

Department store sales and stocks

November 1982

Ventes et stocks des grands magasins

Novembre 1982



Data in Many Forms...

Statistics Canada disseminates data in a variety of forms. In addition to publications, both standard and special tabulations are offered on computer print-outs, microfiche and microfilm, and magnetic tapes. Maps and other geographic reference materials are available for some types of data. Direct access to aggregated information is possible through CANSIM, Statistics Canada's machine-readable data base and retrieval system.

How to Obtain More Information

Inquiries about this publication and related statistics or services should be directed to:

Retail Trade Section,
Merchandising and Services Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V4 (Telephone: 996-9304) or to the Statistics Canada reference centre in:

St. John's (772-4073)	Winnipeg (949-4020)
Halifax (426-5331)	Regina (359-5405)
Montréal (283-5725)	Edmonton (420-3027)
Ottawa (992-4734)	Vancouver (666-3691)
Toronto (966-6586)	

Toll-free access is provided in all provinces and territories, for users who reside outside the local dialing area of any of the regional reference centres.

Newfoundland and Labrador	Zenith 0-7037
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
British Columbia (South and Central)	112-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by Northwestel Inc.)	Zenith 0-8913
Northwest Territories (area served by Northwestel Inc.)	Zenith 2-2015

How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales and Services, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0V7.

Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous formes diverses. Outre les publications, des totalisations habituelles et spéciales sont offertes sur imprimés d'ordinateur, sur microfiches et microfilms et sur bandes magnétiques. Des cartes et d'autres documents de référence géographique sont disponibles pour certaines sortes de données. L'accès direct à des données agrégées est possible par le truchement de CANSIM, la base de données ordiolinguage et le système d'extraction de Statistique Canada.

Comment obtenir d'autres renseignements

Toutes demandes de renseignements au sujet de cette publication ou de statistiques et services connexes doivent être adressées à:

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

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0V4 (téléphone: 996-9304) ou au centre de consultation de Statistique Canada à:

St. John's (772-4073)	Winnipeg (949-4020)
Halifax (426-5331)	Regina (359-5405)
Montréal (283-5725)	Edmonton (420-3027)
Ottawa (992-4734)	Vancouver (666-3691)
Toronto (966-6586)	

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres régionaux de consultation.

Terre-Neuve et Labrador	Zénith 0-7037
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
Colombie-Britannique (sud et centrale)	112-800-663-1551
Yukon et nord de la C.-B. (territoire desservi par la Northwestel Inc.)	Zénith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la Northwestel Inc.)	Zénith 2-2015

Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes et de la distribution des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0V7.

Statistics Canada
Merchandising and Services Division
Retail Trade Section

Department store sales and stocks

November 1982

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

Ventes et stocks des grands magasins

Novembre 1982

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 1983

February 1983
5-3406-503

Price: Canada, \$3.15, \$31.50 a year
Other Countries, \$3.80, \$37.80 a year

Catalogue 63-002, Vol. 47, No. 11

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 1983

Février 1983
5-3406-503

Prix: Canada, \$3.15, \$31.50 par année
Autres pays, \$3.80, \$37.80 par année

Catalogue 63-002, vol. 47, n° 11

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.
- † revised figures.
- x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

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.

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.
- † nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

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

NOTE AU SUJET DE CANSIM

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 CONTENTSTABLE DES MATIÈRES

	Page
Introduction	vii
Definitions	viii
Methodology	ix
Data Reliability	x
Non-sampling Errors	x
Non-sampling Error Measures	xi
Seasonal Adjustment	xiii
Explanatory Notes	xiv
 Charts	
1. Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982	xvii
2. Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982	xvii
3. Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1980-1982	xviii
4. Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1980-1982	xix
5. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1980-1982	xix
6. Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization	xx
 Highlights	xxi
 Table	
1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1981 and 1982	2

	Page
Introduction	vii
Définitions	viii
Méthodologie	ix
Fiabilité des données	x
Erreurs non liées à l'échantillonnage	x
Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage	xi
Désaisonnalisation	xiii
Notes explicatives	xiv
 Graphiques	
1. Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1980-1982	xvii
2. Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1980-1982	xvii
3. Ventes des grands magasins et commerce de détail Total, par mois, Canada, 1980-1982	xviii
4. Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1980-1982	xix
5. Montant à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982	xix
6. Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisation	xx
 Points saillants	xxi
 Tableau	
1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	2

TABLE OF CONTENTS - Continued

	Page
Table	
2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982	4
3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1981 and 1982	6
4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	6
5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1981 and 1982	8
6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	8
7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1981 and 1982	10
8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	10
9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1981 and 1982	12
10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	12
11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1981 and 1982	14
12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	14
13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1981 and 1982	16
14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	16
15. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1981 and 1982	18
16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1981 and 1982	19
17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	19

TABLES DES MATIÈRES - suite

	Page
Tableau	
2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1981 et 1982	4
3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1981 et 1982	6
4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	6
5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1981 et 1982	8
6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	8
7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1981 et 1982	10
8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	10
9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1981 et 1982	12
10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	12
11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1981 et 1982	14
12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	14
13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1981 et 1982	16
14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	16
15. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	18
16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1981 et 1982	19
17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	19

TABLE OF CONTENTS - *Continued*TABLES DES MATIÈRES - *suite*

	Page		Page
Table		Tableau	
18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1981 and 1982	20	18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1981 et 1982	20
19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	20	19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	20
20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1981 and 1982	21	20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1981 et 1982	21
21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	21	21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	21
22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1981 and 1982	22	22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1981 et 1982	22
23. Department Store Monthly Sales as a Percentage of Total Retail Trade, by Province, 1981 and 1982	23	23. Proportions procentuelles mensuelles des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province, 1981 et 1982	23
24. Department Store Monthly Stocks, by Department, Canada, 1981 and 1982	24	24. Stocks mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	24
25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982	26	25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1981 et 1982	26
26. Department Store Monthly Stock-Sales Ratios, by Department, Canada, 1981 and 1982	28	26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	28
27. Department Store Monthly Sales-Stock Ratios, by Department, 1981 and 1982	30	27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	30
28. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted, Canada, 1980-1982	32	28. Montants à recevoir, non désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982	32
29. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982	32	29. Montants à recevoir, désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982	32
30. Department Store Sales, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1982 and 1983	34	30. Ventes des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1982 et 1983	34
31. Department Store Stocks, MCD and Seasonal Factors, 1982 and 1983	36	31. Stocks des grands magasins, MDC et coefficients de corrections des variations saisonnières, 1982 et 1983	36
List of Department Store Organizations	38	Liste des organisations de grands magasins	38
Selected Publications	39	Choix de publications	39

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 is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located for the purpose of this publication. 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 "points de vente", 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 sociétés 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: toilettries, 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 tailleurs pour dames et jeunes filles; vêtements de sport pour dames et jeunes filles; fourrures; vêtements de bébés et d'enfants; vêtements de fillettes et d'adolescentes; lingerie et vêtements de nuit pour dames; sous-vêtements; chapeaux; bas pour dames et fillettes; gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes; chaussures pour dames, jeunes filles et enfants; vêtements pour hommes; articles d'habillement pour hommes; vêtements et articles d'habillement pour garçons; chaussures pour hommes et garçons. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins six 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 are defined as the total sales of new and used 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 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 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.

Junior Department Stores are defined as retailing entities which sell the same wide range of goods (see department store definition) that are sold in the more traditional (major) department stores and are popularly described as discount operations.

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 required breakdown of sales. The percentage

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.

Les **ventes et recettes nettes totales** sont définies comme le total des ventes de marchandises neuves et usagées 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.

Les **stocks** englobent la valeur marchande des stocks détenus à la fin du mois ou de la période financière la plus rapprochée.

Par **comptes à recevoir** on entend les 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.

Les **grands magasins populaires** sont définis comme étant des points de ventes au détail qui offre la même vaste gamme d'articles (voir la définition d'un grand magasin) que les grands magasins traditionnels et qui sont généralement considérés comme des magasins à prix réduits.

Méthodologie

Le **chiffre des ventes mensuelles**, publié pour le Canada, les provinces et les régions métropolitaines, est établi en fonction de l'univers des sociétés 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 ventes. La répartition en pourcentage des ventes

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-sales 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 panel 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 can result 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.

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

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'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.

Les unités utilisées pour calculer le taux de réponse de l'enquête sur les ventes et les stocks des grands magasins est fondée sur (1) les unités d'enquête - soit les 10 provinces, les deux territoires et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente et (2) les unités organisationnelles - les sociétés des grands magasins elles-mêmes. Par exemple, une société de grands magasins qui produit une déclaration pour 20 magasins en Ontario est considérée comme une unité d'en-

unit and one organizational unit while a firm 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 sales, stocks and accounts receivable.

Text Table I gives the 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.

quête et une unité organisationnelle alors qu'une firme dont la déclaration porte sur cinq magasins à Vancouver, 10 en Colombie-Britannique (sauf Vancouver) et deux au Yukon représente trois unités d'enquête mais seulement une unité organisationnelle.

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 organisationnelles dont 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, 1982
November

TABLEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1982
Novembre

	Response rate		Response fraction
	Taux de réponse		Fraction de réponse
	Survey units	Organizational units	
	Unités d'enquête	Unités organisationnelles	
	per cent - pourcentage		
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	100.0	100.0	100.0
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	56.0	88.5
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	40.0	66.6
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	93.3	99.9

Seasonal Adjustment

Time series contain the elements essential to the description, explanation and forecasting of the behaviour of an economic phenomenon: "They are statistical records of the evolution of economic processes through time."(1) In using time series to observe economic activity, economists and statisticians have identified four characteristic behavioural components: the long-term movement or trend, the cycle, the seasonal (variations) and the irregular (fluctuations). These movements are caused by various economic, natural or institutional factors. The seasonal variations occur periodically on a more or less regular basis over the course of the year as a result of seasonal changes in weather, statutory holidays and other events which occur at fairly regular intervals and thus have a major impact on the rate of economic activity.

In the interest of accurately interpreting the fundamental evolution of an economic phenomenon and producing forecasts of superior quality, Statistics Canada uses the X-11-ARIMA seasonal adjustment method(2) to seasonally adjust its time series. This method minimizes the impact of seasonal variations on the series and essentially consists of adding one year of raw data onto each end of the original series before it is seasonally adjusted per se. The estimated data are derived from forecasts and backcasts using ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average) models of the Box-Jenkins type.

The X-11 part of the X-11-ARIMA program uses primarily the ratio-to-moving average method to smooth the modified series and obtain a preliminary estimate of the trend-cycle, to calculate the ratios of the original series (fitted) to the estimates of the trend-cycle and to estimate the seasonal factors from these ratios. The final seasonal factors are produced only after these operations have been repeated several times.(3)

While seasonal adjustment permits a better understanding of the underlying trend-cycle of a series, the seasonally-adjusted series still contains an irregular component. Slight month-to-month variations in the seasonally adjusted series may be simple irregular movements; to get a better

(1) "A Note on the Seasonal Adjustment of Economic Time Series," **Canada Statistical Review**, August 1974.

(2) For further information see the **X-11-ARIMA Seasonal Adjustment Method**, by Estella Bee Dagum, Statistics Canada, Catalogue 12-564E, Occasional.

(3) See next page.

Désaisonnalisation

Les séries temporelles ou chronologiques comportent les éléments essentiels à la description, l'explication et la prévision du comportement d'un phénomène économique. "Ce sont des dossiers statistiques de l'évolution des processus économiques dans le temps"(1). L'observation par les économistes et les statisticiens de l'activité économique à l'aide des séries temporelles a donc permis de distinguer quatre composantes principales du comportement des séries temporelles; la tendance à long terme ou trend, le mouvement cyclique, les variations saisonnières et les fluctuations irrégulières ou accidentelles. Ces mouvements sont causés par différents facteurs, soit économiques, naturels ou institutionnels. Les variations saisonnières sont les fluctuations périodiques plus ou moins régulières qui se produisent au cours d'une année en raison du cycle météorologique normal, des congés fixes et d'autres événements qui se répètent à intervalles avec une certaine régularité pour influencer de façon significative le taux d'activité.

Afin de favoriser l'interprétation exacte de l'évolution fondamentale d'un phénomène économique et une meilleure prédiction, Statistique Canada rajuste les séries temporelles au moyen de la méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI(2) afin de justement minimiser l'impact des variations saisonnières sur les séries. Cette technique consiste essentiellement à ajouter une année de données brutes à chacune des deux extrémités de la série initiale avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Les données estimatives proviennent d'extrapolation prospective et retrospective réalisées par des modèles ARMMI (modèles autorégressifs à moyennes mobiles intégrées) du type Box-Jenkins.

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 modifiée 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 permette 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

(1) La désaisonnalisation des séries temporelles économiques: quelques remarques; tiré à part de la **Revue statistique du Canada**, Août 1974.

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

(3) Voir page suivante.

idea of the underlying trend, then, users must examine several months of seasonally adjusted series.

To assist the user, the Months of Cyclical Dominance number, MCD, is provided.⁽³⁾ 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 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.

Constant Dollar Estimate

To obtain constant dollar estimates of total department store sales (Text Table II), estimates of sales by department group are deflated using department group implicit price indices supplied by the Industry Product Division of Statistics Canada. These deflated department group estimates are then totalled to give an estimate of total department store sales in constant dollars. The published price index is an implicit index calculated by dividing the total current dollar sales estimate by the total constant dollar sales estimate.

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.

⁽³⁾ See Tables 30 and 31.

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.⁽³⁾ Il s'agit du plus petit nombre de mois pour lesquels un certain rapport devient et reste inférieure à l'unité; autrement dit, c'est la période pendant laquelle le taux de variation moyen absolu de la tendance-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 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.

Estimations en dollars constants

Afin d'obtenir la valeur estimative de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants (tableau explicatif II), les estimations des ventes relatives aux principaux groupes de départements sont dégonflées au moyen des indices implicites de prix appropriés fournis par la Division du produit industriel de Statistique Canada. Les estimations de ces groupes de rayons ainsi dégonflées sont par la suite totalisées pour produire l'estimation de l'ensemble des ventes des grands magasins en dollars constants. L'indice des prix qui est publié est un indice implicite obtenu en divisant le chiffre estimatif des ventes totales en dollars courants par l'estimation correspondante en dollars constants.

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.

⁽³⁾ Voir les tableaux 30 et 31.

TEXT TABLE II. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1980-1982

TABLEAU EXPLICATIF II. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1980-1982

Period	Price index	Current dollars unadjusted	Year/year per cent change	Constant 1971 dollars unadjusted	Year/year per cent change
Période	Indice des prix	Dollars courants non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1971 non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année
		'000	%	'000	%
1980:					
January - Janvier	168.3	562,328	+ 16.2	334,122	+ 6.3
February - Février	172.4	521,533	+ 15.9	302,513	+ 5.6
March - Mars	174.0	618,539	+ 1.1	355,482	- 8.4
April - Avril	176.3	684,365	+ 12.5	388,182	+ 1.9
May - Mai	178.7	767,974	+ 11.9	429,756	+ 0.9
June - Juin	179.2	692,120	+ 2.0	386,228	- 7.9
July - Juillet	178.1	709,231	+ 14.1	398,221	+ 3.2
August - Août	180.0	731,863	+ 3.7	406,591	- 6.3
September - Septembre	181.0	805,650	+ 11.4	445,110	+ 1.1
October - Octobre	181.9	824,123	+ 11.2	453,064	+ 1.5
November - Novembre	184.3	990,566	+ 7.6	537,475	- 2.0
December - Décembre	184.1	1,458,479	+ 12.1	792,221	+ 2.3
Year - Année	179.1	2,366,771	+ 9.8	5,228,965	- 0.9
1981:					
January - Janvier	185.2	643,821	+ 14.5	347,636	+ 4.0
February - Février	189.3	568,767	+ 9.1	300,458	- 0.7
March - Mars	190.0	688,718	+ 11.3	362,483	+ 2.0
April - Avril	192.1	793,595	+ 16.0	413,116	+ 6.4
May - Mai	193.5	822,881	+ 7.1	425,261	- 1.0
June - Juin	193.3	835,934	+ 20.8	432,454	+ 12.0
July - Juillet	193.2	757,743	+ 6.8	392,207	- 1.5
August - Août	195.2	786,492	+ 7.5	402,915	- 0.9
September - Septembre	195.7	848,390	+ 5.3	433,516	- 2.6
October - Octobre	198.1	892,549	+ 8.3	450,555	- 0.6
November - Novembre	199.0	1,036,498	+ 4.6	520,853	- 3.1
December - Décembre	198.1	1,542,685	+ 5.8	778,741	- 1.7
Year - Année	194.3	10,218,073	+ 9.1	5,260,195	+ 0.6
1982:					
January - Janvier	198.6	600,079	- 6.8	302,155	- 13.1
February - Février	204.8	577,906	+ 1.6	282,181	- 6.1
March - Mars	204.1	694,447	+ 0.8	340,248	- 6.1
April - Avril	206.4	791,728	- 0.2	383,589	- 7.1
May - Mai	208.5	811,119	- 1.4	389,025	- 8.5
June - Juin	207.4	790,742	- 5.4	381,264	- 11.8
July - Juillet	205.7	763,975	+ 0.8	371,402	- 5.3
August - Août	206.8	775,460	- 1.4	374,981	- 6.9
September - Septembre	205.2	859,926	+ 1.4	419,035	- 3.3
October - Octobre	208.0	859,089	- 3.7	413,020	- 8.3
November - Novembre	208.8	1,073,558	+ 3.6	514,156	- 1.3
December - Décembre					
Year - Année					

The stock-sales ratios(4) 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(5) 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 are census metropolitan areas.

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.

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

(4) See Table 26.

(5) See Table 27.

On obtient les ratios stocks-ventes(4) 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(5) 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 correspondent aux régions métropolitaines du recensement.

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.

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

(4) Voir tableau 26.

(5) Voir tableau 27.

TEXT TABLE III. Number of Shopping Days, by Month, 1981 and 1982

TABLEAU EXPLICATIF III. Nombre de jours commerciaux, par mois, 1981 et 1982

	1982		1981	
	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	25	5	26	5
February - Février	24	4	24	4
March - Mars	27	4	26	5
April - Avril	25	4	25	4
May - Mai	26	5	26	5
June - Juin	26	4	26	4
July - Juillet	26	5	26	4
August - Août	26	4	25	5
September - Septembre	25	4	25	4
October - Octobre	25	5	26	5
November - Novembre	26	4	25	4
December - Décembre	26	3	26	4

Chart — 1

Graphique — 1

Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982

Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1980-1982

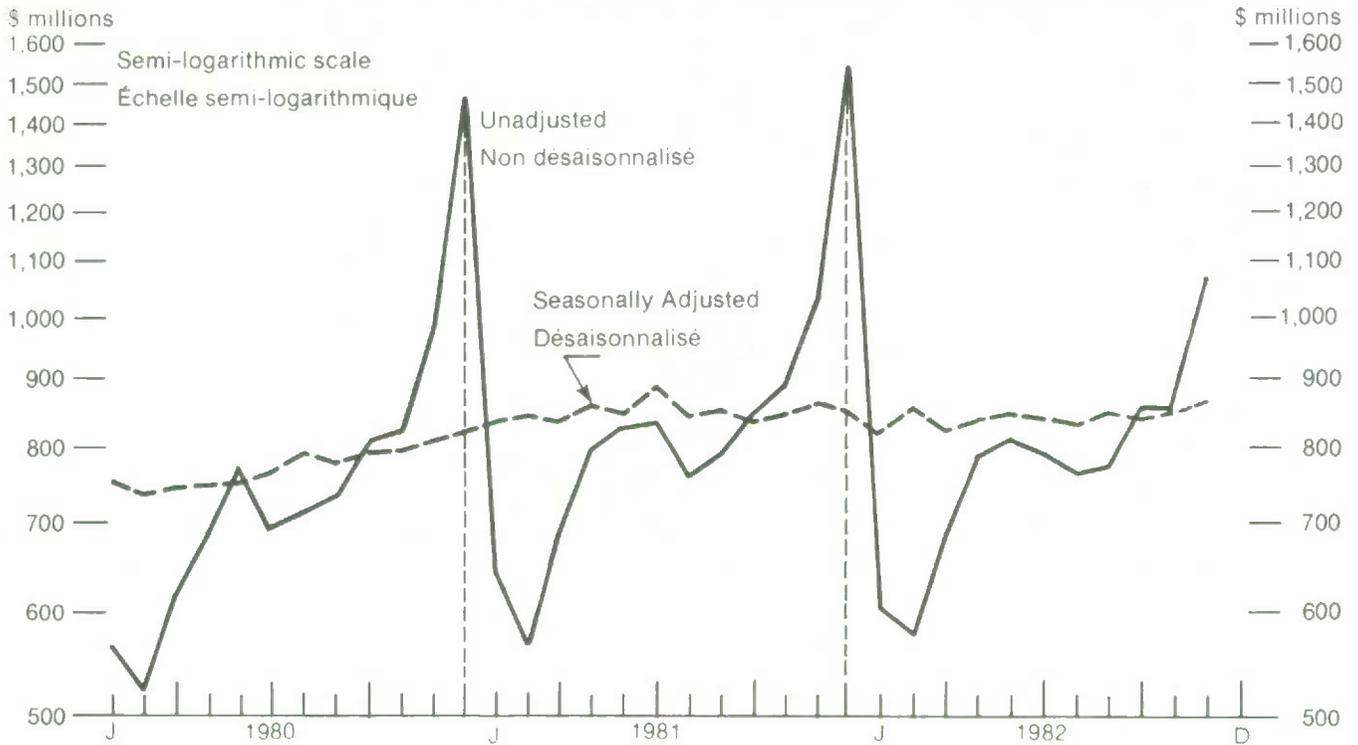
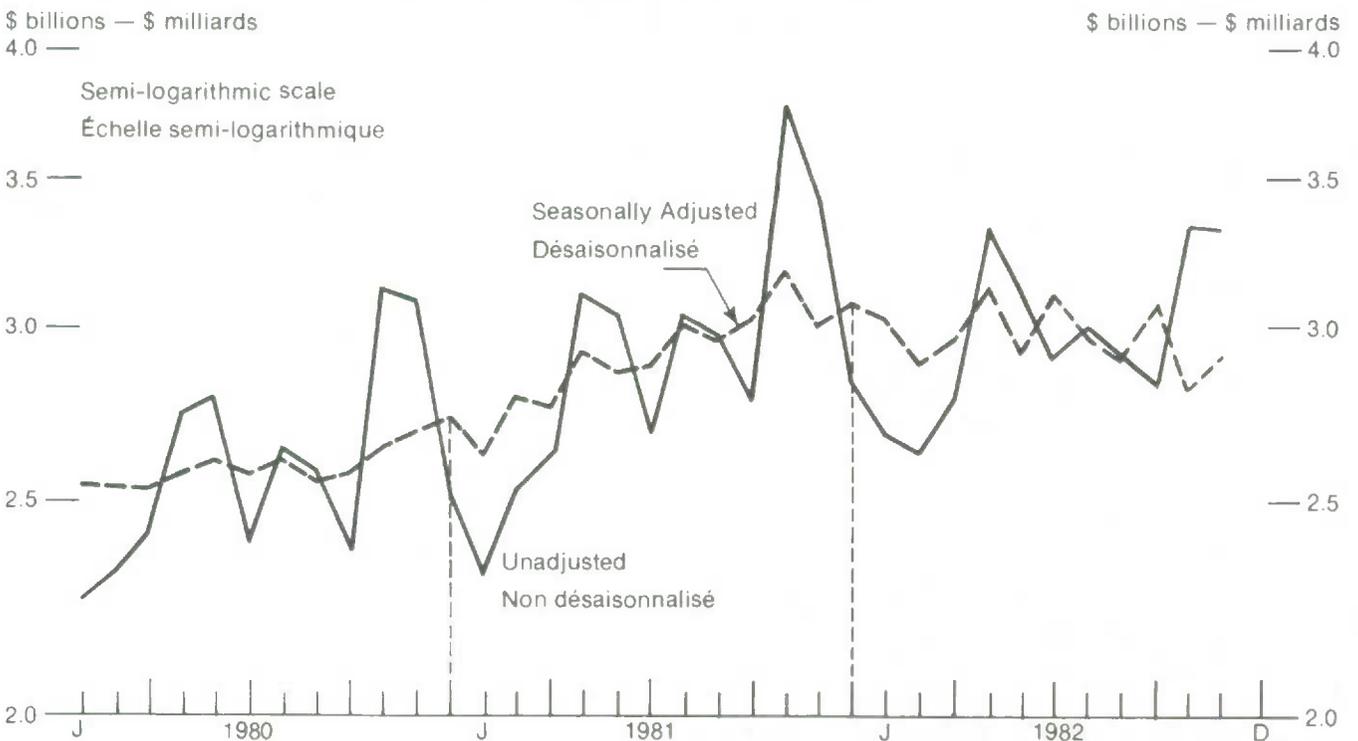


Chart — 2

Graphique — 2

Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982

Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1980-1982



Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1980-1982

Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1980-1982

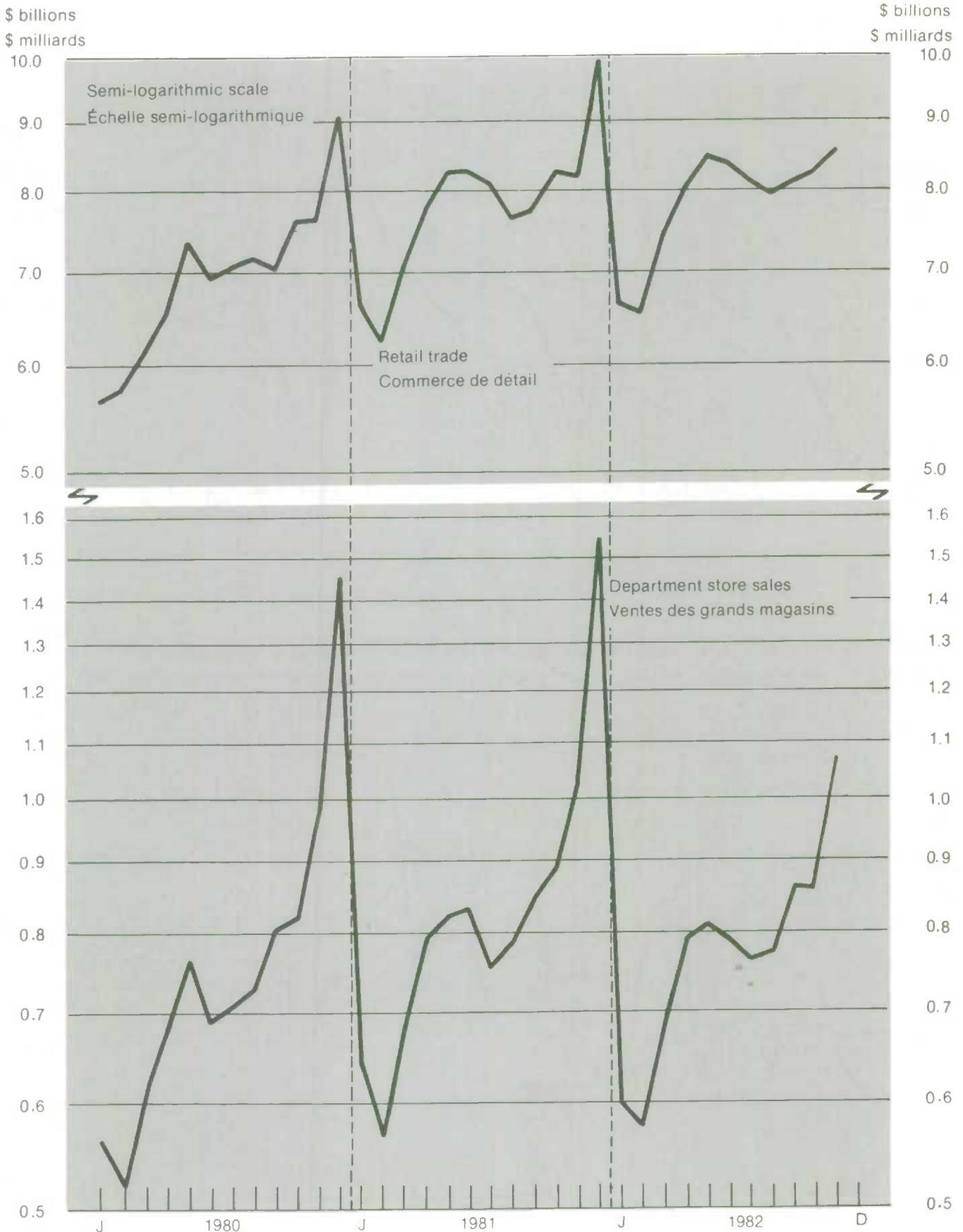


Chart — 4

Graphique — 4

Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1980-1982

Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1980-1982

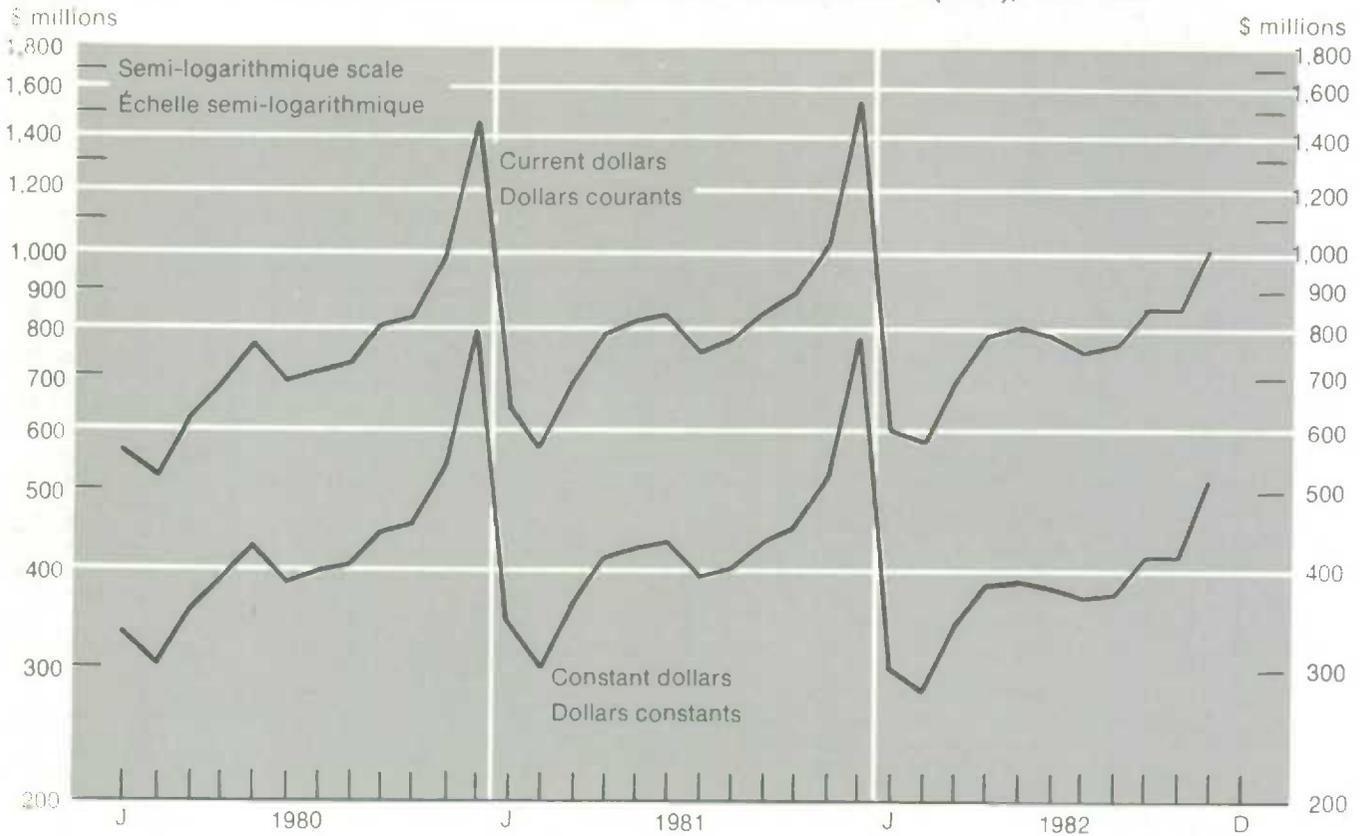
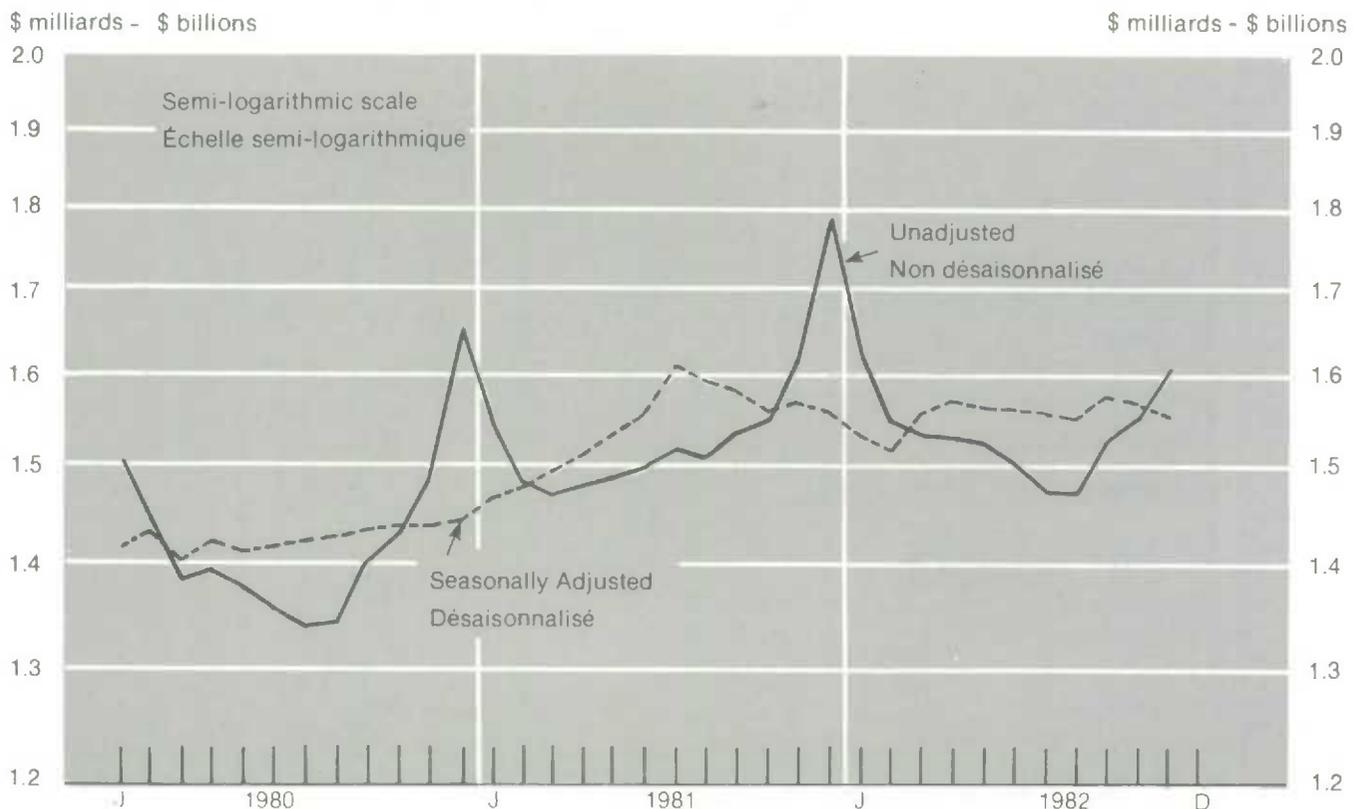


Chart — 5

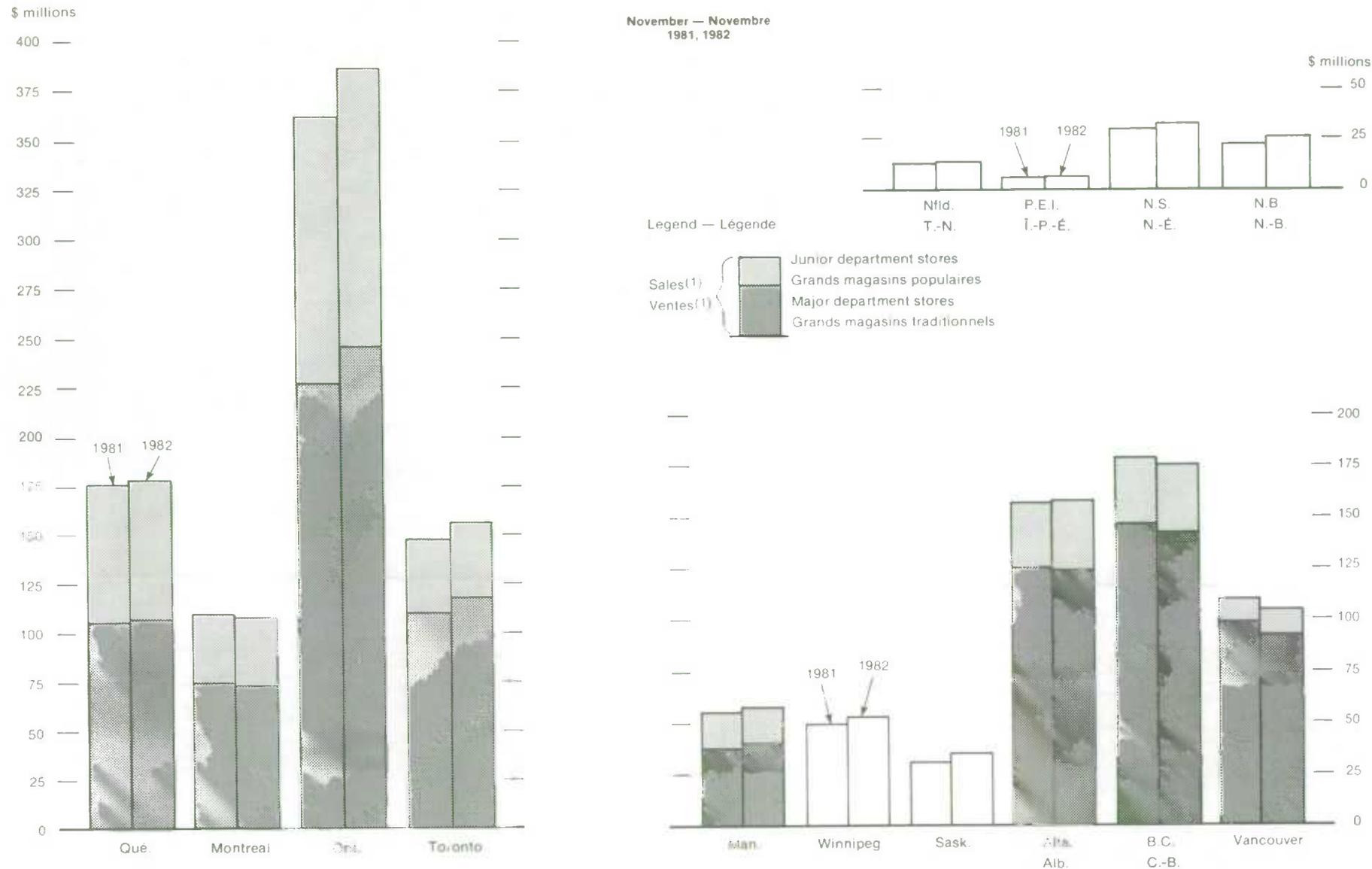
Graphique — 5

Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1980-1982

Montant à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982



Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization
Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisations



(1) For reasons of confidentiality, the split between the two groups (Major—Junior) is not shown for some regions.

(1) Pour des raisons de confidentialité, nous ne montrons pas pour certaines régions la subdivision en deux groupes (Traditionnels—Populaires).

HIGHLIGHTS

Seasonally adjusted sales of department stores in November, 1982, registered \$866.7 million, a small increase of 2.2% over October, 1982 sales. The largest decreases were reported in housewares and small electrical appliances (- 11.5%), jewellery (- 9.7%), and china and glassware (- 9.1%) while major sales increases were recorded in men's and boys' footwear (+ 21.7%), women's and misses' coats and suits (+ 19.2%) and plumbing, heating and building materials (+ 15.5%).

November, 1982, department store sales, without adjustment for seasonal variations, increased 3.6% over November, 1981 with sales of \$1,073.6 million. Sales rose in 28 of the 40 departments with the most notable gains observed in furs (+ 30.6%), repairs and services (+ 24.5%) and women's and girls' hosiery (+ 22.0%). The largest decreases were reported in jewellery (- 16.3%), china and glassware (- 10.2%) and piece goods (- 10.1%).

Sales of major department store organizations increased 3.3% from November, 1981 to November, 1982 to \$708.6 million and junior department store organizations sales were up 4.1% to \$364.9 million.

With the exception of British Columbia (- 1.8%) and the Yukon and Northwest Territories (- 1.0%) sales in the remaining provinces showed increases ranging from 13.9% in Saskatchewan to 0.6% in Alberta. Among the 10 metropolitan areas surveyed, Halifax-Dartmouth reported the largest sales increase, + 15.7%, while the largest decrease was in Vancouver, - 4.2%.

Total cumulative sales by department stores for the first eleven months of 1982 totalled \$8,598.0 million, 0.9% lower than what was recorded for the same period last year.

The retail value of stocks held in November, 1982, unadjusted, decreased 3.3% over last year to \$3,324.7 million. The seasonally adjusted value of total November stocks was 3.2% higher than the previous month at \$2,906.7 million.

POINTS SAILLANTS

En novembre 1982, les ventes désaisonnalisées des grands magasins ont haussé de 2.2% par rapport au mois d'octobre 1982 et ont totalisé \$866.7 millions. Les diminutions de ventes les plus appréciables ont été rapportées dans les rayons d'articles de ménage et petits appareils électriques (- 11.5%), de bijouterie (- 9.7%) et de porcelaine et verrerie (- 9.1%), alors que les accroissements majeurs de ventes se retrouvent dans les rayons de chaussures pour hommes et garçons (+ 21.7%), de manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles (+ 19.2%) et du matériel de plomberie, chauffage et construction (+ 15.5%).

Au mois de novembre 1982, les ventes sans ajustements saisonniers des grands magasins ont progressé de 3.6% par rapport à novembre 1981 pour se chiffrer à \$1,073.6 millions. Les ventes se sont accrues dans 28 des 40 rayons parmi lesquels les rayons de fourrures (+ 30.6%), de services et travaux de réparation (+ 24.5%) et de bas pour dames et fillettes (+ 22.0%) ont montré les plus fortes augmentations. Les diminutions les plus remarquables ont été constatées dans les rayons de bijouterie (- 16.3%), de porcelaine et verrerie (- 10.2%) et de tissus à la pièce (- 10.1%).

Les ventes des grands magasins traditionnels ont augmenté de 3.3% de novembre 1981 à novembre 1982 pour s'établir à \$708.6 millions et les ventes des entreprises de grands magasins populaires ont été 4.1% supérieures avec \$364.9 millions.

À l'exception de la Colombie-Britannique (- 1.8%) et du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest (- 1.0%) toutes les autres provinces ont observé des augmentations de leurs ventes. Les gains varient de 13.9% en Saskatchewan à 0.6% en Alberta. Des 10 régions métropolitaines enquêtées, Halifax-Dartmouth a indiqué l'augmentation de ventes la plus significative (+ 15.7%) alors que Vancouver a enregistré la baisse la plus forte (- 4.2%).

Les ventes cumulatives totales des grands magasins pour les 11 premiers mois de 1982 ont totalisé \$8,598.0 millions soit 0.9% de moins que ce qui a été mesuré pour la période correspondante l'année dernière.

La valeur au détail des stocks détenus au mois de novembre 1982, non désaisonnalisée, a diminué de 3.3% par rapport à l'année dernière pour se chiffrer à \$3,324.7 millions. La valeur désaisonnalisée des stocks totaux de novembre a haussé de 3.2% par rapport au mois précédent avec \$2,906.7 millions.

The number of retail locations of department stores increased by 3, from October to November, 1982 and reached 803 units compared to 787 in November, 1981. Of this number, 343 locations were operated by major department store organizations and 460 by junior department store organizations.

The share of total department store sales of total retail trade in Canada remained unchanged from November, 1981 to November, 1982, at 12.6%.

Le nombre de points de vente au détail des grands magasins s'est accru de 3 unités du mois d'octobre au mois de novembre 1982 et il a atteint 803 comparativement à 787 en novembre 1981. De ce nombre, 343 points de vente étaient opérés par les organisations de grands magasins traditionnels et 460 par les organisations de grands magasins populaires.

La part des ventes des grands magasins dans le total du commerce de détail n'a pas varié entre novembre 1981 et novembre 1982 et reste fixée à 12.6%.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1981 and 1982

Department	1982							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	June	Juillet	Août
	No.							
	thousands of dollars							
	milliers de dollars							
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	8,164	10,515	13,752	17,504	20,909	17,713	15,442	14,684
2 Women's and misses' coats and suits	10,424	9,982	14,248	14,442	7,239	5,514	6,852	16,922
3 Women's and misses' sportswear	25,164	29,081	39,553	46,006	50,966	43,691	42,236	43,786
4 Furs	4,191	3,399	2,942	682	584	600	1,743	1,744
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	15,429	15,318	19,462	24,022	21,728	19,975	20,559	25,310
6 Girls' and teenage girls' wear	7,450	9,932	15,209	16,916	15,631	13,812	13,200	22,918
7 Lingerie and women's sleepwear	8,947	10,269	12,327	15,114	16,169	14,963	15,370	13,048
8 Intimate apparel	6,663	6,620	8,473	9,821	10,002	9,781	9,298	9,326
9 Millinery	1,362	892	912	1,164	973	884	937	976
10 Women's and girls' hosiery	7,532	6,687	8,687	10,305	9,269	8,211	6,870	8,173
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	8,098	7,850	10,661	12,799	12,467	10,763	9,477	10,539
12 Women's, misses' and children's footwear	12,965	11,946	19,599	24,904	24,820	21,959	17,547	21,766
13 Men's clothing	22,428	20,974	31,839	32,873	31,956	34,822	24,905	27,290
14 Men's furnishings	21,340	20,470	26,494	30,679	32,116	41,477	31,437	32,116
15 Boys' clothing and furnishings	5,041	5,380	3,339	14,878	10,872	9,384	8,216	13,879
16 Children's shoes and accessories	8,337	7,883	11,670	14,039	15,827	15,345	11,815	13,200
17 Food and kitchen products	48,396	56,332	50,655	59,920	57,509	47,627	58,728	56,883
18 toiletries, cosmetics and drugs	33,472	33,602	38,125	41,291	40,212	40,368	40,718	40,417
19 Photographic equipment and supplies	9,033	7,960	9,824	11,189	11,046	13,690	13,730	13,210
20 Piece goods	3,866	3,848	4,921	4,760	4,558	4,016	3,589	4,435
21 Linens and domestica	23,688	14,543	18,188	19,863	20,828	24,776	26,567	24,419
22 Smallwares and notions	8,695	7,079	7,396	7,753	6,309	6,490	6,863	7,502
23 China and glassware	7,319	7,485	9,533	10,004	10,802	9,503	10,000	9,214
24 Floor coverings	9,052	9,638	11,828	11,862	11,299	11,557	11,691	10,402
25 Draperies, curtains and furniture coverings	9,524	9,312	13,646	14,957	14,608	15,864	15,154	13,146
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6,078	5,584	7,019	6,800	7,122	7,098	7,637	7,205
27 Furniture	37,565	31,181	35,745	36,630	40,456	39,381	43,626	35,418
28 Major appliances	35,255	27,544	31,403	31,730	32,420	35,622	41,554	32,333
29 Television, radio and music	27,765	23,480	29,072	28,213	25,000	27,482	30,271	30,756
30 Housewares and small electrical appliances	22,897	25,215	24,140	29,542	31,997	30,992	32,535	30,423
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	21,155	20,257	20,568	26,286	35,716	30,751	26,766	22,932
32 Plumbing, heating and building materials	6,267	6,404	7,385	10,670	12,885	11,003	11,774	8,855
33 Jewellery	9,668	11,294	15,407	16,885	17,963	17,432	16,696	15,879
34 Toys and games	6,915	7,822	9,712	14,068	11,793	12,307	13,446	12,192
35 Sporting goods and luggage	19,872	16,080	21,002	28,150	35,060	36,356	31,773	23,762
36 Stationery, books and magazines	17,447	18,133	18,481	20,175	19,630	20,578	19,930	27,698
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	16,159	12,756	15,203	18,161	17,787	18,055	18,433	15,282
38 Meals and lunches	18,314	18,418	20,083	19,573	19,027	19,629	19,629	19,237
39 Repairs and services	4,410	6,319	7,739	7,850	7,350	7,135	6,499	6,792
40 All other departments	19,900	19,718	22,625	30,048	38,249	31,732	27,921	25,384
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	600,079	577,906	694,447	791,728	811,119	790,742	763,975	775,468

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982

1982			1981		Change - Variation		Rayon	N ^o
September	October	November	November	December	November/ October 1982	November 1982/1981		
Septembre	Octobre	Novembre	Novembre	Décembre	Novembre/ octobre 1982	Novembre 1982/1981		
thousands of dollars					per cent			
milliers de dollars					pourcentage			
16,187	15,203	18,125	18,422	22,884	+ 19.2	- 1.6	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
17,602	22,926	25,036	21,348	23,825	+ 9.2	+ 17.3	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
57,198	44,112	51,616	52,641	69,579	+ 17.0	- 1.9	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
2,673	4,143	5,920	4,534	6,983	+ 42.9	+ 30.6	Fourrures	4
24,461	25,065	27,166	25,821	36,141	+ 8.4	+ 5.2	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
18,293	15,013	19,626	17,935	25,080	+ 30.7	+ 9.4	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
16,856	16,904	25,016	23,931	43,194	+ 48.0	+ 4.5	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
10,644	8,915	10,587	9,500	13,078	+ 18.8	+ 11.4	Sous-vêtements	8
1,579	2,130	3,497	3,123	4,010	+ 64.2	+ 12.0	Chapeaux	9
12,633	11,787	13,043	10,687	15,610	+ 10.7	+ 22.0	Bas pour dames et fillettes	10
15,631	15,421	22,451	21,370	35,269	+ 45.6	+ 5.1	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
28,145	26,137	30,942	26,357	31,285	+ 18.4	+ 17.4	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
38,810	36,156	50,613	50,138	68,653	+ 40.0	+ 0.9	Vêtements pour hommes	13
39,368	37,967	57,801	56,257	100,910	+ 52.2	+ 2.7	Articles d'habillement pour hommes	14
14,937	11,577	14,689	13,550	22,286	+ 26.8	+ 7.5	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
16,730	15,248	20,428	17,883	23,428	+ 35.3	+ 33.3	Chaussures pour hommes et garçons	16
48,302	54,835	67,556	66,805	76,884	+ 23.2	+ 1.7	Produits alimentaires et boissons	17
41,743	45,923	55,906	50,454	79,438	+ 25.0	+ 10.8	Articles de toilette, cosmétiques et acce- soires	18
12,750	12,143	15,651	16,610	32,243	+ 28.9	- 5.8	Appareils et fournitures photographiques	19
5,489	5,509	5,561	6,187	4,614	+ 0.9	- 10.1	Tissus à la pièce	20
28,296	25,604	27,881	25,239	39,579	+ 8.9	+ 10.5	Literie et linge de maison	21
10,608	9,823	10,965	10,040	12,613	+ 11.6	+ 9.2	Menus articles	22
12,420	10,756	16,439	18,302	36,117	+ 52.8	- 10.2	Porcelaine et verrerie	23
11,555	13,856	14,121	13,977	12,290	+ 1.9	+ 1.0	Revêtements de plancher	24
13,448	14,424	16,321	15,915	17,810	+ 13.2	+ 2.6	Tentures, rideaux et housses	25
8,515	8,906	12,733	13,027	20,351	+ 43.0	- 2.3	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
38,348	39,172	40,456	41,444	42,258	+ 3.3	- 2.4	Meubles	27
38,390	40,546	42,791	38,119	43,404	+ 5.5	+ 12.3	Gros appareils ménagers	28
42,882	37,758	50,792	45,607	70,145	+ 34.5	+ 11.4	Télévision, radio et musique	29
11,952	35,470	43,031	42,506	75,242	+ 21.3	+ 1.2	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
23,160	27,897	25,797	26,870	37,750	- 7.5	- 4.0	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
9,471	10,164	10,337	9,390	9,361	+ 1.7	+ 10.1	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
21,376	17,986	27,984	33,420	67,772	+ 55.6	- 16.3	Bijouterie	33
12,366	20,874	44,475	47,726	76,866	+ 113.1	- 6.8	Jouets et jeux	34
23,489	20,678	27,718	28,382	53,741	+ 34.0	- 2.3	Articles de sport et valises	35
27,368	22,388	32,907	31,925	60,674	+ 47.0	+ 3.1	Papeterie, livres et revues	36
15,261	19,543	22,217	22,668	23,007	+ 13.7	- 2.0	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
12,985	20,015	23,950	23,161	30,894	+ 19.7	+ 3.4	Repas et casse-croûtes	38
7,619	9,006	11,914	9,569	9,607	+ 32.3	+ 24.5	Services et travaux de réparation	39
15,329	27,107	28,711	25,948	47,040	+ 5.9	+ 10.6	Tous autres rayons	40
859,926	859,089	1,073,558	1,036,498	1,542,685	+ 25.0	+ 3.6	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982(1)

Department	1982						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	thousands of dollars						
	milliers de dollars						
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	14,163	15,946	15,838	15,911	16,231	15,349	15,644
2 Women's and misses' coats and suits	13,713	14,589	13,722	15,291	13,468	13,332	14,329
3 Women's and misses' sportswear	42,070	45,503	44,678	46,307	47,261	44,347	46,809
4 Furs	2,389	2,941	4,384	2,604	3,162	3,488	3,639
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	22,067	22,678	22,795	23,779	23,874	22,732	22,503
6 Girls' and teenage girls' wear	14,602	16,246	16,660	16,753	17,207	15,841	15,994
7 Lingerie and women's sleepwear	16,658	17,529	16,733	17,974	16,836	16,814	16,728
8 Intimate apparel	8,521	9,448	9,088	9,144	9,376	8,722	8,993
9 Millinery	1,664	1,607	1,584	1,583	1,522	1,453	1,507
10 Women's and girls' hosiery	9,274	9,193	9,425	9,661	9,500	9,714	9,439
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	13,903	13,671	13,835	14,717	13,925	13,015	13,550
12 Women's, misses' and children's footwear	21,301	21,664	21,554	22,704	23,783	23,110	22,427
13 Men's clothing	35,418	35,391	34,313	35,512	36,875	36,349	34,705
14 Men's furnishings	34,817	37,638	38,181	39,762	40,876	39,970	40,459
15 Boys' clothing and furnishings	11,138	11,287	10,788	12,304	12,462	12,548	11,793
16 Men's and boys' footwear	18,921	19,874	19,523	18,650	19,994	18,474	18,636
17 Foot and children's products	57,739	58,254	58,223	56,888	58,395	58,881	56,380
18 Toiletries, cosmetics and drugs	45,859	44,698	45,338	45,365	44,189	46,135	45,313
19 Photographic equipment and supplies	12,906	13,437	13,472	13,704	13,040	13,889	13,309
20 Piece goods	4,540	4,496	4,513	4,409	4,368	4,413	4,616
21 Linens and domestics	23,374	23,461	23,599	23,526	23,266	26,439	23,752
22 Smallwares and notions	8,157	8,370	8,061	8,302	8,122	8,442	8,091
23 China and glassware	11,040	12,597	13,004	12,887	12,285	11,269	12,003
24 Floor coverings	11,128	11,772	12,050	12,001	11,282	12,066	11,371
25 Draperies, curtains and furniture coverings	12,506	13,689	14,722	13,886	14,394	14,986	13,415
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	8,332	8,446	8,456	7,763	8,664	8,843	8,592
27 Furniture	35,723	41,685	37,845	40,178	38,347	39,123	35,517
28 Major appliances	36,745	39,250	34,912	35,244	31,988	35,217	33,938
29 Television, radio and music	31,672	33,566	34,122	36,254	33,320	37,740	35,129
30 Housewares and small electrical appliances	33,891	35,473	31,982	34,347	33,158	34,612	33,014
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	29,427	30,240	25,797	24,649	29,510	27,288	26,530
32 Plumbing, heating and building materials	8,621	9,208	8,680	9,536	10,723	8,697	10,704
33 Jewellery	20,439	21,516	22,048	21,046	20,450	20,566	21,862
34 Toys and games	20,232	20,704	19,644	21,054	19,544	21,542	20,327
35 Sporting goods and luggage	27,541	28,343	29,584	27,496	30,811	30,259	27,600
36 Stationery, books and magazines	23,204	26,300	24,443	25,473	24,080	25,414	26,335
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	21,234	18,706	17,672	17,013	18,262	17,739	18,216
38 Meals and lunches	21,392	23,043	21,027	20,530	20,045	20,311	19,861
39 Repairs and services	7,458	8,046	8,330	8,579	7,923	7,111	7,082
40 All other departments	28,491	29,121	26,756	26,296	28,410	28,751	27,314
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	814,939	856,240	822,512	842,892	850,497	843,908	831,311

(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, 1981 et 1982(1)

1982			1981			Change - Variation			
August	September	October	November	November	December	November/ October 1982	Rayon	No	
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Novembre	Décembre	Novembre/ octobre 1982			
thousands of dollars						per cent			
milliers de dollars						pourcentage			
16,001	15,834	15,934	17,131	18,011	16,247	+ 7.5	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1	
16,069	15,437	14,030	16,717	14,482	14,861	+ 19.2	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2	
45,572	45,762	42,715	44,139	47,204	46,188	+ 3.3	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3	
1,899	2,583	3,253	3,437	2,618	3,012	+ 5.7	Fourrures	4	
24,269	22,017	22,144	23,286	22,652	22,649	+ 5.2	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5	
16,458	15,627	15,205	16,259	15,744	15,772	+ 6.9	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6	
18,010	18,264	18,382	17,670	17,562	16,980	- 3.9	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7	
9,786	10,127	9,910	10,784	9,907	9,318	+ 8.8	Sous-vêtements	8	
1,612	1,735	1,503	1,731	1,582	1,622	+ 15.2	Chapeaux	9	
10,076	10,901	10,473	11,069	9,456	9,463	+ 5.7	Bas pour dames et fillettes	10	
14,143	14,698	14,750	15,040	14,769	14,421	+ 2.0	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11	
22,233	22,165	21,574	24,887	22,310	22,793	+ 15.4	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12	
34,184	34,806	32,809	35,349	36,586	36,127	+ 7.7	Vêtements pour hommes	13	
44,013	42,670	40,134	38,140	38,239	37,597	- 5.0	Articles d'habillement pour hommes	14	
42,932	41,139	41,478	42,163	41,578	41,623	+ 6.8	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15	
14,558	14,743	13,850	16,850	15,293	14,691	+ 21.7	Chaussures pour hommes et garçons	16	
56,998	55,904	57,185	57,522	54,408	55,417	- 0.9	Produits alimentaires et boissons	17	
47,388	46,551	49,070	49,484	45,253	45,403	+ 0.8	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18	
13,749	13,726	13,922	13,673	14,757	13,570	- 1.8	Appareils et fournitures photographiques	19	
4,926	4,723	4,683	4,721	5,461	4,779	+ 0.8	Tissus à la pièce	20	
25,519	25,226	25,538	25,645	23,785	24,195	+ 0.4	Literie et linge de maison	21	
8,948	9,043	8,609	9,217	8,634	8,409	+ 7.1	Menus articles	22	
11,977	12,854	12,943	11,768	13,302	13,203	- 9.1	Porcelaine et verrerie	23	
11,426	11,024	11,713	11,512	11,714	11,844	- 1.7	Revêtements de plancher	24	
14,042	12,770	13,394	14,684	14,748	15,093	+ 9.6	Tentures, rideaux et housses	25	
8,664	8,540	9,230	9,256	9,561	9,227	+ 0.3	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26	
36,642	35,859	39,508	39,346	41,434	42,581	- 0.4	Meubles	27	
31,912	34,595	38,527	42,540	38,521	39,495	+ 10.4	Gros appareils ménagers	28	
35,050	38,497	36,149	38,296	35,337	33,219	+ 7.3	Télévision, radio et musique	29	
34,536	34,305	39,473	34,933	35,479	34,190	- 11.5	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30	
25,694	23,896	26,057	24,441	26,263	26,943	- 6.2	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31	
9,349	9,466	9,064	10,465	9,655	9,496	+ 15.5	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32	
21,499	21,404	22,238	20,082	24,391	22,034	- 9.7	Bijouterie	33	
21,079	20,579	20,824	19,199	21,067	20,522	- 7.8	Jouets et jeux	34	
28,271	28,151	26,043	25,383	27,072	27,918	- 2.5	Articles de sport et valises	35	
26,863	25,423	25,639	26,040	25,325	26,059	+ 1.6	Papeterie, livres et revues	36	
17,432	16,815	16,291	17,898	18,508	16,870	+ 9.9	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37	
19,993	20,569	19,917	21,451	21,225	21,341	+ 7.7	Repas et casse-croûtes	38	
7,604	7,503	8,119	8,731	7,306	7,251	+ 7.5	Services et travaux de réparation	39	
29,030	30,768	29,916	29,765	28,477	29,675	- 0.5	Tous autres rayons	40	
850,005	843,975	847,980	866,681	866,384	851,917	+ 2.2	TOTAL, TOUTS 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. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1981 and 1982

Province	1982							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Newfoundland	5,603	5,825	7,660	9,298	10,060	9,668	9,433	10,021
2 Prince Edward Island	3,311	2,956	3,744	4,285	4,446	4,797	6,030	5,098
3 Nova Scotia	12,967	13,146	16,382	20,455	20,369	20,303	19,946	21,808
4 New Brunswick	10,210	10,191	13,040	16,625	17,813	17,440	16,853	16,964
5 Quebec	106,158	98,370	118,529	145,086	151,798	135,809	134,696	142,230
6 Ontario	209,112	204,722	241,668	275,573	289,219	277,394	268,605	272,376
7 Manitoba	28,921	29,484	37,860	43,247	43,038	40,902	41,294	40,344
8 Saskatchewan	15,630	15,984	19,564	22,876	23,277	22,476	22,961	22,792
9 Alberta	94,682	89,528	107,825	118,352	117,905	121,211	111,068	114,077
10 British Columbia	111,571	105,658	125,556	133,329	130,256	137,522	130,167	126,910
11 Yukon and Northwest Territories	1,913	2,042	2,620	2,602	2,938	3,220	2,922	2,851
12 CANADA	600,079	577,906	694,447	791,728	811,119	790,742	763,975	775,460

TABLE 4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982

Selected metropolitan areas	1982							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Calgary	39,359	36,626	44,827	47,244	46,836	48,110	44,318	43,635
2 Edmonton	41,843	39,763	47,049	54,107	53,478	54,215	49,535	52,992
3 Halifax-Dartmouth	7,230	7,259	8,677	11,094	10,412	10,004	9,595	10,970
4 Hamilton	15,392	15,603	18,213	21,081	21,650	20,474	19,866	19,178
5 Montreal	65,774	60,945	72,444	89,467	89,527	79,362	78,723	83,744
6 Ottawa-Hull	23,619	22,154	28,777	33,061	34,977	32,654	31,017	32,095
7 Quebec City	13,736	12,624	15,388	18,963	21,038	19,196	18,411	19,777
8 Toronto	87,801	86,224	99,286	109,794	112,200	109,463	105,514	106,665
9 Vancouver	68,830	64,243	76,470	79,239	78,330	80,407	75,953	74,222
10 Winnipeg	26,332	26,800	34,351	39,272	38,966	36,918	37,372	36,452

TABLEAU 3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1981 et 1982

1982		1981			Change - Variation		Province	NO
September	October	November	November	December	November/ October 1982	November 1982/1981		
Septembre	Octobre	Novembre	Novembre	Décembre	Novembre/ octobre 1982	Novembre 1982/1981		
Thousands of dollars - milliers de dollars								
9,903	11,067	13,775	13,146	19,400	+ 24.5	+ 4.8	Terre-Neuve	1
5,230	5,086	6,019	5,360	8,511	+ 18.3	+ 12.3	Île-du-Prince-Édouard	2
22,345	23,885	32,319	29,060	45,534	+ 35.3	+ 11.2	Nouvelle-Écosse	3
17,601	19,217	25,692	23,618	34,022	+ 33.7	+ 8.8	Nouveau-Brunswick	4
148,399	154,620	178,943	176,644	264,152	+ 15.7	+ 1.3	Québec	5
305,188	302,705	387,573	364,788	562,418	+ 28.0	+ 6.2	Ontario	6
46,588	44,257	57,953	54,511	76,621	+ 30.9	+ 6.3	Manitoba	7
25,635	25,662	34,458	30,263	42,556	+ 34.3	+ 13.9	Saskatchewan	8
125,582	127,275	158,132	157,178	225,573	+ 24.2	+ 0.6	Alberta	9
150,496	142,202	175,741	178,945	258,846	+ 23.6	- 1.8	Colombie-Britannique	10
2,938	3,112	2,254	2,383	5,091	+ 5.1	+ 3.0	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
859,926	859,082	1,073,328	1,036,498	1,542,685	+ 25.0	+ 3.6	CANADA	12

TABLEAU 4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

1982		1981			Change - Variation		Certaines zones métropolitaines	NO
September	October	November	November	December	November/ October 1982	November 1982/1981		
Septembre	Octobre	Novembre	Novembre	Décembre	Novembre/ octobre 1982	Novembre 1982/1981		
Thousands of dollars - milliers de dollars								
49,281	49,690	61,436	63,228	89,664	+ 23.6	- 2.8	Calgary	1
57,361	57,129	70,906	70,665	99,620	+ 24.1	+ 0.3	Edmonton	2
12,820	13,419	17,887	15,462	23,066	+ 33.3	+ 15.7	Halifax-Dartmouth	3
22,578	22,174	28,431	28,107	44,600	+ 28.2	+ 1.2	Hamilton	4
91,348	93,644	108,605	110,756	165,309	+ 16.0	- 1.9	Montréal	5
36,920	37,657	44,801	40,670	58,686	+ 19.0	+ 10.2	Ottawa-Hull	6
20,723	21,461	25,300	23,288	31,381	+ 17.9	+ 8.6	Ville de Québec	7
126,920	121,498	156,823	147,324	230,396	+ 29.1	+ 6.4	Toronto	8
91,441	85,071	104,703	109,284	153,147	+ 23.1	- 4.2	Vancouver	9
42,384	40,028	52,572	49,523	68,668	+ 31.3	+ 6.2	Winnipeg	10

TABLEAU 5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1981 et 1982

1982		1981			Change - Variation		Province	N ^o
September	October	November	November	December	November/ October 1982	November 1982/1981		
Septembre	Octobre	Novembre	Novembre	Décembre	Novembre/ octobre 1982	Novembre 1982/1981		
thousands of dollars - milliers de dollars								
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
x	x	x	x	x	x	x	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
88,696	90,751	106,763	105,163	145,632	+ 17.6	+ 1.5	Québec	5
196,784	189,082	245,792	228,634	333,761	+ 30.0	+ 7.5	Ontario	6
33,309	29,310	39,694	36,915	48,918	+ 35.4	+ 7.5	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
100,475	99,298	124,170	125,097	175,029	+ 25.0	- 0.7	Alberta	9
125,830	115,913	143,087	146,917	207,453	+ 23.4	- 2.6	Colombie-Britannique	10
x	x	x	x	x	x	x	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
583,344	562,694	708,644	686,067	972,086	+ 25.9	+ 3.3	CANADA	12

TABLEAU 6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

1982		1981			Change - Variation		Certaines zones métropolitaines	N ^o
September	October	November	November	December	November/ October 1982	November 1982/1981		
Septembre	Octobre	Novembre	Novembre	Décembre	Novembre/ octobre 1982	Novembre 1982/1981		
thousands of dollars - milliers de dollars								
39,815	39,628	49,768	51,082	70,495	+ 25.6	- 2.6	Calgary	1
46,854	45,456	56,902	57,702	79,408	+ 25.2	- 1.4	Edmonton	2
x	x	x	x	x	x	x	Halifax-Dartmouth	3
17,581	16,816	21,663	21,293	32,720	+ 28.8	+ 1.7	Hamilton	4
60,960	61,187	73,100	74,880	105,229	+ 19.5	- 2.4	Montréal	5
24,711	25,375	29,970	26,750	36,997	+ 18.1	+ 12.0	Ottawa-Hull	6
x	x	x	x	x	x	x	Ville de Québec	7
96,071	90,285	118,572	110,630	166,750	+ 31.3	+ 7.2	Toronto	8
81,673	74,675	92,093	97,871	134,132	+ 23.3	- 5.9	Vancouver	9
x	x	x	x	x	x	x	Winnipeg	10

TABLEAU 7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1981 et 1982

1982			1981		Change - Variation		Province	N ^o
September	October	November	November	December	November/ October 1982	November 1982/1981		
Septembre	Octobre	Novembre	Novembre	Décembre	Novembre/ octobre 1982	Novembre 1982/1981		
Thousands of dollars - milliers de dollars								
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
x	x	x	x	x	x	x	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
59,703	63,870	72,180	71,481	118,520	+ 13.0	+ 1.0	Québec	5
108,405	113,623	141,780	136,152	228,657	+ 24.8	+ 4.1	Ontario	6
13,280	14,947	18,260	17,596	27,703	+ 22.2	+ 3.8	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
25,107	27,977	33,962	32,081	50,544	+ 21.4	+ 5.9	Alberta	9
24,666	26,289	32,654	32,028	51,393	+ 24.2	+ 2.0	Colombie-Britannique	10
x	x	x	x	x	x	x	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
276,582	296,395	364,914	350,430	570,598	+ 23.1	+ 4.1	CANADA	12

TABLEAU 8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

1982			1981		Change - Variation		Certaines zones métropolitaines	N ^o
September	October	November	November	December	November/ October 1982	November 1982/1981		
Septembre	Octobre	Novembre	Novembre	Décembre	Novembre/ octobre 1982	Novembre 1982/1981		
Thousands of dollars - milliers de dollars								
9,465	10,062	11,668	12,147	19,169	+ 16.0	- 3.9	Calgary	1
10,507	11,674	14,003	12,963	20,212	+ 20.0	+ 8.0	Edmonton	2
x	x	x	x	x	x	x	Halifax-Dartmouth	3
4,997	5,358	6,768	6,814	11,880	+ 26.3	- 0.7	Hamilton	4
30,389	32,456	35,505	35,876	60,079	+ 9.4	- 1.0	Montréal	5
12,208	12,282	14,831	13,920	21,689	+ 20.8	+ 6.5	Ottawa-Hull	6
x	x	x	x	x	x	x	Ville de Québec	7
28,849	31,213	38,251	36,694	63,646	+ 22.5	+ 4.2	Toronto	8
5,768	10,395	12,610	11,412	19,015	+ 21.3	+ 10.5	Vancouver	9
x	x	x	x	x	x	x	Winnipeg	10

TABLE 9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1981 and 1982

Province	1982						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	number - nombre						
1 Newfoundland	15	14	14	14	14	14	14
2 Prince Edward Island	7	7	7	7	7	7	7
3 Nova Scotia	30	30	30	30	30	30	30
4 New Brunswick	27	26	26	26	26	26	26
5 Quebec	163	163	164	164	164	164	164
6 Ontario	294	294	296	297	297	298	296
7 Manitoba	37	37	38	38	38	38	38
8 Saskatchewan	26	26	26	27	28	28	28
9 Alberta	82	82	82	82	82	82	82
10 British Columbia	99	98	98	100	101	102	102
11 Yukon and Northwest Territories	7	7	7	7	7	7	7
12 CANADA	787	784	788	792	794	796	794

TABLE 10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982

Selected metropolitan areas	1982						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	number - nombre						
1 Calgary	27	27	27	27	27	27	27
2 Edmonton	31	31	31	31	31	31	31
3 Halifax-Dartmouth	11	11	11	11	11	11	11
4 Hamilton	24	24	24	24	24	24	24
5 Montreal	80	80	80	80	80	80	80
6 Ottawa-Hull	31	31	31	31	31	31	31
7 Quebec City	17	17	17	17	17	17	17
8 Toronto	86	86	87	88	88	89	87
9 Vancouver	40	39	39	39	39	40	40
10 Winnipeg	29	29	30	30	30	30	30

TABLEAU 9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1981 et 1982

1982			1981			Province	NO
August Août	September Septembre	October Octobre	November Novembre	November Novembre	December Décembre		
number - nombre							
14	14	14	14	15	15	Terre-Neuve	1
7	7	7	7	7	7	Île-du-Prince-Édouard	2
31	32	32	32	30	30	Nouvelle-Écosse	3
25	25	25	25	27	27	Nouveau-Brunswick	4
162	162	163	164	163	163	Québec	5
299	299	300	301	294	294	Ontario	6
38	38	38	38	37	37	Manitoba	7
28	28	29	29	26	26	Saskatchewan	8
83	83	84	84	82	82	Alberta	9
102	102	101	102	99	99	Colombie-Britannique	10
7	7	7	7	7	7	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
796	797	800	803	787	787	CANADA	12

TABLEAU 10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

1982			1981			Certaines zones métropolitaines	NO
August Août	September Septembre	October Octobre	November Novembre	November Novembre	December Décembre		
number - nombre							
27	27	27	27	27	27	Calgary	1
32	32	32	32	31	31	Edmonton	2
12	13	13	13	11	11	Halifax-Dartmouth	3
24	24	24	24	24	24	Hamilton	4
79	79	80	80	80	80	Montréal	5
32	32	32	32	31	31	Ottawa-Hull	6
17	18	18	19	17	17	Ville de Québec	7
86	87	88	89	86	86	Toronto	8
41	41	41	41	40	40	Vancouver	9
30	30	30	30	29	29	Winnipeg	10

TABLE 11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1981 and 1982

Province	1982						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	number - nombre						
1 Newfoundland	9	8	8	8	8	8	8
2 Prince Edward Island	3	3	3	3	3	3	3
3 Nova Scotia	5	5	5	5	5	5	5
4 New Brunswick	6	6	6	6	6	6	6
5 Quebec	58	58	58	58	58	58	58
6 Ontario	110	110	111	112	112	113	111
7 Manitoba	18	18	18	18	18	18	18
8 Saskatchewan	14	14	14	14	15	15	15
9 Alberta	51	51	51	51	51	51	51
10 British Columbia	59	59	59	60	61	61	61
11 Yukon and Northwest Territories	6	6	6	6	6	6	6
12 CANADA	339	338	339	341	343	344	342

TABLE 12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982

Selected metropolitan areas	1982						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	number - nombre						
1 Calgary	15	15	15	15	15	15	15
2 Edmonton	19	19	19	19	19	19	19
3 Halifax-Dartmouth	4	4	4	4	4	4	4
4 Hamilton	15	15	15	15	15	15	15
5 Montreal	32	32	32	32	32	32	32
6 Ottawa-Hull	13	13	13	13	13	13	13
7 Quebec City	6	6	6	6	6	6	6
8 Toronto	40	40	41	42	42	42	40
9 Vancouver	26	26	26	26	26	26	26
10 Winnipeg	13	13	13	13	13	13	13

TABLEAU 11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1981 et 1982

1982			1981			Province	N ^o
August Août	September Septembre	October Octobre	November Novembre	November Novembre	December Décembre		
number - nombre							
8	8	8	8	9	9	Terre-Neuve	1
3	3	3	3	3	3	Île-du-Prince-Édouard	2
5	6	6	6	5	5	Nouvelle-Écosse	3
5	5	5	5	6	6	Nouveau-Brunswick	4
57	58	58	58	58	58	Québec	5
112	112	113	113	110	110	Ontario	6
18	18	18	18	18	18	Manitoba	7
15	15	15	15	14	14	Saskatchewan	8
51	51	51	51	51	51	Alberta	9
61	61	60	60	59	59	Colombie-Britannique	10
3	6	6	6	6	6	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
341	343	343	343	339	339	CANADA	12

TABLEAU 12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

1982			1981			Certaines zones métropolitaines	N ^o
August Août	September Septembre	October Octobre	November Novembre	November Novembre	December Décembre		
number - nombre							
15	15	15	15	15	15	Calgary	1
19	19	19	19	19	19	Edmonton	2
4	5	5	5	4	4	Halifax-Dartmouth	3
15	15	15	15	15	15	Hamilton	4
31	31	31	31	32	32	Montréal	5
13	13	13	13	13	13	Ottawa-Hull	6
6	7	7	7	6	6	Ville de Québec	7
39	40	40	40	40	40	Toronto	8
26	26	26	26	26	26	Vancouver	9
13	13	13	13	13	13	Winnipeg	10

TABLE 13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1981 and 1982

Province	1982						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	number - nombre						
1 Newfoundland	6	6	6	6	6	6	6
2 Prince Edward Island	4	4	4	4	4	4	4
3 Nova Scotia	25	25	25	25	25	25	25
4 New Brunswick	21	20	20	20	20	20	20
5 Quebec	105	105	106	106	106	106	106
6 Ontario	184	184	185	185	185	185	185
7 Manitoba	19	19	20	20	20	20	20
8 Saskatchewan	12	12	12	13	13	13	13
9 Alberta	31	31	31	31	31	31	31
10 British Columbia	40	39	39	40	40	41	41
11 Yukon and Northwest Territories	1	1	1	1	1	1	1
12 CANADA	448	446	449	451	451	452	452

TABLE 14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982

Selected metropolitan areas	1982						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	number - nombre						
1 Calgary	12	12	12	12	12	12	12
2 Edmonton	12	12	12	12	12	12	12
3 Halifax-Dartmouth	7	7	7	7	7	7	7
4 Hamilton	9	9	9	9	9	9	9
5 Montreal	48	48	48	48	48	48	48
6 Ottawa-Hull	18	18	18	18	18	18	18
7 Quebec City	11	11	11	11	11	11	11
8 Toronto	46	46	46	46	46	47	47
9 Vancouver	14	13	13	13	13	14	14
10 Winnipeg	16	16	17	17	17	17	17

TABLEAU 13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1981 et 1982

1982			1981			Province	N ^o
August Août	September Septembre	October Octobre	November Novembre	November Novembre	December Décembre		
6	6	6	6	6	6	Terre-Neuve	1
4	4	4	4	4	4	Île-du-Prince-Édouard	2
26	26	26	26	25	25	Nouvelle-Écosse	3
20	20	20	20	21	21	Nouveau-Brunswick	4
105	104	105	106	105	105	Québec	5
187	187	187	188	184	184	Ontario	6
20	20	20	20	19	19	Manitoba	7
13	13	14	14	12	12	Saskatchewan	8
32	32	33	33	31	31	Alberta	9
41	41	41	42	40	40	Colombie-Britannique	10
1	1	1	1	1	1	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
455	454	457	460	448	448	CANADA	12

TABLEAU 14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

1982			1981			Certaines zones métropolitaines	N ^o
August Août	September Septembre	October Octobre	November Novembre	November Novembre	December Décembre		
12	12	12	12	12	12	Calgary	1
13	13	13	13	12	12	Edmonton	2
8	8	8	8	7	7	Halifax-Dartmouth	3
9	9	9	9	9	9	Hamilton	4
48	48	49	49	48	48	Montréal	5
19	19	19	19	18	18	Ottawa-Hull	6
11	11	11	12	11	11	Ville de Québec	7
47	47	48	49	46	46	Toronto	8
15	15	15	15	14	14	Vancouver	9
17	17	17	17	16	16	Winnipeg	10

TABLE 15. Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1981 and 1982
January-November

TABLEAU 15. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982
Janvier-novembre

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1982/1981
		1981 ¹	1982	Variation 1982/1981
		thousands of dollars		per cent
		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	175,657	168,198	- 4.2
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	154,226	151,187	- 2.0
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sport pour dames et jeunes filles	481,704	473,409	- 1.7
4	Furs - Fourrures	25,637	28,621	+ 11.6
5	Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	229,247	238,495	+ 4.0
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'ado- lescentes	165,410	168,000	+ 1.6
7	Lingerie and women's sleeperwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	158,669	164,983	+ 4.0
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	97,991	100,130	+ 2.2
9	Millinery - Chapeaux	14,090	15,306	+ 8.6
10	Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	94,527	103,197	+ 9.2
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	141,814	136,157	- 4.0
12	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	241,502	240,530	- 0.4
13	Men's clothing - Vêtements pour hommes	369,971	353,166	- 4.5
14	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	353,808	371,665	+ 5.0
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habille- ment pour garçons	113,971	118,966	+ 4.4
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	156,523	153,329	- 2.0
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	581,794	601,796	+ 3.4
18	Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	420,899	452,383	+ 7.5
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photo- graphiques	134,996	130,226	- 3.5
20	Piece goods - Tissus à la pièce	56,329	50,552	- 10.3
21	Linens and domestics - Literie et linge de maison	249,970	254,653	+ 1.9
22	Smallwares and notions - Menus articles	91,603	89,483	- 2.3
23	China and glassware - Porcelaine et verrerie	120,148	113,475	- 5.6
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	138,208	126,861	- 8.2
25	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	159,285	150,404	- 5.6
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	92,095	84,697	- 8.0
27	Furniture - Meubles	499,653	417,978	- 16.3
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	448,201	389,588	- 13.1
29	Television, radio and music - Télévision, radio et musique	331,764	353,451	+ 6.5
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	331,898	338,194	+ 1.9
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	284,021	281,285	- 1.0
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	101,354	105,215	+ 3.8
33	Jewellery - Bijouterie	202,016	188,570	- 6.7
34	Toys and games - Jouets et jeux	166,917	165,970	- 0.6
35	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	283,767	283,940	+ 0.1
36	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	239,061	244,735	+ 2.4
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	190,005	189,557	- 0.2
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	220,769	218,260	- 1.1
39	Repairs and services - Services et travaux de réparation	72,213	84,423	+ 16.2
40	All other departments - Tous autres rayons	283,675	296,994	+ 4.7
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	8,675,388	8,598,029	- 0.9

TABLE 16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1981 and 1982
January-November

TABLEAU 16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1981 et 1982
Janvier-novembre

Province	Sales - Ventes		Change 1982/1981
	1981	1982	Variation 1982/1981
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	100,147	102,313	+ 2.2
Prince Edward Island - Ile-du-Prince-Édouard	48,255	51,002	+ 5.7
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	210,680	223,925	+ 6.3
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	173,588	181,646	+ 4.6
Québec	1,544,806	1,514,638	- 2.0
Ontario	3,034,990	3,034,135	--
Manitoba	440,726	453,888	+ 3.0
Saskatchewan	245,417	251,315	+ 2.4
Alberta	1,295,759	1,285,637	- 0.8
British Columbia - Colombie-Britannique	1,550,399	1,469,408	- 5.2
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	30,628	30,122	- 1.7
CANADA	8,675,388	8,598,029	- 0.9

TABLE 17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982
January-November

TABLEAU 17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par certaines zones métropolitaines,
1981 et 1982
Janvier-novembre

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1982/1981
	1981	1982	Variation 1982/1981
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	520,760	511,362	- 1.8
Edmonton	590,525	578,378	- 2.1
Halifax-Dartmouth	109,782	119,367	+ 8.7
Hamilton	228,272	224,640	- 1.6
Montréal	949,890	913,583	- 3.8
Ottawa-Hull	337,110	357,732	+ 6.1
Quebec City - Ville de Québec	205,576	206,617	+ 0.5
Toronto	1,241,444	1,222,188	- 1.6
Vancouver	940,664	878,909	- 6.6
Winnipeg	398,281	411,427	+ 3.3

TABLE 18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1981 and 1982
January-November

TABLERAU 18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1981 et 1982
Janvier-novembre

Province	Sales - Ventes		Change 1982/1981
	1981	1982	Variation 1982/1981
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	x	x	x
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	897,879	860,350	- 4.2
Ontario	1,895,663	1,862,376	- 1.8
Manitoba	291,993	301,804	+ 3.4
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	1,020,348	1,007,671	- 1.2
British Columbia - Colombie-Britannique	1,289,851	1,198,198	- 7.1
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	x	x
CANADA	5,737,002	5,580,230	- 2.7

TABLE 19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982
January-November

TABLERAU 19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982
Janvier-novembre

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1982/1981
	1981	1982	Variation 1982/1981
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	410,017	403,676	- 1.5
Edmonton	479,710	466,451	- 2.8
Halifax-Dartmouth	x	x	x
Hamilton	171,452	169,777	- 1.0
Montréal	617,888	586,538	- 5.1
Ottawa-Hull	223,177	233,363	+ 4.6
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	934,242	904,518	- 3.2
Vancouver	837,960	776,099	- 7.4
Winnipeg	x	x	x

TABLE 20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1981 and 1982
January-November

TABLEAU 20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1981 et 1982
Janvier-novembre

Province	Sales - Ventes		Change 1982/1981
	1981	1982	Variation 1982/1981
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	x	x	x
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	646,928	654,287	+ 1.1
Ontario	1,139,326	1,171,764	+ 2.8
Manitoba	148,733	152,085	+ 2.3
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	275,409	277,968	+ 0.9
British Columbia - Colombie-Britannique	260,546	271,208	+ 4.1
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	x	x
CANADA	2,938,385	3,017,798	+ 2.7

TABLE 21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982
January-November

TABLEAU 21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines,
1981 et 1982
Janvier-novembre

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1982/1981
	1981	1982	Variation 1982/1981
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	110,745	107,685	- 2.8
Edmonton	110,816	111,929	+ 1.0
Halifax-Dartmouth	x	x	x
Hamilton	56,820	54,864	- 3.4
Montréal	332,004	327,045	- 1.5
Ottawa-Hull	113,930	124,369	+ 9.2
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	307,204	317,670	+ 3.4
Vancouver	102,703	102,809	+ 0.1
Winnipeg	x	x	x

TABLE 22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1981 and 1982

TABLEAU 22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1981 et 1982

Period Période	Department stores Grands magasins					
	Total		Major Traditionnels		Junior Populaires	
	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution
	'000	%	'000	%	'000	%
1981:						
January - Janvier	643,821	100.0	442,269	68.7	201,552	31.3
February - Février	568,767	100.0	381,684	67.1	187,082	32.9
March - Mars	688,718	100.0	471,588	68.5	217,130	31.5
April - Avril	793,595	100.0	521,698	65.7	271,897	34.3
May - Mai	822,881	100.0	532,820	64.8	290,061	35.2
June - Juin	835,934	100.0	548,803	65.7	287,131	34.3
July - Juillet	757,743	100.0	485,895	64.1	271,848	35.9
August - Août	786,492	100.0	499,216	63.5	287,276	36.5
September - Septembre	848,390	100.0	575,366	67.8	273,024	32.2
October - Octobre	892,549	100.0	591,596	66.3	300,954	33.7
November - Novembre	1,036,498	100.0	686,067	66.2	350,430	33.8
December - Décembre	1,542,685	100.0	972,086	63.0	570,598	37.0
Year - Année	10,218,073	100.0	6,709,088	65.7	3,508,985	34.3
1982:						
January - Janvier	600,079	100.0	404,404	67.4	195,675	32.6
February - Février	577,906	100.0	386,451	66.9	191,455	33.1
March - Mars	694,447	100.0	467,207	67.3	227,240	32.7
April - Avril	791,728	100.0	506,180	63.9	285,547	36.1
May - Mai	811,119	100.0	504,670	62.2	306,449	37.8
June - Juin	790,742	100.0	498,570	63.1	292,172	36.9
July - Juillet	763,975	100.0	477,615	62.5	286,359	37.5
August - Août	775,460	100.0	480,451	62.0	295,010	38.0
September - Septembre	859,926	100.0	583,344	67.8	276,582	32.2
October - Octobre	859,089	100.0	562,694	65.5	296,395	34.5
November - Novembre	1,073,558	100.0	708,644	66.0	364,914	34.0
December - Décembre						
Year - Année						

TABLE 23. Department Store Monthly Sales as a Percentage of Total Retail Trade, by Province, 1981 and 1982
November

TABLEAU 23. Proportions procentuelles mensuelles des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province, 1981 et 1982
Novembre

Province	1981†	1982
	per cent - pourcentage	
Newfoundland - Terre-Neuve	9.4	8.8
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	17.1	17.2
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	11.6	11.8
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	12.0	11.6
Québec	9.4	8.8
Ontario	12.0	12.2
Manitoba	17.1	17.4
Saskatchewan	8.9	9.7
Alberta	16.4	16.6
British Columbia - Colombie-Britannique	17.7	17.8
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	12.6	13.5
CANADA	12.6	12.6

TABLE 24. Department Store Monthly Stocks(1), by Department, Canada, 1981 and 1982

Department	1982							
	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	45,563	46,324	49,956	61,422	53,996	44,779	50,075	42,110
2 Women's and misses' coats and suits	28,018	36,932	37,386	35,287	31,781	34,347	53,829	56,166
3 Women's and misses' sportswear	98,814	104,198	120,456	146,437	139,327	113,690	122,569	117,549
4 Furs	18,433	17,186	16,269	16,249	16,435	17,921	16,901	18,268
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	61,548	60,033	60,661	80,996	70,348	67,120	84,158	70,317
6 Girls' and teenage girls' wear	35,182	39,073	44,171	54,035	49,388	43,281	56,772	47,476
7 Lingerie and women's sleepwear	40,036	40,592	45,160	53,303	51,133	44,395	45,635	46,172
8 Intimate apparel	32,235	28,340	29,431	33,805	32,265	29,431	30,072	29,858
9 Millinery	1,705	1,194	1,029	1,228	1,319	1,142	1,151	1,635
10 Women's and girls' hosiery	20,962	21,453	24,788	28,088	28,136	26,223	29,365	30,231
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	34,682	38,123	41,945	49,058	45,061	36,849	41,291	42,804
12 Women's, misses' and children's footwear	87,084	94,059	109,852	127,461	115,719	104,305	103,144	100,597
13 Men's clothing	121,023	144,954	153,997	188,986	165,246	151,568	151,950	183,318
14 Men's furnishings	115,358	119,780	128,539	156,904	149,582	132,105	146,369	150,376
15 Boys' clothing and furnishings	30,259	27,218	31,233	43,252	38,244	34,101	41,118	30,887
16 Men's and boys' footwear	67,299	48,541	56,775	88,572	88,034	86,756	77,185	75,299
17 Food and kindred products	58,158	52,822	55,382	55,516	53,314	59,452	55,740	58,340
18 Toiletries, cosmetics and drugs	166,715	136,298	145,774	176,578	171,034	167,698	168,467	195,273
19 Photographic equipment and supplies	54,039	47,485	45,858	62,039	57,622	52,117	53,926	54,882
20 Piece goods	26,758	27,466	31,482	32,886	31,183	31,091	31,686	28,807
21 Linens and domestics	105,895	104,167	108,155	118,515	114,625	106,454	101,390	89,195
22 Smallwares and notions	35,714	32,999	34,159	43,815	43,739	41,995	43,017	38,498
23 China and glassware	79,696	84,356	87,916	89,585	94,417	88,675	91,333	91,100
24 Floor coverings	59,308	53,602	56,326	65,293	61,679	62,160	58,862	56,431
25 Draperies, curtains and furniture coverings	74,144	67,185	66,471	74,758	67,791	63,883	65,079	58,907
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	44,908	43,607	45,553	55,147	51,384	50,536	50,871	51,391
27 Furniture	203,525	197,657	199,513	228,763	213,091	196,515	195,498	182,060
28 Major appliances	67,844	57,690	51,243	65,702	61,359	57,572	60,881	60,058
29 Television, radio and music	119,077	113,348	121,728	143,899	135,821	134,059	128,410	123,865
30 Housewares and small electrical appliances	128,912	117,029	123,454	150,298	142,848	141,682	139,901	134,717
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	109,649	96,519	116,389	150,983	140,726	141,579	139,821	138,091
32 Plumbing, heating and building materials	33,209	31,260	31,762	43,256	34,229	33,689	34,599	33,449
33 Jewellery	112,886	113,175	119,253	133,470	128,962	119,789	118,055	114,060
34 Toys and games	73,582	67,604	69,487	88,032	75,209	69,867	76,257	93,439
35 Sporting goods and luggage	106,210	109,124	120,993	159,494	151,440	133,323	127,221	116,701
36 Stationery, books and magazines	85,895	77,322	78,563	93,255	96,064	94,589	103,269	97,943
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	45,853	44,780	41,673	55,367	51,576	47,686	47,899	49,536
38 Meals and lunches	1,490	959	799	797	741	733	689	644
39 Repairs and services	5,313	4,271	4,298	5,961	5,070	5,450	5,536	5,621
40 All other departments	60,107	58,607	64,393	84,704	80,703	70,706	68,642	60,035
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	2,685,020	2,618,121	2,783,992	3,324,766	3,120,611	2,909,103	3,006,633	2,911,499

(1) At selling value.

TABLEAU 24. Stocks(1) mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982

1982			1981		Change - Variation		Rayon	N ^o
September	October	November	November	December	November/ October 1982	November 1982/1981		
Septembre	Octobre	Novembre	Novembre	Décembre	Novembre/ octobre 1982	Novembre 1982/1981		
Thousands of dollars					per cent			
milliers de dollars					pourcentage			
43,071	53,378	50,583	53,746	45,831	- 5.2	- 5.9	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
68,444	65,591	51,973	60,150	35,304	- 20.8	- 13.6	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
113,814	133,312	138,390	137,605	98,255	+ 3.8	+ 0.6	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
17,581	22,888	20,370	25,164	21,783	- 11.0	- 19.1	Fourrures	4
70,793	83,445	72,788	77,985	67,443	- 12.8	- 6.7	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
51,846	50,839	52,016	47,906	34,701	+ 2.3	+ 8.6	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
46,201	59,670	64,812	68,621	40,855	+ 8.6	- 5.6	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
26,010	33,061	32,089	37,252	31,897	- 2.9	- 13.9	Sous-vêtements	8
1,848	3,372	3,694	3,278	3,027	+ 9.5	+ 12.7	Chapeaux	9
26,884	31,392	31,460	26,604	20,860	+ 0.2	+ 18.3	Bas pour dames et fillettes	10
44,074	55,220	59,143	58,659	37,112	+ 7.1	+ 0.8	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
98,004	108,974	96,642	97,725	94,195	- 11.3	- 1.1	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
181,817	185,703	179,391	199,866	166,447	- 3.4	- 10.2	Vêtements pour hommes	13
158,982	193,335	178,661	168,170	107,165	- 7.6	+ 6.2	Articles d'habillement pour hommes	14
39,743	92,368	42,770	46,474	34,246	- 13.6	- 7.9	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
35,322	77,049	76,019	86,002	76,019	- 1.3	- 11.6	Chaussures pour hommes et garçons	16
32,325	36,607	44,883	41,887	25,657	+ 22.6	+ 7.2	Produits alimentaires et connexes	17
147,777	193,800	215,213	208,185	151,994	+ 11.0	+ 3.4	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
50,093	68,055	62,582	60,613	44,962	- 8.0	+ 3.2	Appareils et fournitures photographiques	19
23,323	30,134	25,919	31,952	30,923	- 14.0	- 18.9	Tissus à la pièce	20
84,877	97,554	113,664	129,646	119,640	+ 16.5	- 12.3	Literie et linge de maison	21
35,601	37,224	35,317	38,944	42,553	- 5.1	- 9.3	Menus articles	22
86,412	90,829	101,825	98,820	106,239	+ 12.1	+ 3.0	Porcelaine et verrerie	23
52,391	54,495	48,233	59,510	66,289	- 11.5	- 18.9	Revêtements de plancher	24
56,455	65,430	62,564	76,572	76,095	- 4.4	- 18.3	Tentures, rideaux et housses	25
48,686	59,593	56,245	56,350	43,282	- 5.6	- 0.2	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
170,103	189,140	186,938	214,334	237,373	- 1.2	- 12.8	Meubles	27
56,391	56,496	58,730	85,708	81,194	+ 4.0	- 31.5	Gros appareils ménagers	28
114,089	147,043	154,860	149,488	128,437	+ 5.3	+ 3.6	Télévision, radio et musique	29
134,389	147,871	177,982	166,421	125,107	+ 20.4	+ 6.9	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
121,437	140,444	127,452	142,527	123,138	- 9.3	- 10.6	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
33,790	35,081	39,492	32,824	34,101	+ 12.6	+ 20.3	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
107,078	134,856	150,622	140,658	108,515	+ 11.7	+ 7.1	Bijouterie	33
109,250	144,072	117,276	112,172	55,096	- 18.6	+ 4.6	Jouets et jeux	34
119,695	158,701	142,586	152,274	123,644	- 10.2	- 6.4	Articles de sport et valises	35
90,186	105,128	112,947	100,573	74,564	+ 7.4	+ 12.3	Papeterie, livres et revues	36
50,783	56,150	52,299	55,509	47,423	- 6.9	- 5.8	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
861	821	896	1,386	1,341	+ 9.1	- 35.4	Repas et casse-croûtes	38
4,799	5,691	6,165	5,825	4,462	+ 8.3	+ 5.8	Services et travaux de réparation	39
81,375	76,189	79,225	80,260	77,034	+ 4.0	- 1.3	Tous autres rayons	40
2,826,453	3,338,133	3,324,716	3,437,585	2,844,203	- 0.4	- 3.3	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Valeur de vente.

TABLE 25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982(1)

No.	Department	1982						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
		thousands of dollars						
milliers de dollars								
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	50,757	46,815	46,740	51,023	48,544	52,300	54,607
2	Women's and misses' coats and suits	39,366	43,467	43,721	44,980	47,470	50,274	42,422
3	Women's and misses' sportswear	119,224	112,137	116,281	123,492	121,672	122,090	120,627
4	Furs	18,866	19,567	20,677	18,994	18,939	21,717	18,138
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	73,823	69,843	68,204	74,084	68,239	74,379	68,639
6	Girls' and teenage girls' wear	47,493	44,100	46,861	49,419	45,844	48,299	46,246
7	Lingerie and women's sleepwear	51,292	48,741	47,738	47,605	46,573	49,153	48,579
8	Intimate apparel	31,930	29,542	31,003	33,328	30,081	32,147	30,853
9	Millinery
10	Women's and girls' hosiery	23,207	23,237	25,486	26,077	25,846	28,049	28,786
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	40,955	42,013	44,195	45,593	43,449	42,190	43,542
12	Women's, misses' and children's footwear	106,011	103,471	107,973	113,027	107,516	107,586	97,785
13	Men's clothing	158,767	157,506	164,036	186,450	162,356	185,020	157,788
14	Men's accessories	137,525	135,833	138,587	146,405	137,383	148,754	146,179
15	Men's clothing and accessories	40,332	39,239	41,940	42,948	38,977	38,264	41,803
16	Men's and boys' footwear	83,109	80,748	78,530	79,966	78,240	85,231	77,813
17	Food and kindred products
18	Toiletries, cosmetics and drugs	167,305	160,371	160,668	166,929	163,497	181,256	174,093
19	Photographic equipment and supplies	54,544	53,116	53,348	60,414	55,204	60,272	55,537
20	Piece goods	29,644	27,755	31,347	30,804	29,915	32,172	31,276
21	Linens and domestics	116,706	106,351	110,531	108,055	101,889	103,575	103,787
22	Smallwares and notions	40,307	38,107	37,158	40,197	38,263	39,306	38,852
23	China and glassware	89,870	94,516	92,974	88,018	90,093	92,572	92,377
24	Floor coverings	59,724	56,610	58,765	63,688	59,017	60,268	57,793
25	Draperies, curtains and furniture coverings	77,555	67,538	67,834	69,516	62,251	65,602	63,991
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	51,070	48,428	47,501	54,225	46,468	50,551	49,587
27	Furniture	215,180	204,819	198,303	207,044	191,957	192,210	197,154
28	Major appliances	68,637	55,197	55,147	60,818	58,796	60,247	63,971
29	Television, radio and music	126,026	124,398	124,785	134,901	130,723	138,505	135,539
30	Housewares and small electrical appliances	141,033	129,060	126,257	136,834	131,839	143,971	140,618
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.
32	Plumbing, heating and building materials
33	Jewellery	125,575	121,003	123,094	124,390	120,943	128,377	123,398
34	Toys and games	86,589	84,958	84,813	92,074	82,367	86,501	87,682
35	Sporting goods and luggage	142,735	131,218	128,880	139,381	129,902	137,602	129,395
36	Stationery, books and magazines	96,445	92,272	90,333	93,022	89,687	98,530	97,728
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies
38	Meals and lunches
39	Repairs and services
40	All other departments
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,027,526	2,882,407	2,920,680	3,131,549	2,930,977	3,109,013	2,966,984

(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 25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1981 et 1982(1)

1982		1981				Change - Variation			
août	September	October	November	November	December	November/ October 1982	Rayon	No	
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Novembre	Décembre	Novembre/ octobre 1982			
thousands of dollars						per cent			
milliers de dollars						pourcentage			
48,060	51,135	45,251	43,764	46,503	50,872	- 3.3	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1	
42,518	51,250	43,044	42,327	49,261	45,778	- 1.7	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2	
118,330	131,319	117,902	121,256	120,449	123,659	+ 2.8	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3	
16,685	15,205	17,436	16,462	20,307	20,306	- 5.6	fourrures	4	
66,588	74,527	70,471	67,166	72,070	75,708	- 4.7	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5	
43,066	52,630	42,554	45,761	42,156	48,296	+ 7.5	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6	
45,974	50,169	44,707	48,245	51,021	52,869	+ 7.9	lingerie et vêtements de nuit pour dames	7	
29,951	31,228	30,350	27,043	31,443	31,691	- 11.5	Sous-vêtements	8	
...	Chapeaux	9	
26,867	29,039	28,816	29,181	24,685	24,276	+ 1.3	Bas pour dames et fillettes	10	
44,536	49,333	41,660	43,924	43,428	44,596	+ 5.4	Gants, mouflés et articles de parure pour dames et fillettes	11	
91,844	105,619	98,423	97,470	98,696	104,415	- 1.0	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12	
157,856	162,801	144,753	147,102	164,356	182,672	+ 1.6	Vêtements pour hommes	13	
147,166	161,408	145,584	147,898	139,381	142,257	+ 1.6	Articles d'habillement pour hommes	14	
34,916	40,228	37,840	38,518	43,742	42,471	+ 1.4	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15	
72,355	70,848	63,415	71,404	80,721	86,315	+ 17.6	Chaussures pour hommes et garçons	16	
...	Produits cosmétiques et accessoires	17	
174,190	170,310	153,894	162,560	196,981	170,279	+ 5.7	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18	
58,988	58,059	50,512	47,232	45,784	50,738	- 6.5	Appareils et fournitures photographiques	19	
28,096	25,746	27,786	25,559	31,560	31,435	- 8.0	Tissus à la pièce	20	
95,477	103,307	91,746	104,279	119,085	119,674	+ 13.7	Literie et linge de maison	21	
37,522	39,685	36,171	36,997	40,712	42,018	+ 2.3	Menus articles	22	
91,890	94,750	82,243	86,439	83,857	98,775	+ 5.1	Porcelaine et verrerie	23	
55,401	59,814	52,591	50,097	61,805	60,813	- 4.7	Revêtements de plancher	24	
60,879	66,145	61,738	61,914	75,653	74,402	+ 0.3	Tentures, rideaux et housses	25	
49,362	53,197	49,352	50,196	50,213	52,304	+ 1.7	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26	
193,372	205,389	191,224	188,104	215,288	215,321	- 1.6	Meubles	27	
67,809	70,498	54,654	54,079	78,837	74,152	- 1.1	Gros appareils ménagers	28	
131,408	132,292	132,495	129,873	125,530	123,524	- 2.0	Télévision, radio et musique	29	
137,931	148,152	130,329	154,646	144,400	143,958	+ 18.7	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30	
...	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31	
...	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32	
117,334	123,689	114,236	120,914	112,920	120,085	+ 5.8	Bijouterie	33	
87,498	87,491	81,641	86,942	83,204	99,195	+ 6.5	Jouets et jeux	34	
120,472	123,959	121,535	126,395	134,781	144,593	+ 4.0	Articles de sport et valises	35	
92,503	93,709	84,109	91,219	81,279	93,742	+ 8.5	Papeterie, livres et revues	36	
...	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37	
...	Repas et casse-croûtes	38	
...	Services et travaux de réparation	39	
...	Tous autres rayons	40	
3,901,594	3,070,229	2,816,515	2,906,728	3,004,193	3,083,503	+ 3.2	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 26. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1981 and 1982

No.	Department	1982						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5.58	4.41	3.63	3.51	2.58	2.53	3.24
2	Women's and misses' coats and suits	2.69	3.70	2.62	2.44	4.39	6.23	7.86
3	Women's and misses' sportswear	3.93	3.58	3.05	3.18	2.73	2.60	2.90
4	Furs	4.40	5.06	5.53	23.82	28.14	29.87	9.70
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.99	3.92	3.12	3.37	3.24	3.36	4.09
6	Girls' and teenage girls' wear	4.72	3.93	2.90	3.19	3.16	3.13	4.30
7	Lingerie and women's sleepwear	4.47	3.95	3.66	3.53	3.16	2.97	2.97
8	Intimate apparel	4.84	4.28	3.47	3.44	3.23	3.01	3.23
9	Millinery	1.25	1.34	1.13	1.06	1.36	1.29	1.23
10	Women's and girls' hosiery	2.78	3.21	2.85	2.73	3.04	3.19	4.27
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4.28	4.86	3.93	3.83	3.61	3.42	4.36
12	Women's, misses' and children's footwear	6.72	7.87	5.66	5.12	4.66	4.75	5.88
13	Men's clothing	5.40	6.91	4.84	5.75	5.17	4.35	6.10
14	Men's furnishings	5.41	5.85	4.85	5.11	4.66	3.19	4.66
15	Boys' clothing and furnishings	5.83	6.24	4.04	3.63	3.58	3.42	5.73
16	Men's and boys' footwear	7.29	8.71	6.60	5.58	5.56	5.33	6.65
17	Food and kindred products	0.80	0.58	0.70	0.59	0.58	0.71	0.66
18	Toiletries, cosmetics and drugs	5.04	4.06	3.82	4.28	4.25	4.15	4.14
19	Photographic equipment and supplies	5.98	5.97	4.67	5.54	5.22	3.81	3.93
20	Piece goods	6.92	7.14	6.40	6.91	6.84	7.74	8.83
21	Linens and domestics	4.47	7.16	5.95	5.97	5.50	4.30	3.82
22	Smallwares and notions	4.11	4.66	4.62	5.65	6.93	6.47	6.27
23	China and glassware	10.89	11.27	9.22	8.95	8.74	9.33	9.13
24	Floor coverings	6.55	5.56	4.76	5.50	5.46	5.38	5.03
25	Draperies, curtains and furniture coverings	7.78	7.21	4.87	5.00	4.64	4.03	4.29
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	7.39	7.81	6.47	8.11	7.21	7.12	6.66
27	Furniture	5.42	6.34	5.58	6.25	5.27	4.99	4.48
28	Major appliances	1.92	2.09	1.82	2.07	1.89	1.62	1.47
29	Television, radio and music	4.29	4.83	4.19	5.10	5.43	4.88	4.24
30	Housewares and small electrical appliances	5.63	4.64	5.11	5.09	4.46	4.57	4.30
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	5.18	4.76	5.66	5.74	3.94	4.60	5.22
32	Plumbing, heating and building materials	5.30	4.88	4.30	4.05	2.66	3.06	2.94
33	Jewellery	11.68	10.02	7.74	7.90	7.18	6.87	7.07
34	Toys and games	10.64	8.64	7.15	6.26	6.38	5.68	5.67
35	Sporting goods and luggage	5.34	6.79	5.76	5.67	4.32	3.67	4.00
36	Stationery, books and magazines	4.92	4.26	4.25	4.62	4.89	4.60	5.18
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	2.84	3.51	2.74	3.05	2.90	2.64	2.60
38	Meals and lunches	0.08	0.05	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04
39	Repairs and services	0.83	0.68	0.56	0.76	0.69	0.76	0.85
40	All other departments	3.02	2.97	2.85	2.82	2.11	2.23	2.44
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.37	4.42	3.94	4.16	3.77	3.62	3.80

TABLEAU 26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982

1982		1981				Rayon	N ^o
August Août	September Septembre	October Octobre	November Novembre	November Novembre	December Décembre		
2.87	2.66	3.51	2.79	2.92	2.00	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
3.32	3.89	2.86	2.08	2.82	1.48	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
2.68	1.99	3.02	2.68	2.61	1.41	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
10.47	6.58	5.52	3.44	5.50	3.12	Fourrures	4
2.78	2.89	3.33	2.68	3.02	1.87	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
2.07	2.83	3.39	2.65	2.67	1.38	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
3.54	2.74	3.53	2.59	2.87	0.95	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3.20	2.44	3.71	3.03	3.92	2.44	Sous-vêtements	8
1.68	1.17	1.58	1.06	1.05	0.75	Chapeaux	9
3.70	2.13	2.66	2.41	2.49	1.34	Bas pour dames et fillettes	10
4.06	2.82	3.58	2.63	2.74	1.05	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
4.62	3.48	4.17	3.12	3.71	3.01	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
6.55	4.18	5.14	3.54	3.99	2.42	Vêtements pour hommes	13
4.68	4.00	5.09	3.09	2.99	1.06	Articles d'habillement pour hommes	14
2.01	3.33	4.28	2.91	3.40	1.54	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
2.87	3.90	5.05	3.69	4.81	3.24	Chaussures pour hommes et garçons	16
0.30	0.66	0.67	0.66	0.63	0.34	Produits alimentaires et connexes	17
3.44	3.54	4.22	3.81	4.13	1.51	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
4.15	3.93	5.60	4.00	3.65	1.39	Appareils et fournitures photographiques	19
6.90	4.25	5.47	4.66	5.16	6.70	lissus à la pièce	20
3.65	3.00	3.81	4.08	5.14	3.02	Literie et linge de maison	21
5.13	3.36	3.79	3.22	3.88	3.37	Menus articles	22
9.89	6.96	8.44	6.19	5.40	2.94	Porcelaine et verrerie	23
5.43	4.53	3.93	3.42	4.26	5.39	Revêtements de plancher	24
4.48	4.20	4.54	3.83	4.81	4.27	Tentures, rideaux et housses	25
7.13	5.72	6.69	4.42	4.33	2.13	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
5.14	4.44	4.83	4.62	5.17	5.62	Meubles	27
1.86	1.47	1.39	1.37	2.25	1.87	Gros appareils ménagers	28
4.03	2.66	3.89	3.05	3.28	1.83	Télévision, radio et musique	29
4.43	4.21	4.17	4.14	3.92	1.66	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
6.02	5.24	5.03	4.94	5.30	3.26	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
3.78	3.57	3.45	3.82	3.50	3.64	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
7.18	5.01	7.50	5.38	4.21	1.60	Bijouterie	33
7.66	8.83	6.90	2.64	2.35	0.72	Jouets et jeux	34
4.91	5.10	7.67	5.14	5.37	2.30	Articles de sport et valises	35
3.54	3.30	4.70	3.43	3.15	1.23	Papeterie, livres et revues	36
3.10	3.33	2.87	2.35	2.45	2.06	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
0.93	0.04	0.04	0.04	0.06	0.04	Repas et casse-croûtes	38
0.83	0.65	0.63	0.52	0.61	0.46	Services et travaux de réparation	39
2.35	2.42	2.81	2.76	3.09	1.64	Tous autres rayons	40
3.65	3.23	3.81	3.06	3.28	1.82	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 27. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, Canada, 1981 and 1982

Department No.	1982						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	0.18	0.23	0.29	0.32	0.36	0.36	0.33
2 Women's and misses' coats and suits	0.33	0.31	0.38	0.40	0.22	0.17	0.16
3 Women's and misses' sportswear	0.26	0.29	0.35	0.34	0.36	0.35	0.36
4 Fur	0.21	0.19	0.18	0.04	0.04	0.03	0.10
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	0.24	0.25	0.32	0.34	0.29	0.29	0.27
6 Girls' and teenage girls' wear	0.21	0.27	0.37	0.34	0.30	0.30	0.26
7 Lingerie and women's sleepwear	0.22	0.25	0.29	0.31	0.31	0.31	0.34
8 Intimate apparel	0.21	0.22	0.29	0.31	0.30	0.32	0.31
9 Millinery	0.56	0.62	0.82	1.03	0.76	0.72	0.82
10 Women's and girls' hosiery	0.36	0.32	0.38	0.39	0.33	0.30	0.25
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	0.23	0.22	0.27	0.28	0.26	0.26	0.24
12 Women's, misses' and children's footwear	0.14	0.13	0.19	0.21	0.20	0.20	0.17
13 Men's clothing	0.16	0.16	0.21	0.19	0.18	0.22	0.16
14 Men's furnishings	0.19	0.17	0.21	0.21	0.21	0.29	0.23
15 Boys' clothing and furnishings	0.17	0.17	0.24	0.30	0.26	0.28	0.21
16 Men's and boys' footwear	0.13	0.12	0.16	0.15	0.16	0.18	0.15
17 Foot and shank prostheses	1.50	1.57	1.40	1.39	1.70	1.43	1.47
18 Toiletries, cosmetics and drugs	0.21	0.22	0.27	0.26	0.23	0.24	0.24
19 Photographic equipment and supplies	0.18	0.16	0.21	0.21	0.18	0.25	0.26
20 Piece goods	0.13	0.14	0.17	0.15	0.14	0.13	0.11
21 Linens and domestics	0.21	0.14	0.17	0.18	0.18	0.22	0.26
22 Smallwares and notions	0.22	0.21	0.22	0.20	0.14	0.15	0.16
23 China and glassware	0.08	0.09	0.11	0.11	0.12	0.10	0.11
24 Floor coverings	0.14	0.17	0.22	0.20	0.18	0.19	0.19
25 Draperies, curtains and furniture coverings	0.13	0.13	0.20	0.21	0.20	0.24	0.24
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	0.14	0.13	0.16	0.14	0.13	0.14	0.15
27 Furniture	0.17	0.16	0.18	0.17	0.18	0.19	0.22
28 Major appliances	0.47	0.44	0.55	0.52	0.51	0.60	0.70
29 Television, radio and music	0.22	0.20	0.25	0.21	0.18	0.20	0.23
30 Housewares and small electrical appliances	0.18	0.21	0.20	0.22	0.22	0.22	0.23
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	0.18	0.20	0.19	0.20	0.24	0.22	0.19
32 Plumbing, heating and building materials	0.19	0.20	0.23	0.28	0.33	0.32	0.34
33 Jewellery	0.09	0.10	0.13	0.13	0.14	0.14	0.14
34 Toys and games	0.11	0.11	0.14	0.18	0.14	0.17	0.18
35 Sporting goods and luggage	0.17	0.15	0.18	0.20	0.23	0.26	0.24
36 Stationery, books and magazines	0.22	0.22	0.24	0.23	0.21	0.22	0.20
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	0.35	0.28	0.35	0.37	0.33	0.36	0.39
38 Meals and lunches	12.92	15.04	22.85	24.53	24.74	26.63	27.81
39 Repairs and services	1.31	1.32	1.81	1.53	1.33	1.36	1.18
40 All other departments	0.79	0.33	0.37	0.40	0.46	0.42	0.44
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	0.22	0.22	0.26	0.26	0.25	0.26	0.26

TABLEAU 27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982

1982		1981				Rayon	N ^o
August Août	September Septembre	October Octobre	November Novembre	November Novembre	December Décembre		
0.32	0.38	0.32	0.35	0.32	0.46	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
0.31	0.28	0.34	0.43	0.32	0.50	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
0.36	0.49	0.36	0.38	0.37	0.59	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
0.10	0.15	0.20	0.27	0.17	0.30	Fourrures	4
0.35	0.35	0.35	0.35	0.30	0.50	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
0.44	0.37	0.29	0.38	0.34	0.61	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
0.28	0.36	0.32	0.40	0.35	0.79	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.31	0.38	0.30	0.33	0.25	0.38	Sous-vêtements	8
0.70	0.91	0.82	0.99	1.12	1.27	Chapeaux	9
0.27	0.44	0.40	0.42	0.40	0.66	Bas pour dames et fillettes	10
0.25	0.36	0.31	0.39	0.35	0.74	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
0.21	0.28	0.25	0.30	0.26	0.33	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
0.17	0.22	0.21	0.28	0.24	0.37	Vêtements pour hommes	13
0.22	0.26	0.22	0.31	0.31	0.73	Articles d'habillement pour hommes	14
0.41	0.32	0.26	0.32	0.26	0.55	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
0.17	0.24	0.21	0.27	0.19	0.29	Chaussures pour hommes et garçons	16
1.82	1.61	1.58	1.66	1.67	2.26	Produits alimentaires et connexes	17
0.25	0.28	0.27	0.28	0.24	0.56	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
0.24	0.24	0.21	0.24	0.25	0.61	Appareils et fournitures photographiques	19
0.15	0.21	0.21	0.20	0.19	0.15	Tissus à la pièce	20
0.26	0.33	0.28	0.26	0.19	0.32	Literie et linge de maison	21
0.18	0.29	0.27	0.30	0.24	0.31	Menus articles	22
0.10	0.14	0.12	0.17	0.19	0.35	Porcelaine et verrerie	23
0.18	0.21	0.26	0.27	0.22	0.20	Revêtements de plancher	24
0.21	0.23	0.24	0.26	0.20	0.23	Tentures, rideaux et housses	25
0.14	0.17	0.16	0.22	0.22	0.41	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
0.19	0.22	0.22	0.22	0.18	0.19	Meubles	27
0.53	0.66	0.72	0.74	0.44	0.52	Gros appareils ménagers	28
0.24	0.36	0.29	0.34	0.30	0.50	Télévision, radio et musique	29
0.22	0.24	0.25	0.26	0.26	0.52	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
0.17	0.18	0.21	0.19	0.17	0.28	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
0.26	0.28	0.30	0.28	0.27	0.28	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
0.14	0.19	0.15	0.20	0.23	0.54	Bijouterie	33
0.14	0.12	0.16	0.34	0.38	0.92	Jouets et jeux	34
0.19	0.20	0.15	0.18	0.17	0.39	Articles de sport et valises	35
0.28	0.29	0.23	0.30	0.30	0.69	Papeterie, livres et revues	36
0.33	0.30	0.37	0.41	0.39	0.45	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
19.55	26.63	23.80	27.90	15.92	22.66	Repas et casse-croûtes	38
1.22	1.42	1.72	2.01	1.52	1.87	Services et travaux de réparation	39
0.40	0.42	0.39	0.37	0.30	0.60	Tous autres rayons	40
2.62	0.30	0.28	0.32	0.29	0.49	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 28. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Unadjusted, Canada, 1980-1982

TABLERAU 28. Montants à recevoir(1), non désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982

Month	1980	1981	1982	Change from previous month	Change 1982/1981
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1982/1981
	thousands of dollars			per cent	
	milliers de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,510,848	1,554,350	1,624,889	- 9.1	+ 4.5
February - Février	1,453,884	1,488,706	1,554,529	- 4.3	+ 4.4
March - Mars	1,388,475	1,476,287	1,537,740	- 1.1	+ 4.2
April - Avril	1,397,066	1,483,717	1,536,243	- 0.1	+ 3.5
May - Mai	1,381,243	1,493,281	1,527,443	- 0.6	+ 2.3
June - Juin	1,359,373	1,501,535	1,505,203	- 1.5	+ 0.2
July - Juillet	1,341,270	1,523,351	1,477,266	- 1.9	- 3.0
August - Août	1,346,822	1,512,048	1,476,402	- 0.1	- 2.4
September - Septembre	1,401,404	1,537,138	1,536,070	+ 4.0	- 0.1
October - Octobre	1,434,563	1,550,904	1,554,259 ^F	+ 1.2	+ 0.2
November - Novembre	1,490,778	1,622,633	1,613,782	+ 3.8	- 0.5
December - Décembre	1,658,191	1,788,145			

(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 29. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982

TABLERAU 29. Montants à recevoir(1), désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982

Month	1980	1981	1982	Change from previous month	Change 1982/1981
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1982/1981
	millions of dollars			per cent	
	millions de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,420.3	1,470.0	1,538.0	- 1.6	+ 4.6
February - Février	1,438.8	1,480.0	1,532.2	- 0.4	+ 3.5
March - Mars	1,408.9	1,499.0	1,563.1	+ 2.0	+ 4.3
April - Avril	1,424.7	1,515.0	1,573.7	+ 0.7	+ 3.9
May - Mai	1,417.5	1,537.0	1,569.7	- 0.3	+ 2.1
June - Juin	1,420.8	1,563.0	1,568.9	- 0.1	+ 0.4
July - Juillet	1,425.6	1,615.0	1,566.6	- 0.1	- 3.0
August - Août	1,430.0	1,595.0	1,557.7	- 0.6	- 2.3
September - Septembre	1,440.8	1,581.0	1,579.2	+ 1.4	- 0.1
October - Octobre	1,442.6	1,565.0	1,567.9 ^F	- 0.7	+ 0.2
November - Novembre	1,441.4	1,570.0	1,563.1	- 0.3	- 0.4
December - Décembre	1,448.9	1,563.0			

(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, Seasonal
and Trading Day Factors

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

TABLE 31. Department Store Stocks, MCD and Seasonal Factors, 1982 and 1983

No.	Department	1982						
		MCD	March	April	May	June	July	August
		MDC	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
1	Women's and misses' dresses, houadresses, aprons and uniforms	4	106.88	120.38	111.23	85.62	91.70	87.62
2	Women's and misses' coats and suits	4	85.51	78.45	66.95	68.32	126.89	132.10
3	Women's and misses' sportswear	3	103.59	118.58	114.51	93.12	101.61	99.34
4	Furs	5	78.68	85.55	86.78	82.52	93.18	109.49
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	4	88.94	109.33	103.09	90.24	122.61	105.60
6	Girls' and teenage girls' wear	3	94.26	109.34	107.73	89.61	122.76	110.24
7	Lingerie and women's sleepwear	4	94.60	111.97	109.79	90.32	93.94	100.43
8	Intimate apparel	3	94.93	101.43	107.26	91.55	97.47	99.69
9	Millinery
10	Women's and girls' hosiery	4	97.26	107.71	108.86	93.49	102.01	112.52
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	3	94.91	107.60	103.71	87.34	94.83	96.11
12	Women's, misses' and children's footwear	3	101.74	112.77	107.63	96.95	105.48	109.53
13	Men's clothing	3	93.88	101.36	101.78	81.92	96.30	116.13
14	Men's furnishings	4	92.75	107.76	108.80	88.86	100.13	102.18
15	Boys' clothing and furnishings	4	88.38	102.11	95.76	89.12	122.87	98.47
16	Men's and boys' footwear	4	100.32	112.88	117.48	94.26	107.09	104.18
17	Food and kindred products
18	Toiletries, cosmetics and drugs	3	90.73	105.78	104.61	92.52	96.78	89.18
19	Photographic equipment and supplies	4	85.96	102.69	104.38	86.47	97.10	93.08
20	Piece goods	4	100.43	106.76	104.24	96.64	101.31	102.53
21	Linens and domestics	3	97.85	109.68	112.50	102.78	97.69	93.42
22	Smallwares and notions	4	91.93	109.00	114.31	106.84	110.72	102.60
23	China and glassware	3	94.56	101.78	104.80	95.79	98.87	99.14
24	Floor coverings	3	95.85	102.52	104.51	103.14	101.85	101.86
25	Draperies, curtains and furniture coverings	3	97.99	107.54	108.90	97.38	101.70	96.76
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	95.90	103.70	110.58	99.97	102.59	104.11
27	Furniture	3	100.61	110.49	111.01	102.24	99.16	94.15
28	Major appliances	4	103.80	108.03	104.36	95.56	95.17	88.57
29	Television, radio and music	3	97.55	106.67	103.90	96.79	94.74	94.26
30	Housewares and small electrical appliances	3	97.78	109.84	108.35	98.41	99.49	97.67
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.
32	Plumbing, heating and building materials
33	Jewellery	3	96.88	107.30	106.63	93.31	95.67	97.21
34	Toys and games	4	81.93	95.61	91.31	80.77	86.97	106.79
35	Sporting goods and luggage	4	93.88	114.43	116.58	96.89	98.32	96.87
36	Stationery, books and magazines	4	86.97	100.25	107.35	96.00	105.67	106.11
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	95.32	106.17	106.47	93.57	101.35	100.34

TABLEAU 31. Stocks des grands magasins, MDC et coefficients de corrections des variations saisonnières, 1982 et 1983

1982				1983		Rayon	N°
September	October	November	December	January	February		
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février		
84.23	117.96	115.58	90.13	89.88	98.82	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
111.55	152.38	122.79	77.03	70.87	84.64	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
86.67	113.07	114.13	79.62	82.92	92.89	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
115.63	131.27	123.74	107.59	97.80	87.88	Fourrures	4
94.99	118.41	108.37	89.28	83.33	85.99	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
98.51	119.47	113.67	72.03	73.90	88.55	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
92.09	133.47	134.34	77.53	78.28	83.08	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
83.29	108.22	118.66	100.71	100.95	95.88	Sous-vêtements	8
...	Chapeaux	9
92.58	108.94	107.81	86.05	90.53	92.43	Bas pour dames et fillettes	10
89.34	132.55	134.65	83.38	84.91	90.86	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
92.79	110.72	99.15	90.35	82.01	90.73	Chausures pour dames, jeunes filles et enfants	12
99.15	128.29	121.95	91.17	76.06	91.85	Vêtements pour hommes	13
98.50	132.80	120.80	75.40	83.82	88.21	Articles d'habillement pour hommes	14
97.75	130.80	111.05	80.75	86.36	96.76	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
92.20	121.50	106.46	88.13	80.87	84.98	Chaussures pour hommes et garçons	16
...	Produits alimentaires et connexes	17
86.74	125.97	132.39	89.39	101.00	84.98	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
86.28	134.73	132.50	88.30	98.95	89.42	Appareils et fournitures photographiques	19
90.59	108.45	101.41	98.57	90.17	98.98	Tissus à la pièce	20
82.16	106.33	109.00	99.91	90.77	97.77	Literie et linge de maison	21
89.71	102.91	95.46	101.27	88.65	86.46	Menus articles	22
91.20	110.44	117.80	107.64	88.85	89.23	Porcelaine et verrerie	23
87.59	103.62	96.28	108.63	99.34	94.57	Revêtements de plancher	24
85.35	105.98	101.05	102.31	95.58	99.35	Tentures, rideaux et housses	25
91.52	120.75	112.05	82.76	87.98	89.86	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
82.82	98.91	99.38	110.09	94.73	96.45	Meubles	27
79.99	103.37	108.60	109.15	98.55	104.39	Gros appareils ménagers	28
86.24	110.98	119.24	103.96	94.56	91.05	Télévision, radio et musique	29
90.71	113.46	115.09	86.98	91.49	90.44	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
...	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
...	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
86.57	118.05	124.57	90.49	89.95	93.58	Bijouterie	33
124.87	176.47	134.89	55.78	85.08	79.85	Jouets et jeux	34
96.56	130.58	112.81	85.51	74.43	83.24	Articles de sport et valises	35
96.24	124.99	123.82	79.68	89.16	83.78	Papeterie, livres et revues	36
...	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
...	Repas et casse-croûtes	38
...	Services et travaux de réparation	39
...	Tous autres rayons	40
92.16	118.52	114.38	92.35	88.70	90.82	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

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

MAJOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS TRADITIONNELS

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., 290 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
Lloydminster & District Agricultural Co-op Association Ltd., 4910-50th St., Lloydminster, Saskatchewan
Ogilvy, Charles, Ltd., 126 Rideau St., Ottawa, Ontario
Ogilvy's, James A., Ltd., Ste-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
Simpsons Ltd., 401 Bay St., Toronto, Ontario
Simpson Sears Ltd., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario
Smith & Chapple Ltd., 24 Birch St., Chapleau, Ontario
Woodward Stores (Alta.) Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia
Woodward Stores (B.C.) Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

JUNIOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS POPULAIRES

K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario
Sentry Dep't. Stores Ltd., 1650 Avenue Rd., Toronto, Ontario
Steinberg Inc., Miracle Mart Division, 5151 Thimens, St-Laurent, Québec
Towers Department Stores Ltd., 6509 Airport Rd., Mississauga, Ontario
Woolco Department Stores, c/o F.W. Woolworth Co. Ltd., 2277 Sheppard Ave., Weston, Ontario
Zeller's Ltd., 5250 Decarie Blvd., Montréal, Québec

SELECTED PUBLICATIONS

Following are publications of the Merchandising and Services Division in the Retail Trade sector.

Catalogue

- 63-002 Department Store Sales and Stocks. M. Bil. 36 pp. First Issue, 1938. (ISSN 0380-7045).

Total sales and number of outlets, by province and selected metropolitan area, and sales and inventories by department, Canada.

- 63-004 Department Store Sales by Regions. Advance Release. M. Bil. 1 pp. First Issue, 1950. (ISSN 0709-8650).

Total sales and percentage changes of sales, by region.

- 63-005 Retail Trade. Monthly. Bil. Approx. 65 pp. First Issue, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total retail sales by province and kind of business, for chain and independent stores; seasonally adjusted sales, Canada.

- 63-007 New Motor Vehicle Sales. M. Bil. Approx. 15 pp. First Issue, 1932. (ISSN 0705-5595).

Number and value of new passenger cars, trucks and buses sold by province and by origin (Canada and U.S. or imported). Monthly unit sales, by type and origin, seasonally adjusted.

- 63-014 Merchandising Inventories. M. Bil. 24 pp. First Issue, 1972. (ISSN 0380-7177).

Inventories and stocks/sales ratios, by type of trade for wholesale, by department for department stores, by kind of business for chain stores and independent stores: quarterly percentage changes for independent stores by kind of business.

- 63-210 Retail Chain and Department stores. A. Bil. Approx. 74 pp. First Issue, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total retail sales by chain and department stores including data on floor area, inventory and accounts receivable.

CHOIX DE PUBLICATIONS

Les publications suivantes se trouvent à la Section du commerce de détail, Division du commerce et des services.

Catalogue

- 63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M. Bil. 36 pages. Premier numéro, 1938. (ISSN 0380-7045).

Ventes totales et nombre de points de ventes par provinces et certaines régions métropolitaines, ventes et stocks par rayon, Canada.

- 63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M. Bil. 1 page. Premier numéro, 1950. (ISSN 0709-8650).

Variations en pourcentage et ventes par région.

- 63-005 Commerce de détail. Mensuel. Bilingue. Environ 65 pages. Premier numéro, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total des ventes au détail par province et genre de commerce, pour les magasins à succursales et les magasins indépendants; chiffres désaisonnalisés, Canada.

- 63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M. Bil. Environ 15 pages. Premier numéro, 1932. (ISSN 0705-5595).

Nombre et valeur des voitures particulières, des camions et des autobus neufs vendus par province et par lieu d'origine (Canada et É.-U. ou importés). Ventes unitaires mensuelles selon le type et l'origine, après désaisonnalisation.

- 63-014 Stocks commerciaux. M. Bil. 24 pages. Premier numéro, 1972. (ISSN 0380-7177).

Stocks et rapports stocks/ventes, par genre de commerce pour le commerce de gros, par rayon pour les grands magasins et par genre de commerce pour les magasins à succursales et magasins indépendants: variations trimestrielles en pourcentage pour les magasins indépendants suivant le genre de commerce.

- 63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A. Bil. Environ 74 pages. Premier numéro, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total des ventes au détail pour les magasins à succursales et les grands magasins, incluant des données sur la superficie total, des stocks, et comptes à recevoir.

Catalogue

63-213 Vending Machine Operators. A. Bil. 21 pp. First Issue, 1958. (ISSN 0527-6411).

Sales of merchandise through automatic vending machines, by type of machine and location, Canada and provinces.

63-218 Direct Selling Canada. A. Bil. 14 pp. First Issue, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Sales of various commodities by method of distribution; door-to-door, mail order, etc.

63-219 Campus Book Stores, A. Bil. Approx. 8 pp. First Issue, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Retail sales by commodities, employees and payroll, by regions, provinces and Canada, for academic years.

63-224 Market Research Handbook. A. Bil. 700 pp. First Issue, 1975. (ISSN 0590-9325).

The data cover such topics as general economic indicators, population characteristics, personal income and expenditure and household facilities.

63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O. Bil. 695 pp. (ISBN 0-660-506-13-0). The publication provides revised retail trade estimates for the years 1972 to 1979, both unadjusted and seasonally adjusted and also sections on definitions, concepts, classifications, methodology and data reliability.

Operating Results - Retail Trades. O. Bil. 29 pp. First Issue, 1974.

Reports in the Operating Results series contain ratios (percentages of net sales) for: purchases, inventories, cost of goods sold, gross profit, operating expense items and net profit.

Catalogue

63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A. Bil. 21 pages. Premier numéro, 1958. (ISSN 0527-6411).

Ventes de marchandise selon le genre de machine et l'emplacement, Canada et provinces.

63-218 La vente directe au Canada. A. Bil. 14 pages. Premier numéro, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Ventes de divers produits, par mode de distribution: démarchage, poste, etc.

63-219 Librairies de campus. A. Bil. Environ 8 pages. Premier numéro, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

Ventes au détail par article, ainsi que nombre d'employés et la paye, par région, par province et au Canada par année scolaire.

63-224 Manuel statistique pour études de marché. A. Bil. 700 pages. Premier numéro, 1975. (ISSN 0590-9325).

Les données portent sur des sujets tels que les indicateurs économiques généraux, les caractéristiques de la population, le revenu et les dépenses des particuliers et l'équipement ménager.

63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H. Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0). Cette publication contient des données brutes et désaisonnalisées, révisées de 1972 à 1979, des sections sur les définitions, les concepts de classement, la méthodologie ainsi que des renseignements sur la fiabilité des données.

Résultats d'exploitation - Commerce de détail. H. Bil. 29 pages. Premier numéro, 1974.

Les bulletins de la série des Résultats de l'exploitation contiennent des ratios (pourcentages des ventes nettes) pour les achats, les stocks, le coût des biens vendus, les bénéfices bruts, les dépenses d'exploitation et les bénéfices nets.

Catalogue

The following reports on Operating Results are available.

- 63-603 Men's Retail Clothing Stores, 1979
- 63-604 Independent Women's Retail Clothing Stores, 1975
- 63-605 Independent Retail Hardware Stores, 1976
- 63-606 Retail Shoe Stores, 1977
- 63-607 Retail Drug Stores, 1978
- 63-608 Retail Florists, 1979
- 63-609 Independent Retail Jewellery Stores, 1978
- 63-610 Retail Hardware Stores, 1980
- 63-611 Women's Retail Clothing Stores, 1980
- 63-612 Retail Family Clothing Stores, 1980

M. - Monthly A.- Annual Bil.- Bilingual
O.- Occasional

In addition to the selected publications listed above, Statistics Canada publishes a wide range of statistical reports on Canadian economic and social affairs. A comprehensive catalogue of all current publications is available free on request from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue

Les publications suivantes sur les résultats d'exploitation sont maintenant disponibles.

- 63-603 Magasins de vêtements pour hommes, 1979
- 63-604 Magasins indépendants de vente au détail de vêtements pour dames, 1975
- 63-605 Magasins indépendants de vente au détail de quincaillerie, 1976
- 63-606 Magasins de vente au détail de chaussures, 1977
- 63-607 Pharmacies au détail, 1978
- 63-608 Magasins de fleuristes, vente au détail, 1979
- 63-609 Magasins indépendants de vente au détail de bijouterie, 1978
- 63-610 Magasins de vente au détail de quincaillerie, 1980
- 63-611 Magasins de vente au détail de vêtements pour dames, 1980
- 63-612 Magasins de vente au détail de vêtements pour la famille, 1980

M. - Mensuel A.- Annuel Bil.- Bilingue
H.- Hors série

Outre les publications énumérées ci-dessus, Statistique Canada publie une grande variété de bulletins statistiques sur la situation économique et social du Canada. On peut se procurer gratuitement un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

STATISTICS CANADA LIBRARY
BIBLIOTHÈQUE STATISTIQUE CANADA



1010737196