.27	34.34	37.22	Jouets et jeux	34
80.60	85.16	107.26	190.16	72.91	56.64	Articles de sport et valises	35
100.36	89.97	127.76	229.43	75.58	68.99	Papeterie, livres et revues	36
91.97	120.62	122.28	137.15	74.18	68.19	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
98.71	104.36	109.67	144.38	85.47	79.65	Repas et casse-croûtes	38
29.77	117.24	131.45	134.39	86.04	76.98	Services et travaux de réparation	39
90.23	95.32	91.39	152.20	70.84	67.26	Tous autres rayons	40
102.37	105.23	119.88	178.92	74.67	67.00	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 15. Department Store Stocks, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1981 and 1982

No.	Department	1981							
		MCD	March	April	May	June	July	August	
		MDC	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	4	105.67	119.88	111.18	84.22	92.36	91.01	
2	Women's and misses' coats and suits	4	88.63	78.71	69.99	70.14	126.50	134.18	
3	Women's and misses' sportswear	3	101.51	118.35	115.04	93.49	103.66	101.26	
4	Furs	5	73.92	81.04	81.87	80.06	98.91	118.95	
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	4	90.72	107.22	104.27	90.31	122.76	107.32	
6	Girls' and teenage girls' wear	3	94.64	111.70	108.47	91.62	121.60	109.78	
7	Lingerie and women's sleepwear	4	96.07	109.53	110.46	89.88	95.88	99.68	
8	Intimate apparel	3	94.15	100.88	106.65	90.45	95.94	100.78	
9	Millinery	
10	Women's and girls' hosiery	4	96.69	105.64	109.25	92.46	105.06	112.53	
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4	90.75	107.77	102.94	85.62	93.72	98.34	
12	Women's, misses' and children's footwear	3	99.85	111.13	107.35	93.94	108.74	111.14	
13	Men's clothing	3	92.23	101.85	100.45	83.47	98.69	116.57	
14	Men's furnishings	4	91.33	106.75	109.49	88.35	101.05	102.73	
15	Boys' clothing and furnishings	4	85.91	102.67	97.48	88.94	122.71	100.11	
16	Men's and boys' footwear	4	99.53	109.38	110.15	91.93	100.18	106.31	
17	Food and kindred products	
18	Toiletries, cosmetics and drugs	3	91.03	104.12	106.22	94.47	96.11	98.05	
19	Photographic equipment and supplies	4	87.84	101.86	106.37	87.36	96.44	88.68	
20	Piece goods	4	104.64	106.84	108.89	97.06	99.44	104.85	
21	Linens and domestics	3	96.70	111.85	114.07	103.83	96.97	93.97	
22	Smallwares and notions	4	91.95	106.42	117.54	106.84	109.97	102.79	
23	China and glassware	3	91.61	100.98	104.64	93.76	99.52	100.59	
24	Floor coverings	4	95.02	101.66	105.56	101.14	99.12	102.58	
25	Draperies, curtains and furniture coverings	3	98.86	105.29	109.96	97.91	99.65	97.58	
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	99.82	103.32	110.24	99.39	103.24	102.67	
27	Furniture	2	99.35	111.68	111.26	101.67	100.28	91.62	
28	Major appliances	4	102.31	108.81	107.21	96.22	95.03	84.30	
29	Television, radio and music	3	98.51	109.63	106.12	96.61	95.26	93.79	
30	Housewares and small electrical appliances	3	97.58	111.39	110.28	98.74	98.66	98.46	
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	
32	Plumbing, heating and building materials	
33	Jewellery	3	96.76	106.19	108.01	94.31	95.35	98.50	
34	Toys and games	4	83.86	94.43	93.17	80.28	85.31	106.12	
35	Sporting goods and luggage	3	97.01	111.49	117.25	95.09	98.05	96.48	
36	Stationery, books and magazines	4	87.80	97.50	108.33	95.95	104.41	106.78	
37	Gasolines, oil, auto accessories, repairs and supplies	
38	Meals and lunches	
39	Repairs and services	
40	All other departments	
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	2	95.75	106.31	107.68	93.48	101.55	100.17	

TABLÉAU 15. Stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1981 et 1982

1982						Rayon
September	October	November	December	January	February	
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février	N°
84.91	113.21	114.83	90.55	90.35	100.88	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles
133.68	144.11	116.83	74.12	75.53	87.43	Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles
87.86	109.81	115.07	77.26	82.69	92.90	Vêtements sport pour dames et jeunes filles
118.61	134.21	127.72	104.86	98.25	85.89	Fourrures
96.82	115.53	108.15	86.88	84.01	85.97	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants
98.15	116.01	114.30	70.34	75.39	90.00	Vêtements de fillettes et d'adolescentes
95.33	131.78	133.50	75.77	76.23	83.40	Lingerie et vêtements de nuit pour dames
86.21	107.95	117.33	100.45	102.08	96.59	Sous-vêtements
...	Chapeaux
98.87	107.23	106.29	85.09	91.15	89.27	Bas pour dames et fillettes
93.15	131.00	137.97	83.24	85.25	89.06	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes
96.45	108.10	98.29	87.84	85.79	90.38	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants
100.82	124.92	118.18	90.35	78.97	91.54	Vêtements pour hommes
98.97	132.06	121.97	75.11	85.05	86.90	Articles d'habillement pour hommes
98.86	128.11	121.97	79.70	85.95	95.87	Vêtements et articles d'habillement pour hommes
99.33	123.87	109.93	85.86	80.99	85.07	Chaussures pour hommes et garçons
...	Produits alimentaires et confectionnés
88.72	125.51	135.24	87.15	98.23	84.69	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments
85.26	136.75	129.79	93.38	98.43	87.70	Appareils et fournitures photographiques
91.99	103.97	98.35	95.23	91.78	96.98	Tissus à la pièce
82.04	104.63	106.84	98.25	91.31	97.88	Literie et linge de maison
89.61	100.08	96.50	99.89	89.42	88.10	Menus articles
91.05	113.66	117.70	106.36	90.18	88.36	Porcelaine et verrerie
86.10	101.66	94.58	110.36	103.08	97.67	Revêtements de plancher
87.04	103.54	101.03	102.40	95.55	100.29	Tentures, rideaux et housses
92.62	116.26	113.05	82.01	85.97	91.00	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison
81.90	98.65	98.58	111.80	93.80	96.92	Meubles
78.02	99.13	105.40	113.60	102.30	105.72	Gros appareils ménagers
85.63	108.91	117.35	104.55	92.83	90.23	Télévision, radio et musique
90.51	111.03	114.84	85.76	89.00	92.59	Articles de ménage et petits appareils électriques
...	Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.
...	Matériel de plomberie, chauffage et construction
88.10	117.12	125.69	89.53	87.81	91.56	Bijouterie
129.84	178.79	133.45	53.75	83.99	76.98	Jouets et jeux
100.39	127.06	114.28	85.47	74.40	81.77	Articles de sport et valises
99.25	126.38	122.22	78.49	88.12	84.76	Papeterie, livres et revues
...	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures
...	Repas et caisse-croûtes
...	Services et travaux de réparation
90.45	117.89	113.86	89.58	89.21	90.11	Tous autres rayons
						TOTAL, TOUS RAYONS

LIST OF DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - LISTE DES ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS

Ayre's Ltd., Water St., St. John's, Newfoundland

Bowring Bros. Ltd., 281 Water St., St. John's, Newfoundland

Caplan, C., Ltd., 135 Rideau St., Ottawa, Ontario

Eaton, T., Co. Canada Ltd., 190 Yonge St., Toronto, Ontario

Goudies Ltd., 22 King St. W., Kitchener, Ontario

Holman, R.T., Ltd., Water St., Summerside, Prince Edward Island

Hougens Ltd., 305 Main St., Whitehorse, Yukon

Hubert, Magasin J.O., Ltée, 163-165 rue Principale, Maniwaki, Québec

Hudson's Bay Co., 2 Bloor St. E., Toronto, Ontario

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario

Lloydminster & District Agricultural Co-op Association Ltd., Lloydminster, Saskatchewan

Ogilvy, Charles, Ltd., 126 Rideau St., Ottawa, Ontario

Ogilvy's, Jas. A., Ltd., St. Catherine St. W., Montréal, Québec

Right House, The, Co. Ltd., 35-41 King St. E., Hamilton, Ontario

Robinson, The G.W., Co. Ltd., 18 James St., Hamilton, Ontario

Sentry Dep't. Stores Ltd., 110 Adelaide East, Toronto, Ontario

Simpson, The Robert, Co. Ltd., 176 Yonge St., Toronto, Ontario

Simpson Sears Ltd., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario

Smith's & Chapple Ltd., 24 Birch St., Chapleau, Ontario

Steinberg Inc., Department Store Division, Montréal, Québec

Towers Department Stores Ltd., 110 Orfus Rd., Toronto, Ontario

Woodward Stores (Alta.) Ltd., Edmonton, Alberta

Woodward Stores (B.C.) Ltd., Vancouver, British Columbia

Woolco Department Stores, c/o F.W. Woolworth Co. Ltd., Weston, Ontario

Zeller's Ltd., 5250 Decarie Blvd., Montréal, Québec

932081

STATISTICS CANADA LIBRARY
BIBLIOTHÈQUE STATISTIQUE CANADA



1010737209

Canada