

02

Department store sales and stocks

February 1982

Ventes et stocks des grands magasins

Février 1982



Note

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

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

Inquiries about this publication should be addressed to:

Retail Trade Section,
Merchandising and Services Division,

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

St. John's (Nfld.)	(772-4073)
Halifax	(426-5331)
Montréal	(283-5725)
Ottawa	(992-4734)
Toronto	(966-6586)
Winnipeg	(949-4020)
Regina	(359-5405)
Edmonton	(420-3027)
Vancouver	(655-3691)

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

Nota

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

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

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

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

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

St. John's (I.-N.)	(772-4073)
Halifax	(426-5331)
Montréal	(283-5725)
Ottawa	(992-4734)
Toronto	(966-6586)
Winnipeg	(949-4020)
Regina	(359-5405)
Edmonton	(420-3027)
Vancouver	(655-3691)

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

Statistics Canada
Merchandising and Services Division
Retail Trade Section

Department store sales and stocks

February 1982

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

Ventes et stocks des grands magasins

Février 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 1982

May 1982
5-3406-503

Price: Canada, \$3.00, \$30.00 a year
Other Countries, \$3.60, \$36.00 a year

Catalogue 63-002, Vol. 47, No. 2

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par
le ministre des Approvisionnements et
Services Canada

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

© Ministre des Approvisionnements
et Services Canada 1982

Mai 1982
5-3406-503

Prix: Canada, \$3.00, \$30.00 par année
Autres pays, \$3.60, \$36.00 par année

Catalogue 63-002, vol. 47, n° 2

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

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

NOTE AU SUJET DE CANSIM

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

TABLE OF CONTENTS

	Page
Introduction	v
Definitions	vi
Methodology	vii
Data Reliability	viii
Non-sampling Errors	viii
Non-sampling Error Measures	ix
Seasonal Adjustment	xi
Explanatory Notes	xii
Chart	
1. Department Store Sales, by Month, Canada, Unadjusted and Seasonally Adjusted, 1981 and 1982	xiv
Highlights	xv
Table	
1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1981 and 1982	2
2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982	4
3. Department Store Monthly Sales, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	6
4. Number of Department Store Locations, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	6
5. Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1981 and 1982	8
6. Department Store Cumulative Sales, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	9

TABLE DES MATIÈRES

	Page
Introduction	v
Définitions	vi
Méthodologie	vii
Fiabilité des données	viii
Erreurs non liées à l'échantillonnage	viii
Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage	ix
Désaisonnalisation	xi
Notes explicatives	xii
Graphiques	
1. Ventes des grands magasins, par mois, Canada, non désaisonné et désaisonné, 1981 et 1982	xiv
Points saillants	xv
Tableau	
1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	2
2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1981 et 1982	4
3. Ventes mensuelles des grands magasins, par province et certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	6
4. Nombre de succursales des grands magasins, par province et certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	6
5. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	8
6. Ventes cumulatives des grands magasins, par province et certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982	9

TABLE OF CONTENTS - Continued

TABLES DES MATIÈRES - suite

	Page
Table	
8. Department Store Monthly Stocks, by Department, Canada, 1981 and 1982	10
9. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982	12
10. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1981 and 1982	14
11. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, Canada, 1981 and 1982	16
12. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, Unadjusted, Canada, 1980-1982	18
13. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982	18
14. Department Store Sales, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1981 and 1982	20
15. Department Store Stocks, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1981 and 1982	22
List of Department Store Organizations	24

	Page
Tableau	
8. Stocks mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	10
9. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1981 et 1982	12
10. Rapports mensuels stocks-ventes, des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	14
11. Rapports mensuels ventes-stocks, des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	16
12. Montants à recevoir, non ajustés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982	18
13. Montants à recevoir, désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1980-1982	18
14. Ventes des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1981 et 1982	20
15. Stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1981 et 1982	22
Liste des organisations des grands magasins	24

INTRODUCTION

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

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

The business done by concessions located in department store outlets for the purpose of this publication is considered as part of the overall business of the outlets in which they are located. However, sales of an associated large food department (or store) are included only if it is an integral part of the overall department store operation and is not identified to the public by any name which differs from that of the department store with which it is associated. The rationale underlying this approach is as follows: for purposes of market research or urban planning, a department store (the largest type of mass merchandising activity in Canada) together with its leased departments, if any, is considered to be a totality; that is, it competes in the market place as one structure, rather than as a number of smaller stores.

INTRODUCTION

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

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

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les rayons de concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement unique et non comme un regroupement de petits magasins.

Definitions

Retail Location

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

Department Store

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

Family clothing and apparel. This commodity group is composed of some or all of the following lines: women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms; women's and misses' coats and suits; women's and misses' sportswear; furs; infants' and children's wear; girls' and teenage wear; lingerie and women's sleepwear; intimate apparel; millinery; women's and girls' hosiery; women's and girls' gloves, mitts and accessories; women's, misses' and children's footwear; men's clothing; men's furnishings; boys' clothing and furnishings; men's and boys' footwear. **Note:** The outlet must sell at least six of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being men's and boys' clothing or furnishings. At least 20% of the outlet's total sales must be derived from the family clothing and apparel group.

Furniture, appliance and home furnishings. This commodity group is composed of some or all of the following lines: linens and domestics; china and glassware; home furnishings; furniture, wooden and upholstered goods for living room, dining room and bedroom; major appliances; television, radio and music; hardware and housewares. **Note:** The outlet must sell at least four of the commodity lines listed above, with at least one of the commodities being furniture (wooden and upholstered goods for dining room and/or living room and/or bedroom). At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the furniture, appliance and home furnishings group.

All other (miscellaneous). This category includes all commodities sold by the outlet but not shown above, such as: toiletries, cosmetics and drugs; photographic equipment and supplies; piece goods; notions and smallwares; jewellery; sporting goods and luggage; stationery, books and magazines; and food. **Note:** The outlet must sell at

Définitions

Point de vente au détail

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

Grand magasin

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

Vêtements pour la famille. Ce groupe comprend les articles suivants: robes pour dames et jeunes filles, robes de ménage, tabliers et uniformes; manteaux et 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

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

Stocks

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

Accounts Receivable

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

Methodology

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

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

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

Ventes et recettes nettes totales

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

Stocks

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

Comptes à recevoir

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

Méthodologie

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

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

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

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

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

Data Reliability

Non-sampling Errors

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

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

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

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

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

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

Fiabilité des données

Erreurs non liées à l'échantillonnage

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

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

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

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

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

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

Non-sampling Error Measures

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

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

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

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

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

Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage

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

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

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

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

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

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

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

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

TEXT TABLE I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1982
February

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

	Response rate	Response fraction	
	Taux de réponse	Fraction de réponse	
	Survey units	Organizational units	
	Unités d'enquête	Organisations	
	per cent - pourcentage		
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	99.1	96.0	99.9
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	56.0	92.9
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	40.0	68.5
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	88.2	99.9

Seasonal Adjustment

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

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

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

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

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

(1) See Tables 2, 9 and 13.

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

(3) See Tables 14, 15 and 16.

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

Désaisonnalisation

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

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

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

Bien que la désaisonnalisation 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 idée de la tendance fondamentale, les utilisateurs doivent donc examiner les séries désaisonnalisées d'un certain nombre de mois.

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

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

(2) Pour plus ample information voir **La méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI**, par Estela Bee Dagum, Statistique Canada, n° 12-564F au catalogue, hors série.

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

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

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

Explanatory Notes

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

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

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

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

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

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

(5) See Table 10.

(6) See Table 11.

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

Notes explicatives

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

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

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

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

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

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

(5) Voir tableau 10.

(6) Voir tableau 11.

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

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

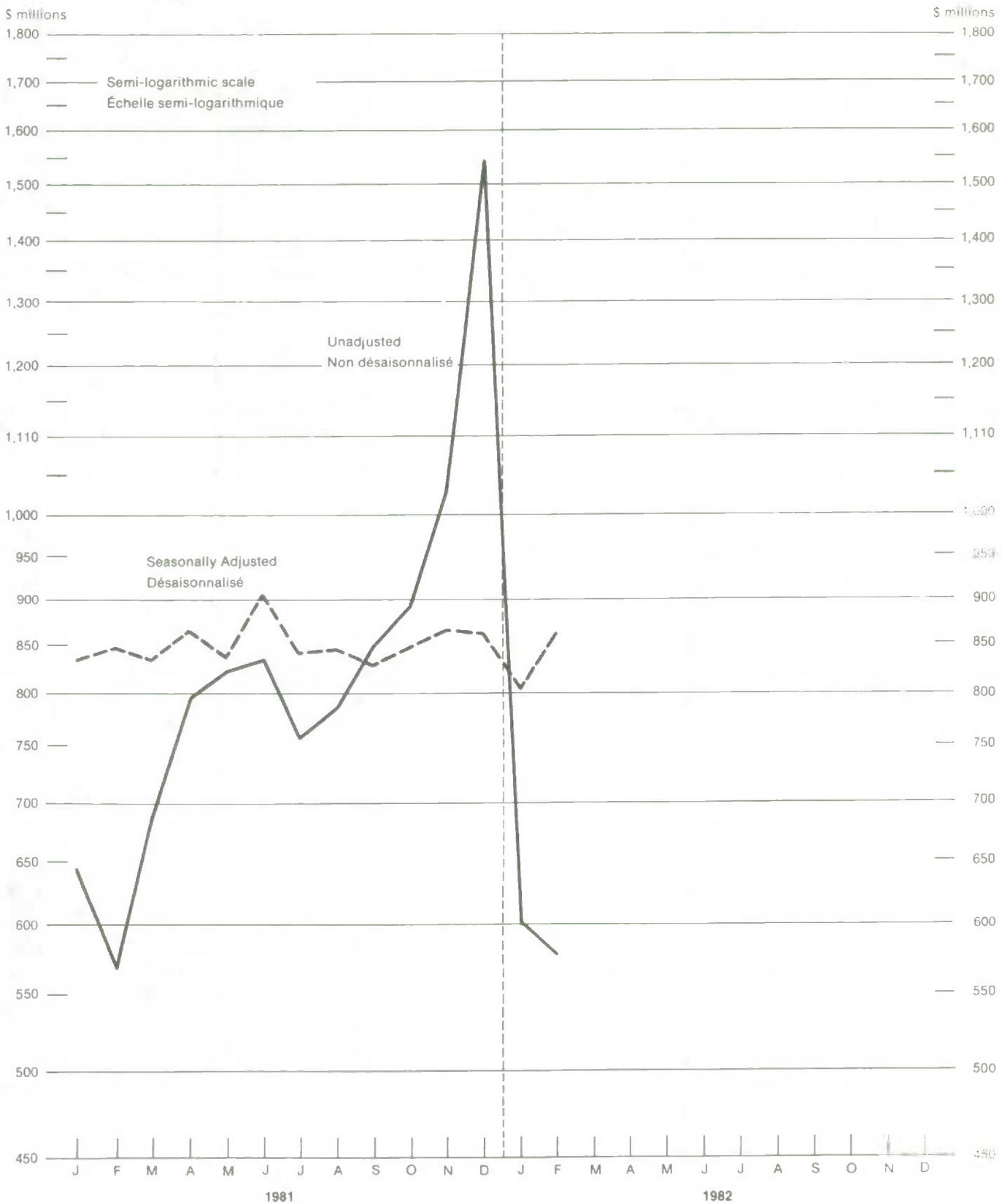
TEXT TABLE II. Number of Shopping Days, by Month, 1981 and 1982

TABLEAU EXPLICATIF II. 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

Department Store Sales by Month, Canada, Unadjusted and Seasonally Adjusted, 1981 and 1982

Ventes des grands magasins par mois, Canada, non désaisonné et désaisonné, 1981 et 1982



HIGHLIGHTS

In February 1982, department stores sales, without seasonal adjustment, totalled \$577.9 million in Canada, an increase of 1.6% from February 1981 (\$568.9 million). Nineteen of the 40 departments registering decreases from February 1981, the largest being piece goods (-19.2%), followed by men's and boys' footwear (-13.8%) and women's and misses' sportswear (-13.6%). Furs (37.6%), repairs and services (29.9%) and meals and lunches (11.7%) recorded the largest increases.

Five provinces recorded increased sales from last year, ranging from 5.9% in Ontario to 1.5% in Nova Scotia while Prince Edward Island (-7.2%) and Newfoundland (-5.8%) were the most notable decreases. The four metropolitan areas registered the following changes over last year figures: Toronto +6.4%, Winnipeg +2.7%, Montréal -2.6% and Vancouver -5.8%.

Seasonally adjusted sales were 7.3% higher than in January 1982 with a value of \$862.5 million, increasing in 33 of the 40 departments.

Cumulative sales for the first two months of the year reached \$1,178.0 million for Canada, down 2.9% from the period a year earlier and decreased in every province except Nova Scotia (4.2%) and Alberta (1.9%).

The selling value of inventories, without seasonal adjustment, held in February 1982, was \$2,618.1 million, an increase of 3.5% over February, 1981. Seasonally adjusted inventories decreased by 3.5% from January 1982 to \$2,905.5 million.

There were 784 department store locations operating in Canada during the month of February, three less than in January 1982 and 37 more than in February 1981.

Department stores share of total retail trade was 8.8%, a decreased proportion from the 9.1% held in February 1981.

POINTS SAILLANTS

Les ventes désaisonnalisées des grands magasins ont totalisé 577.9 millions de dollars au Canada en février 1982, soit un accroissement de 1.6% par rapport à janvier 1981 (568.9 millions de dollars). Dix neuf des 40 rayons ont enregistré des baisses, les plus importantes étant aux rayons du tissus à la pièce (-19.2%), de chaussures pour hommes et garçons (-13.8%) et de vêtements sport pour dames et jeunes filles (-13.6%) tandis que les plus fortes augmentations ont été mesurées dans les rayons de fourrures (37.6%), de services et travaux de réparation (29.9%) et dans celui des repas et casse-croûtes (11.7%).

Cinq provinces ont enregistré des augmentations des ventes, comparativement à l'année dernière, les hausses variant de 5.9% en Ontario à 1.5% en Nouvelle-Écosse alors que l'Île-du-Prince-Édouard (-7.2%) et Terre-Neuve (-5.8%) ont montré les baisses les plus notables. Les quatre régions métropolitaines ont enregistré les changements suivant par rapport à l'année dernière: Toronto +6.4%, Winnipeg +2.7%, Montréal -2.6% et Vancouver -5.8%.

Les ventes désaisonnalisées se sont chiffrées à 862.5 millions de dollars soit 7.3% supérieures à celles de janvier 1982. Les ventes se sont accrues dans 33 des 40 départements.

Le chiffre cumulatif des ventes pour les deux premiers mois a atteint \$1,178.0 millions de dollars au Canada, soit une baisse de 2.9% par rapport à la même période l'an passé. Les ventes ont diminué dans toutes les provinces à l'exception de la Nouvelle-Écosse (4.2%) et de l'Alberta (1.9%).

La valeur marchande sans ajustement saisonnier des inventaires détenus en février 1982 était de 2,618.1 millions de dollars, soit un accroissement de 3.5% par rapport à février 1981. La valeur désaisonnalisée des inventaires a baissé de 3.5% comparativement à janvier 1982 pour totaliser 2,905.5 millions de dollars.

Il y avait 784 points de vente des grands magasins en opération au Canada pendant le mois de février 1982, soit trois de moins qu'au mois de janvier 1982 et 37 de plus qu'en février 1981.

La part des grands magasins dans le total du commerce de détail a diminué en passant de 9.1% enregistré en février 1981 à 8.8% en février 1982.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

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

Department	1982		1981					
	January	February	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	thousands of dollars							
	milliers de dollars							
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	8,164	10,515	10,657	13,749	18,105	21,250	18,841	16,300
2 Women's and misses' coats and suits	10,424	9,982	11,550	14,427	13,775	7,976	5,627	6,896
3 Women's and misses' sportswear	25,164	29,081	28,072	38,885	45,423	48,500	45,931	40,368
4 Furs	4,191	3,399	2,470	1,600	646	998	487	1,373
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	15,429	15,318	14,640	17,960	22,593	20,131	20,064	19,956
6 Girls' and teenage girls' wear	7,450	9,932	10,230	14,415	15,675	14,473	14,319	12,591
7 Lingerie and women's sleepwear	8,947	10,269	9,764	11,410	13,919	15,635	15,111	14,939
8 Intimate apparel	6,663	6,620	6,230	8,444	9,837	10,080	10,081	9,145
9 Millinery	1,362	892	808	806	1,054	868	831	885
10 Women's and girls' hosiery	7,532	6,687	6,502	8,276	9,558	8,783	7,918	6,379
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	8,098	7,850	8,277	10,811	12,980	12,851	11,977	10,268
12 Women's, misses' and children's footwear	12,965	11,946	13,556	20,815	24,258	23,663	21,838	17,856
13 Men's clothing	22,428	20,974	22,063	31,802	33,464	32,375	35,442	26,040
14 Men's furnishings	21,340	20,471	19,556	25,665	28,996	30,045	30,389	29,521
15 Boys' clothing and furnishings	5,041	6,080	6,308	8,722	11,286	9,214	7,151	5,488
16 Men's and boys' footwear	9,287	7,887	9,164	12,998	15,117	15,271	15,786	12,039
17 Food and kindred products	48,298	58,587	58,272	40,782	55,617	55,383	48,258	43,371
18 Toiletries, cosmetics and drugs	33,472	33,602	31,225	34,217	37,341	39,135	37,869	37,502
19 Photographic equipment and supplies	9,033	7,960	8,120	9,633	11,115	11,955	14,252	13,627
20 Piece goods	3,866	3,848	4,765	5,641	5,503	5,062	4,340	3,593
21 Linens and domestics	23,688	14,543	14,047	17,742	20,870	22,151	23,583	26,987
22 Smallwares and notions	8,695	7,079	7,441	7,718	7,836	6,614	6,600	7,175
23 China and glassware	7,319	7,485	7,508	9,182	10,279	11,267	11,283	10,960
24 Floor coverings	9,052	9,638	10,848	12,779	12,976	13,166	12,719	12,778
25 Draperies, curtains and furniture coverings	9,524	9,312	9,849	13,288	15,239	15,520	16,168	16,770
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6,078	5,584	5,997	7,264	8,077	7,683	7,696	8,490
27 Furniture	37,565	31,181	33,796	43,720	43,322	50,775	62,073	47,357
28 Major appliances	35,255	27,544	28,799	37,193	39,604	42,777	56,586	45,191
29 Television, radio and music	27,745	23,480	22,358	27,090	27,057	26,070	26,306	29,377
30 Housewares and small electrical appliances	22,897	25,215	24,198	23,028	29,017	32,809	31,524	31,361
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	21,155	20,257	18,157	21,187	29,113	34,462	31,960	26,954
32 Plumbing, heating and building materials	6,267	6,404	6,431	8,034	10,285	11,590	10,605	9,706
33 Jewellery	9,668	11,294	11,416	15,025	17,815	20,031	18,968	16,322
34 Toys and games	6,915	7,822	7,588	9,345	13,516	11,201	11,415	12,904
35 Sporting goods and luggage	19,872	16,080	15,571	21,194	28,394	32,218	35,361	30,851
36 Stationery, books and magazines	17,447	18,133	16,715	17,400	19,522	19,993	19,952	18,430
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	16,159	12,756	11,890	14,931	17,957	17,956	17,970	17,969
38 Meals and lunches	18,314	18,418	16,494	19,211	19,587	20,698	20,288	20,248
39 Repairs and services	6,410	6,319	4,866	5,919	5,976	6,071	6,482	6,448
40 All other departments	19,900	19,718	18,723	21,924	30,031	35,883	29,853	25,128
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	600,079	577,906	568,881	689,205	793,737	822,993	835,884	757,809

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

1981						Change - Variation		Rayon	N ^o
August	September	October	November	December	February/ January 1982	February 1982/1981			
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Février/ janvier 1982	Février 1982/1981			
Thousands of dollars						per cent			
milliers de dollars						pourcentage			
15,225	16,905	16,086	18,421	22,842	+ 28.8	- 1.3	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1	
15,446	19,536	25,362	21,346	23,703	- 4.2	- 13.6	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2	
44,879	59,572	50,437	52,638	69,436	+ 15.6	+ 3.6	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3	
2,204	2,800	3,625	4,534	6,950	- 18.9	+ 37.6	Fourrures	4	
23,402	24,469	25,345	25,819	36,185	- 0.7	+ 4.6	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5	
22,688	18,169	16,396	17,934	25,121	+ 33.3	- 2.9	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6	
12,551	15,265	16,547	23,929	43,184	+ 14.8	+ 5.2	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7	
8,997	9,587	8,617	9,500	13,087	- 0.6	+ 6.3	Sous-vêtements	8	
889	1,469	2,126	3,123	3,945	- 34.5	+ 10.4	Chapeaux	9	
7,373	10,667	10,937	10,687	15,586	- 11.2	+ 2.8	Bas pour dames et fillettes	10	
11,416	16,619	16,583	21,369	35,037	- 3.1	- 5.2	Gants, moufles et articles de perure pour dames et fillettes	11	
22,104	28,614	28,236	26,355	31,323	- 7.9	- 11.9	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12	
21,552	41,073	42,076	50,135	68,716	- 6.5	- 4.9	Vêtements pour hommes	13	
21,999	36,196	37,530	56,255	100,808	- 4.1	+ 4.8	Articles d'habillement pour hommes	14	
18,392	11,023	11,230	13,649	22,321	+ 0.6	- 3.6	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15	
14,075	17,236	17,568	17,087	21,436	- 14.1	- 13.8	Chaussures pour hommes et garçons	16	
52,328	47,568	53,288	58,482	76,487	+ 14.4	+ 7.3	Produits cosmétiques et parfums	17	
37,938	38,702	42,975	50,461	100,686	+ 0.4	+ 7.6	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18	
14,562	13,296	12,986	16,609	31,811	- 11.9	- 2.0	Appareils et fournitures photographiques	19	
4,545	5,722	6,018	6,186	4,605	- 0.5	- 19.2	Tissus à la pièce	20	
23,554	25,638	25,049	25,237	39,605	- 38.6	+ 3.5	Literie et linge de maison	21	
7,464	10,321	10,729	10,039	12,620	- 18.6	- 4.9	Menus articles	22	
9,769	11,955	11,177	18,301	36,041	+ 2.3	- 0.3	Porcelaine et verrerie	23	
11,291	12,253	14,116	13,976	12,311	+ 6.5	- 11.2	Revêtements de plancher	24	
14,241	14,880	15,932	15,914	17,826	- 2.2	- 5.5	Tentures, rideaux et housses	25	
7,981	8,710	9,268	13,026	20,340	- 8.1	- 6.9	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26	
37,828	44,415	42,234	41,441	42,272	- 17.0	- 7.7	Meubles	27	
37,748	39,375	41,570	38,116	43,490	- 21.9	- 4.4	Gros appareils ménagers	28	
29,765	32,673	35,895	45,604	70,303	- 15.4	+ 5.0	Télévision, radio et musique	29	
30,907	29,303	34,358	42,503	75,348	+ 10.1	+ 4.2	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30	
24,835	23,810	27,060	26,868	37,838	- 4.2	+ 11.6	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31	
9,116	9,040	10,492	9,389	9,385	+ 2.2	- 0.4	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32	
17,312	22,185	19,325	33,417	67,819	+ 16.8	- 1.1	Bijouterie	33	
12,646	12,227	21,276	47,723	76,988	+ 13.1	+ 3.1	Jouets et jeux	34	
24,941	22,815	23,472	28,380	53,876	- 19.1	+ 3.3	Articles de sport et véliques	35	
27,346	26,354	23,268	31,923	60,620	+ 3.9	+ 8.5	Papeterie, livres et revues	36	
17,550	16,149	22,490	22,667	23,064	- 21.1	+ 7.3	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37	
20,727	20,366	21,888	23,159	30,880	+ 0.6	+ 11.7	Repas et casse-croûtes	38	
2,137	6,928	8,273	9,568	9,631	- 1.4	+ 29.9	Services et travaux de réparation	39	
23,153	23,407	27,697	25,947	46,932	- 0.9	+ 5.3	Tous autres rayons	40	
786,486	848,390	892,279	1,036,432	1,542,452	- 3.7	+ 1.6	TOTAL, TOUS RAYONS	41	

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

Department	1982		1981				
	January	February	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	thousands of dollars						
	milliers de dollars						
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	14,120	16,142	16,305	16,100	17,026	15,803	16,175
2 Women's and misses' coats and suits	13,901	14,579	16,851	13,386	13,447	14,190	13,932
3 Women's and misses' sportswear	41,368	45,503	43,733	45,634	47,628	42,863	46,888
4 Furs	2,236	3,223	2,339	2,716	2,195	5,357	3,331
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	21,546	22,955	21,879	20,670	23,515	21,016	23,739
6 Girls' and teenage girls' wear	14,700	16,820	17,307	15,869	16,238	15,407	16,238
7 Lingerie and women's sleepwear	16,523	17,865	16,928	15,889	16,847	15,747	16,820
8 Intimate apparel	8,494	9,430	8,856	9,385	9,329	9,159	9,170
9 Millinery	1,657	1,614	1,460	1,460	1,462	1,246	1,326
10 Women's and girls' hosiery	9,245	9,061	8,774	9,278	9,208	8,808	9,411
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	13,812	13,745	14,460	14,633	15,132	13,817	14,651
12 Women's, misses' and children's footwear	21,195	21,992	24,895	24,173	22,733	22,115	23,621
13 Men's clothing	35,264	35,453	37,102	34,932	36,173	37,098	37,004
14 Men's furnishings	36,572	37,381	35,537	37,380	38,102	37,006	39,469
15 Boys' clothing and furnishings	18,822	14,327	14,722	10,506	14,142	11,313	11,216
16 Men's and boys' footwear	15,832	17,203	13,775	15,991	14,805	15,827	15,414
17 Food and kitchen products	57,882	58,785	54,342	47,381	44,394	53,199	54,271
18 Toiletries, cosmetics and drugs	43,743	44,725	41,506	40,969	41,508	42,322	43,141
19 Photographic equipment and supplies	12,542	13,351	13,583	13,058	13,707	13,832	14,772
20 Piece goods	4,529	4,546	5,625	5,362	5,146	4,596	4,711
21 Linens and domestics	22,685	23,377	22,520	23,406	25,084	24,379	25,440
22 Smallwares and notions	8,098	8,523	8,950	8,429	8,365	8,125	8,553
23 China and glassware	10,878	12,817	12,864	13,189	13,513	12,661	14,166
24 Floor coverings	10,688	12,096	13,593	13,564	13,329	13,025	13,456
25 Draperies, curtains and furniture coverings	12,278	13,553	14,303	14,753	14,263	14,823	15,620
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	8,249	8,122	8,720	8,963	8,835	9,343	9,624
27 Furniture	34,811	41,525	44,821	49,013	46,668	48,593	62,713
28 Major appliances	35,597	39,896	41,715	42,155	45,785	40,748	57,077
29 Television, radio and music	31,258	33,882	32,206	32,968	34,800	34,816	37,261
30 Housewares and small electrical appliances	33,652	35,944	34,549	31,481	33,847	33,775	35,802
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	30,825	30,753	27,522	25,898	27,556	28,084	28,381
32 Plumbing, heating and building materials	8,355	9,307	9,360	9,455	9,608	9,037	8,563
33 Jewellery	20,453	21,118	21,251	21,791	22,400	22,639	22,402
34 Toys and games	20,137	21,016	20,416	19,220	20,585	18,078	19,393
35 Sporting goods and luggage	27,256	28,390	27,504	31,049	28,635	28,371	28,147
36 Stationery, books and magazines	23,084	26,284	24,134	23,555	24,796	24,435	24,718
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	21,783	18,707	17,404	17,237	16,973	17,623	17,940
38 Meals and lunches	21,427	23,124	20,702	20,773	20,789	21,669	21,253
39 Repairs and services	7,450	8,209	6,314	6,777	6,827	6,345	6,403
40 All other departments	28,091	29,316	27,732	25,687	28,353	25,105	26,162
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	803,641	862,546	847,678	834,288	865,863	837,993	914,848

(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".

TABIEAU 2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1981 et 1982(1)

1981						Change - Variation		Rayon	N ^o
July	August	September	October	November	December	February/ January 1982	per cent		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Février/ janvier 1982	pourcentage		
thousands of dollars						per cent			
milliers de dollars						pourcentage			
17,198	16,240	16,489	16,428	17,989	16,395	+ 14.3	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- forms pour dames et jeunes filles	1	
14,307	14,540	14,761	15,716	14,443	15,507	+ 4.9	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2	
46,030	45,997	47,992	47,151	46,944	46,198	+ 10.0	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3	
2,537	2,075	2,505	3,125	2,522	3,241	+ 44.1	Fourrures	4	
22,685	21,896	21,445	22,087	22,506	23,082	+ 6.5	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5	
15,709	16,445	15,568	15,547	15,470	15,936	+ 14.4	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6	
17,293	16,657	16,754	17,197	17,585	17,008	+ 8.1	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7	
8,923	9,302	9,091	9,382	9,938	9,292	+ 11.0	Sous-vêtements	8	
1,335	1,398	1,598	1,442	1,571	1,722	- 2.6	Chapeaux	9	
8,973	8,651	9,296	9,355	9,458	9,600	- 2.0	Bas pour dames et fillettes	10	
14,608	15,057	15,909	15,708	14,574	14,364	- 0.5	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11	
23,897	22,655	22,681	22,649	20,086	23,530	+ 3.8	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12	
36,663	38,047	37,187	36,148	36,324	36,916	+ 0.5	Vêtements pour hommes	13	
38,757	37,055	39,378	38,843	37,846	37,931	+ 2.2	Articles d'habillement pour hommes	14	
13,071	11,349	12,179	12,912	13,538	14,294	- 4.3	Articles de toilette, cosmétiques pour garçons	15	
14,094	15,604	15,132	15,133	14,972	14,840	+ 2.2	Chaussures pour hommes et garçons	16	
53,531	34,874	53,711	53,363	58,946	34,945	+ 5.1	Fondation et produits de beauté et parfums	17	
42,978	43,457	43,945	44,136	44,958	45,408	+ 2.2	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18	
13,312	14,880	14,645	14,662	15,069	13,367	+ 6.5	Appareils et fournitures photographiques	19	
4,667	4,949	4,993	5,047	5,486	4,829	+ 0.4	Tissus à la pièce	20	
24,657	24,358	22,920	24,298	21,535	24,738	+ 3.1	Literie et linge de maison	21	
8,522	8,835	9,023	9,311	8,629	8,451	+ 5.2	Menus articles	22	
13,018	11,691	12,591	13,069	13,371	13,266	+ 17.8	Porcelaine et verrerie	23	
12,777	12,140	11,188	11,345	11,620	12,603	+ 13.2	Revêtements de plancher	24	
15,509	15,111	14,022	14,226	14,745	15,202	+ 10.4	Tentures, rideaux et housses	25	
9,939	9,064	8,931	9,047	9,752	9,526	- 1.5	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26	
40,328	37,483	41,297	40,528	41,420	43,521	+ 19.3	Meubles	27	
36,815	36,412	34,944	39,139	38,447	40,740	+ 12.1	Gros appareils ménagers	28	
34,440	32,756	28,889	33,440	35,520	33,454	+ 8.4	Télévision, radio et musique	29	
32,218	33,734	31,658	36,470	35,871	34,223	+ 6.8	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30	
28,412	27,485	24,781	24,036	25,852	26,794	- 0.2	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31	
8,420	10,375	8,173	9,529	10,194	9,803	+ 11.4	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32	
21,507	22,318	24,143	22,749	24,415	21,985	+ 3.3	Bijouterie	33	
19,713	21,218	20,550	20,360	21,361	20,625	+ 4.4	Jouets et jeux	34	
28,003	29,239	28,306	27,562	26,459	28,332	+ 4.2	Articles de sport et valises	35	
24,004	25,940	25,013	25,862	24,987	26,422	+ 13.9	Papeterie, livres et revues	36	
17,810	19,629	17,559	18,645	18,537	16,817	- 14.1	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37	
20,704	20,457	21,190	20,974	21,117	21,388	+ 7.9	Repas et casse-croûtes	38	
7,248	6,859	6,930	7,056	7,279	7,166	+ 10.2	Services et travaux de réparation	39	
46,270	27,325	28,923	29,057	28,392	30,836	+ 4.4	Tous autres rayons	40	
840,511	845,502	828,749	847,932	864,558	862,090	+ 7.3	TOTAL, TOUS RAYONS	41	

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

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

Province and selected metropolitan area	1982		1981					
	January	February	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	thousands of dollars							
	milliers de dollars							
1 Newfoundland	5,603	5,825	6,184	7,847	9,494	9,609	9,854	8,848
2 Prince Edward Island	3,311	2,956	3,185	3,273	4,317	4,316	4,973	5,306
3 Nova Scotia	12,967	13,146	12,952	15,077	20,085	19,956	20,309	18,841
4 New Brunswick	10,210	10,191	10,409	12,436	17,078	16,220	16,612	14,786
5 Quebec	106,158	98,370	100,803	118,500	144,831	154,884	145,347	135,979
6 Ontario	209,112	204,722	193,333	232,652	278,621	290,044	307,749	258,671
7 Manitoba	28,921	29,484	28,516	37,528	40,614	40,472	40,104	39,781
8 Saskatchewan	15,630	15,984	16,220	21,595	22,961	23,703	22,475	21,182
9 Alberta	94,682	89,528	86,057	105,753	112,504	118,234	121,475	113,759
10 British Columbia	111,571	105,658	109,290	132,072	140,829	142,628	143,632	137,567
11 Yukon and Northwest Territories	1,913	2,042	1,932	2,473	2,403	2,928	3,355	3,085
12 CANADA	600,079	577,906	568,881	689,205	793,737	822,993	835,884	757,805
13 Montréal	65,774	60,945	62,569	72,735	89,387	94,134	88,334	82,622
14 Toronto	87,801	86,224	81,007	95,652	113,130	118,197	126,725	118,311
15 Winnipeg	26,332	26,800	26,085	33,866	36,738	36,502	35,752	35,830
16 Vancouver	68,830	64,243	68,220	81,280	86,254	85,943	86,143	81,307

TABLE 4. Number of Department Store Locations, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982

Province and selected metropolitan area	1982		1981					
	January	February	February	March	April	May	June	
	Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	
No.	number - nombre							
1 Newfoundland	15	14	16	17	17	17	16	
2 Prince Edward Island	7	7	7	7	7	7	7	
3 Nova Scotia	30	30	29	29	30	30	30	
4 New Brunswick	27	26	25	26	26	26	26	
5 Quebec	163	163	161	161	161	162	160	
6 Ontario	294	294	279	284	285	285	285	
7 Manitoba	37	37	37	37	37	37	37	
8 Saskatchewan	26	26	26	26	26	26	26	
9 Alberta	82	82	65	65	66	66	67	
10 British Columbia	99	98	95	96	96	96	96	
11 Yukon and Northwest Territories	7	7	7	7	7	7	7	
12 CANADA	787	784	747	755	758	759	757	
13 Montréal	80	80	80	80	80	80	80	
14 Toronto	86	86	80	84	84	84	84	
15 Winnipeg	29	29	29	29	29	29	29	
16 Vancouver	40	39	40	40	40	40	40	

TABLEAU 3. Ventes mensuelles des grands magasins, par province et certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

1981					Change - Variation		Province et certaines zones métropolitaines	N ^o
August	September	October	November	December	February/January 1982	February 1982/1981		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Février/janvier 1982	Février 1982/1981		
Thousands of dollars					per cent			
milliers de dollars					pourcentage			
10,479	9,526	10,454	13,146	19,400	+ 4.0	- 5.8	Terre-Neuve	1
4,949	4,808	4,488	5,360	8,516	- 10.7	- 7.2	Ile-du-Prince-Édouard	2
20,934	19,599	21,763	29,060	45,534	+ 1.4	+ 1.5	Nouvelle-Écosse	3
16,560	16,995	18,438	23,618	34,022	- 0.2	- 2.1	Nouveau-Brunswick	4
143,855	146,869	159,084	176,579	264,016	- 7.3	- 2.4	Québec	5
267,875	301,967	312,584	364,786	562,317	- 2.1	+ 5.9	Ontario	6
38,840	44,651	45,423	54,511	76,621	+ 1.9	+ 3.4	Manitoba	7
21,490	22,636	25,556	30,263	42,556	+ 2.3	- 1.5	Saskatchewan	8
121,743	125,211	139,365	157,178	225,573	- 5.4	+ 4.0	Alberta	9
136,600	152,884	152,058	178,945	258,846	- 5.3	- 3.3	Colombie-Britannique	10
3,162	3,245	3,066	2,985	5,051	+ 6.7	+ 5.7	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
786,486	848,390	892,279	1,036,432	1,542,452	- 3.7	+ 1.6	CANADA	12
83,486	92,978	99,300	110,690	165,297	- 7.3	- 2.6	Montréal	13
116,560	126,829	126,385	147,324	230,378	- 1.8	+ 6.4	Toronto	14
34,713	40,651	41,004	49,523	68,668	+ 1.8	+ 2.7	Winnipeg	15
30,527	92,585	91,004	109,284	153,147	- 6.7	- 5.8	Vancouver	16

TABLEAU 4. Nombre de succursales des grands magasins, par province et certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982

1981						Province et certaines zones métropolitaines	N ^o
July	August	September	October	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
16	16	15	15	15	15	Terre-Neuve	1
7	7	7	7	7	7	Ile-du-Prince-Édouard	2
30	30	30	30	30	30	Nouvelle-Écosse	3
26	27	27	27	27	27	Nouveau-Brunswick	4
160	162	159	160	163	163	Québec	5
285	290	290	292	294	294	Ontario	6
37	37	37	37	37	37	Manitoba	7
25	26	27	26	26	26	Saskatchewan	8
66	70	78	80	82	82	Alberta	9
96	96	96	97	99	99	Colombie-Britannique	10
7	7	7	7	7	7	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
755	768	773	778	787	787	CANADA	12
81	80	80	80	80	80	Montréal	13
84	85	85	85	86	86	Toronto	14
39	29	29	29	29	29	Winnipeg	15
40	40	40	40	40	40	Vancouver	16

TABLE 5. Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1981 and 1982
January-February

TABLÉAU 5. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982
Janvier-février

Department Rayon No.	Sales - Ventes		Change 1982/1981
	1981	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	20,431	18,679	- 8.6
2 Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	23,241	20,406	- 12.2
3 Women's and misses' sportswear - Vêtements sport pour dames et jeunes filles	55,224	54,245	- 1.8
4 Furs - Fourrures	7,249	7,590	+ 4.7
5 Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambre d'enfants	29,637	30,747	+ 3.7
6 Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'ado- lescentes	18,969	17,382	- 8.4
7 Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	19,315	19,216	- 0.5
8 Intimate apparel - Sous-vêtements	13,765	13,283	- 3.5
9 Millinery - Chapeaux	1,869	2,254	+ 20.6
10 Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	14,031	14,219	+ 1.3
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	16,799	15,948	- 5.1
12 Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	27,978	24,911	- 11.0
13 Men's clothing - Vêtements pour hommes	46,432	43,402	- 6.5
14 Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	41,661	41,810	+ 0.4
15 Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habille- ment pour garçons	12,852	12,121	- 5.7
16 Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	18,356	17,169	- 6.5
17 Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	102,653	104,635	+ 1.9
18 Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	64,190	67,074	+ 4.5
19 Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photo- graphiques	17,712	16,993	- 4.1
20 Piece goods - Tissus à la pièce	9,558	7,714	- 19.3
21 Linens and domestics - Literie et linge de maison	39,092	38,231	- 2.2
22 Smallwares and notions - Menus articles	17,101	15,774	- 7.8
23 China and glassware - Porcelaine et verrerie	16,112	14,804	- 8.1
24 Floor coverings - Revêtements de plancher	21,860	18,690	- 14.5
25 Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	21,101	18,836	- 10.7
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	13,712	11,662	- 15.0
27 Furniture - Meubles	85,518	68,746	- 19.6
28 Major appliances - Gros appareils ménagers	70,096	62,799	- 10.4
29 Television, radio and music - Télévision, radio et musique	52,072	51,225	- 1.6
30 Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	47,496	48,112	+ 1.3
31 Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	38,127	41,412	+ 8.6
32 Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	13,144	12,671	- 3.6
33 Jewellery - Bijouterie	21,391	20,962	- 2.0
34 Toys and games - Jouets et jeux	14,541	14,737	+ 1.3
35 Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	36,642	35,952	- 1.9
36 Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	34,938	35,580	+ 1.8
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	24,721	28,915	+ 17.0
38 Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	34,168	36,732	+ 7.5
39 Repairs and services - Services et travaux de réparation	10,488	12,729	+ 21.4
40 All other departments - Tous autres rayons	38,590	39,618	+ 2.7
41 ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	1,212,832	1,177,985	- 2.9

TABLE 6. Department Store Cumulative Sales, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982 January-February

TABLEAU 6. Ventes cumulatives des grands magasins, par province et certaines zones métropolitaines, 1981 et 1982 Janvier-février

Province and selected metropolitan area Province et certaines zones métropolitaines	Sales - Ventes		Change 1982/1981
	1981	1982	Variation 1982/1981
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	12,196	11,428	- 6.3
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	6,465	6,267	- 3.1
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	25,056	26,113	+ 4.2
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	20,845	20,401	- 2.1
Québec	218,043	204,528	- 6.2
Ontario	420,044	413,834	- 1.5
Manitoba	58,802	58,405	- 0.7
Saskatchewan	33,556	31,614	- 5.8
Alberta	180,716	184,210	+ 1.9
British Columbia - Colombie-Britannique	233,184	217,229	- 6.8
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	3,924	3,955	+ 0.8
CANADA	1,212,832	1,177,985	- 2.9
Montréal	135,811	126,719	- 6.7
Toronto	177,031	174,025	- 1.7
Winnipeg	53,702	53,132	- 1.1
Vancouver	146,238	133,073	- 9.0

TABLE 7. Department Store Monthly Sales as a Percentage of Total Retail Trade, by Province, 1981 and 1982 February

TABLEAU 7. Proportions procentuelles mensuelles des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province, 1981 et 1982 Février

Province	1981 ^F	1982
	per cent - pourcentage	
Newfoundland - Terre-Neuve	5.7	5.3
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	12.6	12.8
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	6.7	6.6
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	6.8	6.7
Québec	6.5	6.2
Ontario	8.8	8.8
Manitoba	12.5	11.5
Saskatchewan	6.5	5.8
Alberta	12.0	11.6
British Columbia - Colombie-Britannique	13.3	12.7
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11.4	10.1
CANADA	9.1	8.8

TABLE 8. Department Store Monthly Stocks, (1) by Department, Canada, 1981 and 1982

Department	1982		1981					
	January	February	February	March	April	May	June	July
No.	Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
	thousands of dollars							
	milliers de dollars							
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	45,563	46,324	41,527	44,182	55,777	49,305	38,560	41,378
2 Women's and misses' coats and suits	28,018	36,932	35,537	35,610	36,228	30,420	31,220	62,215
3 Women's and misses' sportswear	98,814	104,198	98,540	107,490	130,438	122,096	102,218	111,202
4 Furs	18,433	17,186	20,013	20,508	20,567	19,732	18,881	18,545
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	61,548	60,033	55,118	56,341	76,929	70,698	64,197	87,509
6 Girls' and teenage girls' wear	35,182	39,073	36,024	38,848	49,000	46,679	38,556	55,464
7 Lingerie and women's sleepwear	40,036	40,592	35,854	39,749	49,924	48,059	41,209	42,895
8 Intimate apparel	32,235	28,340	27,335	26,247	30,791	33,642	28,288	30,624
9 Millinery	1,705	1,194	1,393	922	1,266	1,630	1,063	1,105
10 Women's and girls' hosiery	20,962	21,453	22,297	23,435	27,829	26,606	22,966	23,713
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	34,682	38,123	43,106	47,365	55,094	52,441	44,411	47,078
12 Women's, misses' and children's footwear	87,084	94,059	83,004	91,621	106,156	99,470	91,184	92,436
13 Men's clothing	121,023	144,954	149,408	149,075	172,679	166,122	136,514	158,858
14 Men's furnishings	115,358	119,780	120,876	127,563	151,959	142,916	121,030	134,045
15 Boys' clothing and furnishings	35,239	37,930	39,004	39,427	41,704	31,357	36,347	54,470
16 Men's and boys' footwear	67,699	60,441	53,376	71,029	84,270	65,669	77,921	81,004
17 Food and kindred products	38,798	32,819	38,920	33,536	33,543	22,371	33,963	38,435
18 Toiletries, cosmetics and drugs	168,715	136,298	124,172	126,965	146,190	144,270	151,929	140,976
19 Photographic equipment and supplies	54,039	47,485	45,605	43,377	54,377	54,345	44,721	52,359
20 Piece goods	26,758	27,466	32,904	30,913	33,208	30,734	28,255	29,504
21 Linens and domestics	105,895	104,167	98,075	99,696	113,422	116,813	107,465	109,552
22 Smallwares and notions	35,714	32,999	39,851	34,954	43,647	44,092	42,425	45,022
23 China and glassware	79,696	84,356	65,490	75,849	84,310	87,525	83,694	83,251
24 Floor coverings	59,308	53,602	50,649	51,129	56,820	60,777	60,816	64,769
25 Draperies, curtains and furniture coverings	74,144	67,185	63,945	64,469	72,116	71,392	63,663	71,225
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	44,908	43,607	43,760	43,978	48,504	53,929	46,369	49,593
27 Furniture	203,525	197,657	173,941	182,199	220,320	218,557	190,776	210,158
28 Major appliances	67,844	57,690	69,699	69,867	78,608	70,973	60,241	71,148
29 Television, radio and music	119,077	113,348	104,349	112,138	126,402	121,670	116,182	116,956
30 Housewares and small electrical appliances	128,912	117,029	114,651	122,252	145,705	145,948	133,143	136,006
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	109,649	96,519	104,052	116,127	136,162	142,049	121,386	149,710
32 Plumbing, heating and building materials	33,209	31,260	32,025	26,756	33,932	33,413	28,427	32,969
33 Jewellery	112,886	113,175	105,696	106,713	121,229	116,849	103,945	112,285
34 Toys and games	73,582	67,604	65,359	64,426	78,541	70,483	62,370	68,908
35 Sporting goods and luggage	106,210	109,124	108,939	119,356	157,754	155,526	133,077	133,273
36 Stationery, books and magazines	85,895	77,322	73,845	73,839	90,088	89,601	87,492	95,990
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	45,833	44,780	44,580	38,885	48,942	51,174	38,987	47,474
38 Meals and lunches	1,490	959	2,183	1,638	2,520	2,159	2,102	1,315
39 Repairs and services	5,313	4,271	4,326	4,401	5,444	5,710	4,742	6,498
40 All other departments	60,107	58,607	60,220	67,247	82,468	84,960	73,576	76,609
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	2,685,020	2,618,121	2,529,228	2,626,322	3,104,437	3,038,362	2,694,529	2,984,668

(1) At selling value.

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

1981		Change - Variation					Rayon	N°
August	September	October	November	December	February/ January 1982	February 1982/1981		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Février/ janvier 1982	Février 1982/1981		
thousands of dollars					per cent			
milliers de dollars					pourcentage			
40,110	42,433	60,868	53,743	45,786	+ 1.7	+ 11.6	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
62,598	65,510	74,549	60,145	35,084	+ 31.8	+ 3.9	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
115,399	112,846	145,329	137,595	98,048	+ 5.4	+ 5.7	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
20,458	23,087	26,720	25,164	21,835	- 6.8	- 14.1	Fourrures	4
76,509	68,429	95,947	77,979	67,473	- 2.5	+ 8.9	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
52,124	45,402	58,618	47,903	34,740	+ 11.1	+ 8.5	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
44,299	43,870	66,798	68,615	40,870	+ 1.4	+ 13.2	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
30,668	25,971	38,477	37,252	31,901	- 12.1	+ 3.7	Sous-vêtements	8
1,051	1,316	2,228	3,278	3,176	- 30.0	- 10.3	Chapeaux	9
26,739	21,390	26,752	26,604	20,685	+ 2.3	- 3.8	Bas pour dames et fillettes	10
46,796	41,470	62,312	58,656	36,800	+ 9.9	- 11.6	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
92,706	84,756	106,815	97,717	94,118	+ 8.0	+ 13.5	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
194,661	161,689	216,974	199,854	166,475	+ 19.8	- 3.0	Vêtements pour hommes	13
140,200	141,906	189,605	168,161	106,990	+ 3.8	- 0.5	Articles d'habillement pour hommes	14
41,136	40,981	58,324	46,410	38,258	+ 7.6	- 3.0	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
80,800	71,814	97,481	81,398	75,415	- 1.4	- 6.3	Chaussures pour hommes et garçons	16
25,972	28,981	27,539	41,864	29,542	- 15.3	+ 13.5	Pratiques accessoires et accessoires	17
135,451	133,437	207,518	208,172	151,758	- 19.2	+ 9.8	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
54,016	50,905	73,533	60,609	44,326	- 12.1	+ 4.1	Appareils et fournitures photographiques	19
29,430	27,118	33,092	31,946	31,088	+ 2.6	- 16.5	Tissus à la pièce	20
105,405	94,301	130,181	129,636	119,597	- 1.6	+ 6.2	Literie et linge de maison	21
42,216	38,577	44,058	38,940	42,654	- 7.6	- 17.2	Menus articles	22
84,672	80,361	97,243	98,814	106,167	+ 5.8	+ 28.8	Porcelaine et verrerie	23
63,337	54,133	65,359	59,506	65,866	- 9.6	+ 5.8	Revêtements de plancher	24
68,415	61,290	80,407	76,567	76,135	- 9.4	+ 5.1	Tentures, rideaux et housses	25
51,868	46,759	62,835	56,345	43,174	- 2.9	- 0.3	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
206,187	188,648	242,317	214,318	235,492	- 2.9	+ 13.6	Meubles	27
69,540	63,806	86,617	85,701	81,341	- 15.0	- 17.2	Gros appareils ménagers	28
116,657	110,190	154,194	149,478	128,746	- 4.8	+ 8.6	Télévision, radio et musique	29
136,688	129,288	166,685	166,409	125,323	- 9.2	+ 2.1	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
147,239	119,280	172,256	142,516	123,405	- 12.0	- 7.2	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
32,025	27,271	36,533	32,823	34,188	- 5.9	- 2.4	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
112,351	102,891	144,241	140,645	108,452	+ 0.3	+ 7.1	Bijouterie	33
87,015	96,375	141,712	112,165	55,211	- 8.1	+ 3.4	Jouets et jeux	34
125,094	129,179	188,551	152,263	123,955	+ 2.7	+ 0.2	Articles de sport et valises	35
89,539	86,460	115,752	100,566	74,561	- 10.0	+ 4.7	Papeterie, livres et revues	36
44,692	40,979	62,274	55,507	47,540	- 2.3	+ 0.4	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
1,159	1,316	1,522	1,386	1,346	- 35.6	- 56.1	Repas et casse-croûtes	38
1,882	5,575	6,805	5,825	4,473	- 19.6	- 1.3	Services et travaux de réparation	39
74,947	67,914	90,286	80,257	77,757	- 2.5	- 2.7	Tous autres rayons	40
2,405,056	2,775,866	3,769,427	3,437,350	2,842,349	- 2.5	+ 3.5	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Valeur de vente.

TABLE 9. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982(1)

Department No.	1982		1981					
	January	February	February	March	April	May	June	
	Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	
	thousands of dollars							
	milliers de dollars							
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	50,429	45,920	40,790	41,811	46,531	44,347	45,785	
2 Women's and misses' coats and suits	37,095	42,242	40,201	40,178	46,027	43,463	44,511	
3 Women's and misses' sportswear	119,499	112,161	105,201	105,891	110,214	106,134	109,336	
4 Furs	18,761	20,009	23,044	27,744	25,379	24,102	23,584	
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	75,263	69,830	63,459	62,104	71,749	67,803	71,085	
6 Girls' and teenage girls' wear	46,667	43,414	40,017	41,048	43,868	43,034	42,083	
7 Lingerie and women's sleepwear	52,520	48,671	42,904	41,375	45,580	43,508	45,849	
8 Intimate apparel	31,578	29,341	28,039	27,878	30,522	31,544	31,275	
9 Millinery	
10 Women's and girls' hosiery	22,997	24,032	24,958	24,237	26,343	24,353	24,839	
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	40,683	42,806	48,429	52,193	51,122	50,943	51,870	
12 Women's, misses' and children's footwear	101,508	104,071	90,849	91,759	95,524	92,660	97,066	
13 Men's clothing	153,252	158,350	167,780	161,634	169,542	165,578	163,549	
14 Men's furnishings	125,734	127,857	127,194	129,475	141,774	136,520	136,989	
15 Boys' clothing and furnishings	40,399	39,543	40,447	41,873	40,721	38,528	41,134	
16 Men's and boys' footwear	83,989	80,288	77,868	71,395	76,899	77,348	83,849	
17 Food and kindred products	
18 Toiletries, cosmetics and drugs	171,755	160,938	145,190	139,476	140,405	135,822	139,633	
19 Photographic equipment and supplies	54,901	54,145	51,930	49,382	53,584	51,091	51,192	
20 Piece goods	29,154	28,321	33,625	29,542	31,082	28,225	29,111	
21 Linens and domestics	115,973	106,423	99,123	103,098	101,405	102,405	103,501	
22 Smallwares and notions	39,940	37,456	44,764	38,014	41,014	37,512	39,709	
23 China and glassware	88,374	95,469	73,374	82,796	83,492	83,644	89,264	
24 Floor coverings	57,536	54,881	51,894	53,809	55,892	57,576	60,131	
25 Draperies, curtains and furniture coverings	77,597	66,991	63,207	65,212	68,493	64,925	65,022	
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	52,237	47,920	47,575	44,057	46,945	48,920	46,654	
27 Furniture	216,978	203,938	179,274	183,391	197,278	196,438	187,642	
28 Major appliances	66,319	54,569	65,785	68,290	72,243	66,200	62,608	
29 Television, radio and music	128,274	125,621	114,443	113,834	115,299	114,653	120,259	
30 Housewares and small electrical appliances	144,845	126,395	122,821	125,284	130,806	132,343	134,842	
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	
32 Plumbing, heating and building materials	
33 Jewellery	128,557	123,607	114,207	110,286	114,162	108,184	110,216	
34 Toys and games	87,608	87,820	84,302	76,835	83,174	75,650	77,691	
35 Sporting goods and luggage	142,755	133,452	133,118	123,035	141,496	132,645	139,948	
36 Stationery, books and magazines	97,475	91,225	86,240	84,099	92,398	82,711	91,185	
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	
38 Meals and lunches	
39 Repairs and services	
40 All other departments	
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,009,775	2,905,472	2,804,660	2,742,895	2,920,174	2,821,659	2,882,466	

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

TABLEAU 9. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1981 et 1982(1)

1981						Change - Variation		Rayon	No
July	August	September	October	November	December	February/ January 1982	Rayon		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Février/ janvier 1982			
thousands of dollars						per cent			
milliers de dollars						pourcentage			
44,801	44,072	49,974	53,766	46,802	50,564	- 8.9	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1	
49,182	46,652	49,005	51,731	51,481	47,334	+ 13.9	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2	
107,276	113,963	128,438	132,346	119,575	126,907	- 6.1	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3	
18,749	17,199	19,465	19,909	19,702	20,823	+ 6.7	Fourrures	4	
71,285	71,291	70,677	83,049	72,103	77,662	- 4.7	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5	
45,612	47,480	46,258	50,528	41,910	49,389	- 7.0	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6	
44,738	44,441	46,019	50,689	51,397	53,940	- 7.3	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7	
31,920	30,431	30,125	35,643	31,750	31,758	- 7.1	Sous-vêtements	8	
...	Chapeaux	9	
22,571	23,762	21,634	24,948	25,030	24,307	+ 4.5	Bas pour dames et fillettes	10	
50,233	47,586	44,520	47,566	42,514	44,210	+ 5.2	Gants, mouflés et articles de parure pour dames et fillettes	11	
85,006	83,414	87,876	98,811	99,417	107,147	+ 2.5	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12	
160,967	166,991	160,374	173,690	169,110	184,256	+ 3.3	Vêtements pour hommes	13	
144,633	139,395	143,383	144,535	137,001	142,441	+ 1.6	Articles d'habillement pour hommes	14	
46,133	41,091	41,413	45,601	34,020	42,984	- 3.6	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15	
30,860	73,001	74,552	78,096	80,425	80,536	- 2.5	Chaussures pour hommes et garçons	16	
...	Produits alimentaires et confection	17	
144,882	150,418	153,517	165,340	153,928	174,134	- 6.3	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18	
54,292	60,911	59,706	53,772	46,698	47,468	- 1.4	Appareils et fournitures photographiques	19	
29,670	28,069	29,479	31,828	32,482	32,645	- 2.9	Issus à la pièce	20	
112,975	112,169	114,945	124,420	121,337	121,727	- 8.2	Literie et linge de maison	21	
40,940	41,070	43,050	44,023	40,352	42,701	- 6.2	Menus articles	22	
83,653	84,175	88,260	85,556	83,954	99,819	+ 8.0	Porcelaine et verrerie	23	
65,344	61,744	62,872	64,292	62,916	59,683	- 4.6	Revêtements de plancher	24	
71,475	70,112	70,416	77,658	75,786	74,351	- 13.7	Tentures, rideaux et housses	25	
48,037	50,519	50,485	54,047	49,841	52,645	- 8.3	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26	
209,571	225,046	230,339	245,633	217,405	210,637	- 6.0	Meubles	27	
74,869	82,491	81,782	87,377	81,310	71,603	- 17.7	Gros appareils ménagers	28	
122,776	124,381	128,682	141,579	127,378	123,143	- 2.1	Télévision, radio et musique	29	
137,853	138,826	142,844	150,126	144,905	146,132	- 12.7	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30	
...	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31	
...	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32	
117,761	114,062	116,789	123,157	111,898	121,135	- 3.9	Bijouterie	33	
80,774	81,997	74,226	79,262	84,050	102,718	+ 0.2	Jouets et jeux	34	
135,924	129,658	128,677	148,395	133,237	145,027	- 6.5	Articles de sport et valises	35	
91,936	83,869	88,905	91,590	82,283	94,994	- 6.4	Papeterie, livres et revues	36	
...	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37	
...	Repas et casses-croûtes	38	
...	Services et travaux de réparation	39	
...	Tous autres rayons	40	
2,939,112	2,977,993	2,970,429	3,197,410	3,018,927	3,172,973	- 3.5	TOTAL, TOUS RAYONS	41	

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

TABLE 10. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1981 and 1982

No.	Department	1982		1981				
		January	February	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	February	March	April	May	June
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5.58	4.41	3.90	3.21	3.08	2.32	2.05
2	Women's and misses' coats and suits	2.69	3.70	3.08	2.47	2.63	3.81	5.55
3	Women's and misses' sportswear	3.93	3.58	3.51	2.76	2.87	2.52	2.23
4	Furs	4.40	5.06	8.10	12.82	31.84	19.77	38.77
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.99	3.92	3.76	3.14	3.41	3.51	3.20
6	Girls' and teenage girls' wear	4.72	3.93	3.52	2.69	3.13	3.23	2.69
7	Lingerie and women's sleepwear	4.47	3.95	3.67	3.48	3.59	3.07	2.73
8	Intimate apparel	4.84	4.28	4.39	3.11	3.13	3.34	2.81
9	Millinery	1.25	1.34	1.72	1.14	1.20	1.88	1.28
10	Women's and girls' hosiery	2.78	3.21	3.43	2.83	2.91	3.03	2.90
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4.28	4.86	5.21	4.38	4.24	4.08	3.71
12	Women's, misses' and children's footwear	6.72	7.87	6.12	4.40	4.38	4.20	4.18
13	Men's clothing	5.40	6.91	6.77	4.69	5.16	5.13	3.85
14	Men's furnishings	5.41	5.85	6.16	4.97	5.23	4.76	3.00
15	Boys' clothing and furnishings	5.83	6.24	6.20	4.07	3.69	3.79	4.01
16	Men's and boys' footwear	7.29	8.71	6.93	5.46	5.23	5.61	4.93
17	Food and kindred products	0.80	0.58	0.55	0.73	0.88	0.59	0.70
18	Toiletries, cosmetics and drugs	5.04	4.06	3.99	3.71	3.91	3.68	3.48
19	Photographic equipment and supplies	5.98	5.97	5.62	4.50	4.89	4.55	3.14
20	Piece goods	6.92	7.14	6.91	5.48	6.03	6.07	6.51
21	Linens and domestics	4.47	7.16	6.98	5.62	5.43	5.27	4.56
22	Smallwares and notions	4.11	4.66	5.36	4.53	5.57	6.67	6.43
23	China and glassware	10.89	11.27	8.72	8.26	8.20	7.77	7.42
24	Floor coverings	6.55	5.56	4.67	4.00	4.38	4.62	4.78
25	Draperies, curtains and furniture coverings	7.78	7.21	6.49	4.85	4.73	4.60	3.94
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	7.39	7.81	7.30	6.05	6.01	7.02	6.03
27	Furniture	5.42	6.34	5.15	4.17	5.09	4.30	3.07
28	Major appliances	1.92	2.09	2.42	1.88	1.98	1.66	1.06
29	Television, radio and music	4.29	4.83	4.67	4.14	4.67	4.67	4.42
30	Housewares and small electrical appliances	5.63	4.64	4.74	5.31	5.02	4.45	4.22
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	5.18	4.76	5.73	5.48	4.68	4.12	3.80
32	Plumbing, heating and building materials	5.30	4.88	4.98	3.33	3.30	2.88	2.68
33	Jewellery	11.68	10.02	9.26	7.10	6.80	5.83	5.48
34	Toys and games	10.64	8.64	8.61	6.89	5.81	6.29	5.46
35	Sporting goods and luggage	5.34	6.79	7.00	5.63	5.56	4.83	3.76
36	Stationery, books and magazines	4.92	4.26	4.42	4.24	4.61	4.48	4.39
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	2.84	3.51	3.75	2.60	2.73	2.85	2.77
38	Meals and lunches	0.08	0.05	0.13	0.09	0.13	0.10	0.10
39	Repairs and services	0.83	0.68	0.89	0.74	0.91	0.94	0.77
40	All other departments	3.02	2.97	3.22	3.07	2.75	2.37	2.44
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.37	4.42	4.35	3.75	3.88	3.62	3.10

TABLEAU 10. Rapports mensuels stocks-ventes, des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982

1981						Rayon	N ^o
July	August	September	October	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
2.54	2.63	2.51	3.78	2.92	2.00	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
9.02	4.05	3.35	2.94	2.82	1.48	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
2.75	2.57	1.89	2.88	2.61	1.41	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
13.51	9.28	8.25	7.37	5.55	3.14	Fourrures	4
4.39	3.27	2.80	3.79	3.02	1.86	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
4.41	2.30	2.50	3.58	2.67	1.38	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
2.87	3.53	2.87	4.04	2.87	0.95	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3.35	3.41	2.71	4.47	3.92	2.44	Sous-vêtements	8
1.25	1.18	0.90	1.05	1.05	0.81	Chapeaux	9
3.72	3.63	2.01	2.45	2.49	1.33	Bas pour dames et fillettes	10
4.58	4.10	2.50	3.76	2.74	1.05	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
5.18	4.19	2.96	3.78	3.71	3.00	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
6.10	6.17	3.94	5.16	3.99	2.42	Vêtements pour hommes	13
4.61	5.11	3.92	5.05	2.99	1.06	Articles d'habillement pour hommes	14
6.59	2.51	3.46	4.98	3.40	1.53	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
6.73	5.74	4.17	5.68	4.81	3.24	Chaussures pour hommes et garçons	16
4.67	0.46	0.56	0.67	0.63	0.33	Produits alimentaires et connexes	17
3.76	3.57	3.45	4.83	4.13	1.51	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
3.84	3.71	3.83	5.66	3.65	1.39	Appareils et fournitures photographiques	19
3.21	6.48	4.74	5.50	5.16	6.75	Tisais à la pièce	20
4.06	4.48	3.68	5.20	5.14	3.02	Literie et linge de maison	21
6.27	5.66	3.74	4.11	3.88	3.38	Menus articles	22
7.60	8.67	6.72	8.70	5.40	2.95	Porcelaine et verrerie	23
5.07	5.61	4.42	4.63	4.26	5.35	Revêtements de plancher	24
4.25	4.80	4.12	5.05	4.81	4.27	Tentures, rideaux et housses	25
5.84	6.50	5.37	6.78	4.33	2.12	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
4.44	5.45	4.25	5.74	5.17	5.57	Meubles	27
1.57	1.84	1.62	2.08	2.25	1.87	Gros appareils ménagers	28
3.98	3.92	3.37	4.30	3.28	1.83	Télévision, radio et musique	29
4.34	4.42	4.41	4.85	3.92	1.66	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
5.55	5.93	5.01	6.37	5.30	3.26	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
3.40	3.51	3.02	3.48	3.50	3.64	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
6.88	6.49	4.64	7.46	4.21	1.60	Bijouterie	33
5.34	6.88	7.88	6.65	2.35	0.72	Jouets et jeux	34
4.32	5.02	5.66	8.03	5.37	2.30	Articles de sport et valises	35
5.21	3.27	3.28	4.97	3.15	1.23	Papeterie, livres et revues	36
2.64	2.77	2.54	2.77	2.45	2.06	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
1.06	0.06	0.06	0.07	0.06	0.04	Repas et casse-croûtes	38
1.00	0.96	0.80	0.82	0.61	0.46	Services et travaux de réparation	39
3.04	2.98	2.90	3.26	3.09	1.66	Tous autres rayons	40
3.84	3.71	3.21	4.14	3.28	1.82	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 11. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, Canada, 1981 and 1982

No.	Department	1982		1981				
		January	February	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	0.18	0.23	0.28	0.32	0.36	0.40	0.43
2	Women's and misses' coats and suits	0.33	0.31	0.35	0.41	0.38	0.24	0.18
3	Women's and misses' sportswear	0.26	0.29	0.31	0.38	0.38	0.38	0.41
4	Furs	0.21	0.19	0.12	0.08	0.03	0.05	0.03
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	0.24	0.25	0.28	0.32	0.34	0.27	0.30
6	Girls' and teenage girls' wear	0.21	0.27	0.32	0.39	0.36	0.30	0.34
7	Lingerie and women's sleepwear	0.22	0.25	0.28	0.30	0.31	0.32	0.34
8	Intimate apparel	0.21	0.22	0.23	0.32	0.34	0.31	0.33
9	Millinery	0.56	0.62	0.57	0.70	0.96	0.60	0.62
10	Women's and girls' hosiery	0.36	0.32	0.30	0.36	0.37	0.32	0.32
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	0.23	0.22	0.20	0.24	0.25	0.24	0.25
12	Women's, misses' and children's footwear	0.14	0.13	0.17	0.24	0.25	0.23	0.23
13	Men's clothing	0.16	0.16	0.17	0.21	0.21	0.19	0.23
14	Men's furnishings	0.19	0.17	0.17	0.21	0.21	0.20	0.31
15	Boys' clothing and furnishings	0.17	0.17	0.17	0.23	0.29	0.25	0.25
16	Men's and boys' footwear	0.13	0.12	0.15	0.19	0.21	0.18	0.19
17	Food and kindred products	1.50	1.57	1.76	1.46	1.66	1.67	1.44
18	Toiletries, cosmetics and drugs	0.21	0.22	0.24	0.27	0.27	0.27	0.37
19	Photographic equipment and supplies	0.18	0.16	0.18	0.22	0.23	0.22	0.28
20	Piece goods	0.13	0.14	0.15	0.18	0.17	0.16	0.15
21	Linens and domestics	0.21	0.14	0.16	0.18	0.20	0.19	0.21
22	Smallwares and notions	0.22	0.21	0.21	0.21	0.20	0.15	0.15
23	China and glassware	0.08	0.09	0.11	0.13	0.13	0.13	0.13
24	Floor coverings	0.14	0.17	0.22	0.25	0.24	0.22	0.21
25	Draperies, curtains and furniture coverings	0.13	0.13	0.16	0.21	0.22	0.22	0.24
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	0.14	0.13	0.15	0.17	0.17	0.15	0.15
27	Furniture	0.17	0.16	0.19	0.25	0.22	0.23	0.30
28	Major appliances	0.47	0.44	0.44	0.53	0.53	0.57	0.86
29	Television, radio and music	0.22	0.20	0.21	0.25	0.23	0.21	0.22
30	Housewares and small electrical appliances	0.18	0.21	0.22	0.19	0.22	0.22	0.23
31	Hardware, paint, wallpaper, etc.	0.18	0.20	0.19	0.19	0.23	0.25	0.24
32	Plumbing, heating and building materials	0.19	0.20	0.20	0.27	0.34	0.34	0.34
33	Jewellery	0.09	0.10	0.11	0.14	0.16	0.17	0.17
34	Toys and games	0.11	0.11	0.12	0.14	0.19	0.15	0.17
35	Sporting goods and luggage	0.17	0.15	0.15	0.19	0.20	0.21	0.25
36	Stationery, books and magazines	0.22	0.22	0.23	0.24	0.24	0.22	0.23
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	0.35	0.28	0.29	0.36	0.41	0.36	0.40
38	Meals and lunches	12.92	15.04	7.40	10.06	9.42	8.85	9.33
39	Repairs and services	1.31	1.32	1.09	1.36	1.21	1.09	1.34
40	All other departments	0.29	0.33	0.35	0.34	0.40	0.43	0.38
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	0.22	0.22	0.23	0.27	0.28	0.27	0.29

TABLEAU 11. Rapports mensuels ventes-stocks, des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982

1981						Rayon	N ^o
July Juillet	August Août	September Septembre	October Octobre	November Novembre	December Décembre		
0.41	0.37	0.41	0.31	0.32	0.46	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
0.15	0.25	0.30	0.36	0.32	0.50	Manleaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
0.38	0.40	0.52	0.39	0.37	0.59	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
0.07	0.11	0.13	0.15	0.17	0.30	Fourrures	4
0.26	0.29	0.34	0.31	0.30	0.50	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
0.27	0.42	0.37	0.32	0.34	0.61	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
0.36	0.29	0.35	0.30	0.35	0.79	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.31	0.29	0.34	0.27	0.25	0.38	Sous-vêtements	8
0.82	0.82	1.24	1.20	1.13	1.22	Chapeaux	9
0.27	0.29	0.44	0.45	0.40	0.66	Bas pour dames et fillettes	10
0.22	0.24	0.38	0.32	0.35	0.73	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
0.19	0.24	0.32	0.29	0.26	0.33	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
0.18	0.18	0.23	0.22	0.24	0.38	Vêtements pour hommes	13
0.23	0.20	0.25	0.23	0.31	0.73	Articles d'habillement pour hommes	14
0.18	0.34	0.29	0.24	0.26	0.55	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
0.15	0.17	0.23	0.20	0.19	0.29	Chaussures pour hommes et garçons	16
1.46	1.92	1.81	1.73	1.67	2.27	Produits alimentaires et connexes	17
0.27	0.27	0.29	0.25	0.24	0.56	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
0.28	0.27	0.25	0.21	0.25	0.61	Appareils et fournitures photographiques	19
3.12	0.15	0.20	0.20	0.19	0.15	Tissus à la pièce	20
0.25	0.22	0.26	0.22	0.19	0.32	Literie et linge de maison	21
0.16	0.17	0.26	0.26	0.24	0.31	Menus articles	22
0.13	0.12	0.14	0.13	0.19	0.35	Porcelaine et verrerie	23
0.20	0.18	0.21	0.24	0.22	0.20	Revêtements de plancher	24
0.25	0.20	0.23	0.22	0.20	0.23	Tentures, rideaux et housses	25
0.18	0.16	0.18	0.17	0.22	0.41	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
0.24	0.18	0.22	0.20	0.18	0.19	Meubles	27
0.69	0.54	0.59	0.55	0.44	0.52	Gros appareils ménagers	28
0.25	0.25	0.29	0.27	0.30	0.51	Télévision, radio et musique	29
0.23	0.23	0.22	0.23	0.26	0.52	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
0.20	0.17	0.18	0.19	0.17	0.28	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
0.32	0.28	0.30	0.33	0.27	0.28	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
0.15	0.15	0.21	0.16	0.23	0.54	Bijouterie	33
0.20	0.16	0.13	0.18	0.38	0.92	Jouets et jeux	34
0.23	0.19	0.18	0.15	0.17	0.39	Articles de sport et valises	35
0.20	0.29	0.30	0.23	0.30	0.69	Papeterie, livres et revues	36
0.42	0.36	0.36	0.44	0.38	0.45	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
11.87	16.76	16.46	15.42	15.93	22.61	Repas et casse-croûtes	38
1.15	0.99	1.21	1.34	1.52	1.87	Services et travaux de réparation	39
0.34	0.33	0.33	0.35	0.30	0.59	Tous autres rayons	40
0.27	0.26	0.29	0.27	0.29	0.49	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 12. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, (1) Unadjusted, Canada, 1980-1982

TABLEAU 12. Montants à recevoir(1), non ajustés 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 ^r	- 9.1	+ 4.5
February - Février	1,453,884	1,488,706	1,554,767	- 4.3	+ 4.4
March - Mars	1,388,475	1,476,287			
April - Avril	1,397,066	1,483,717			
May - Mai	1,381,243	1,493,281			
June - Juin	1,359,373	1,501,535			
July - Juillet	1,341,270	1,523,351			
August - Août	1,346,822	1,512,048			
September - Septembre	1,401,404	1,537,138			
October - Octobre	1,434,563	1,550,904			
November - Novembre	1,490,778	1,622,633			
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 13. Department Stores' Month-end Accounts Receivable, (1) Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982

TABLEAU 13. 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	1,460.9	1,526.9	- 2.3	+ 4.5
February - Février	1,438.8	1,473.5	1,539.1	+ 0.8	+ 4.5
March - Mars	1,408.9	1,497.4			
April - Avril	1,424.7	1,513.4			
May - Mai	1,417.5	1,533.0			
June - Juin	1,420.8	1,569.5			
July - Juillet	1,425.6	1,619.4			
August - Août	1,430.0	1,605.8			
September - Septembre	1,440.8	1,580.4			
October - Octobre	1,442.6	1,559.5			
November - Novembre	1,441.4	1,568.7			
December - Décembre	1,448.9	1,562.1			

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

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

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

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

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

No.	Department	1981						
		MCD	March	April	May	June	July	August
		MDC	Mars	Avril	Mai	Jun	Juillet	Août
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5	85.40	106.34	134.47	116.48	94.78	93.75
2	Women's and misses' coats and suits	5	107.78	102.44	56.21	40.39	48.20	106.23
3	Women's and misses' sportswear	3	85.21	95.37	113.15	97.96	97.70	97.57
4	Furs	12	58.90	29.43	18.63	14.62	54.11	106.21
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	5	86.89	96.08	95.79	84.52	87.97	106.88
6	Girls' and teenage girls' wear	4	90.84	96.53	93.94	88.18	80.15	137.96
7	Lingerie and women's sleepwear	3	71.81	82.62	99.29	89.84	86.39	75.35
8	Intimate apparel	4	89.97	105.44	110.05	109.94	102.49	96.72
9	Millinery	12	55.19	72.09	69.64	62.65	66.30	63.57
10	Women's and girls' hosiery	3	89.20	103.80	99.72	84.14	71.09	85.23
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4	73.88	85.78	93.01	81.75	70.29	75.82
12	Women's, misses' and children's footwear	6	86.11	106.71	107.00	92.45	74.72	97.57
13	Men's clothing	4	91.04	92.51	87.27	95.78	71.08	82.93
14	Men's furnishings	5	68.66	76.10	81.19	102.33	76.17	75.56
15	Boys' clothing and furnishings	6	83.33	92.81	87.63	81.31	77.57	141.69
16	Men's and boys' footwear	5	81.20	108.86	101.21	102.48	82.42	90.20
17	Food and cleaned products	7	85.77	102.24	103.34	86.92	90.34	98.35
18	Toiletries, cosmetics and drugs	3	81.52	89.96	92.47	87.70	87.58	87.30
19	Photographic equipment and supplies	4	73.77	81.09	86.43	96.48	102.37	97.88
20	Piece goods	6	105.20	106.93	110.15	92.13	76.99	91.83
21	Linens and domestics	3	75.80	83.20	90.86	92.70	109.45	96.70
22	Smallwares and notions	4	91.56	93.68	81.40	77.17	84.19	84.48
23	China and glassware	4	69.62	77.21	88.99	79.65	84.19	83.56
24	Floor coverings	7	94.21	97.35	101.08	94.52	100.01	93.01
25	Draperies, curtains and furniture coverings	3	90.07	106.84	104.70	103.51	108.13	94.24
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	81.04	91.42	82.23	79.97	85.42	88.05
27	Furniture	4	89.20	92.83	104.49	98.98	117.43	100.92
28	Major appliances	4	88.23	86.50	104.98	99.14	122.75	103.67
29	Television, radio and music	4	82.17	77.75	74.88	70.60	85.30	90.87
30	Housewares and small electrical appliances	2	73.15	85.73	97.14	88.05	97.34	91.62
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	4	81.81	105.65	122.71	112.61	94.87	90.36
32	Plumbing, heating and building materials	7	84.97	107.05	128.25	123.85	115.27	87.86
33	Jewellery	3	68.95	79.53	88.48	84.67	75.89	77.57
34	Toys and games	4	48.62	65.66	61.96	58.86	65.46	59.60
35	Sporting goods and luggage	3	68.26	99.16	113.56	125.63	110.17	85.30
36	Stationery, books and magazines	4	73.87	78.73	81.82	80.72	76.78	105.43
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	5	86.62	105.80	101.89	100.17	100.89	89.44
38	Meals and lunches	3	92.48	94.22	95.52	95.46	97.99	101.33
39	Repairs and services	8	87.34	87.54	95.68	100.53	89.40	89.47
40	All other departments	4	85.35	105.92	142.93	114.11	95.92	92.05
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	2	82.61	91.67	98.21	92.45	90.16	93.08

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

1981				1982		Rayon	ND
September	October	November	December	January	February		
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février		
102.52	97.92	102.40	139.32	57.82	65.14	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-formes pour dames et jeunes filles	1
132.35	161.38	147.79	152.85	74.99	68.47	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
124.13	106.97	112.13	150.30	60.83	63.91	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
111.76	116.00	179.76	214.43	187.44	105.46	Fourrures	4
114.10	114.75	114.72	156.77	71.61	66.73	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
116.71	105.46	115.93	157.64	50.68	59.05	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
91.11	96.22	136.08	253.90	54.15	57.48	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
105.46	91.85	95.59	140.84	78.44	70.20	Sous-vêtements	8
91.95	147.42	198.84	229.08	82.21	55.27	Chapeaux	9
114.75	116.91	115.00	162.35	81.47	73.80	Bas pour dames et fillettes	10
104.46	105.57	146.62	243.92	58.63	57.11	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
126.16	124.67	131.21	133.12	61.17	54.32	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
110.45	116.40	138.02	186.14	63.60	59.16	Vêtements pour hommes	13
91.92	96.62	148.64	265.77	58.35	54.76	Articles d'habillement pour hommes	14
106.24	107.43	118.58	187.57	55.58	53.63	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
113.89	113.45	119.44	157.92	61.78	59.70	Chaussures pour hommes et garçons	16
107.79	100.66	110.77	139.20	83.50	92.67	Produits alimentaires et connexes	17
106.07	97.37	112.24	218.94	76.52	75.13	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
110.79	88.57	110.22	237.98	72.02	59.62	Appareils et fournitures photographiques	19
114.61	119.24	112.77	95.36	85.37	84.65	Tissus à la pièce	20
111.86	103.09	107.23	160.10	104.42	62.21	Literie et linge de maison	21
114.39	115.23	116.34	149.34	107.37	83.06	Menus articles	22
94.95	85.52	136.87	271.68	67.28	58.40	Porcelaine et verrerie	23
109.52	124.43	120.28	97.68	84.69	79.68	Revêtements de plancher	24
106.12	111.99	107.93	117.26	77.57	68.71	Tentures, rideaux et housses	25
97.53	102.44	133.57	213.51	73.68	68.75	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
107.55	104.21	100.05	97.13	107.91	75.09	Meubles	27
112.68	106.21	99.14	106.75	99.04	69.04	Gros appareils ménagers	28
113.10	107.34	128.39	210.15	88.76	69.30	Télévision, radio et musique	29
92.56	94.21	118.49	220.17	68.04	70.15	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
96.08	112.58	103.93	141.22	68.63	65.87	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
110.61	110.11	92.10	95.74	75.01	68.81	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
91.89	84.95	136.87	308.48	47.27	53.48	Bijouterie	33
59.50	104.50	223.41	373.27	34.34	37.22	Jouets et jeux	34
80.60	85.16	107.26	190.16	72.91	56.64	Articles de sport et valises	35
105.36	89.97	127.76	229.43	75.58	68.99	Papeterie, livres et revues	36
111.97	120.62	122.28	137.15	74.18	68.19	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
106.11	104.36	109.67	144.38	85.47	79.65	Repas et casse-croûtes	38
109.97	117.24	131.45	134.39	86.04	76.98	Services et travaux de réparation	39
100.93	95.32	91.39	152.20	70.84	67.26	Tous autres rayons	40
112.37	105.23	119.88	178.92	74.67	67.00	TOTAL, TOUS RAYONS	41

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

No.	Department	1981						
		MCD	March	April	May	June	July	August
		MDC	Mars	Avril	Mai	Jun	Juillet	Août
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	4	105.67	119.88	111.18	84.22	92.36	91.01
2	Women's and misses' coats and suits	4	88.63	78.71	69.99	70.14	126.50	134.18
3	Women's and misses' sportswear	3	101.51	118.35	115.04	93.49	103.66	101.26
4	Furs	5	73.92	81.04	81.87	80.06	98.91	118.95
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	4	90.72	107.22	104.27	90.31	122.76	107.32
6	Girls' and teenage girls' wear	3	94.64	111.70	108.47	91.62	121.60	109.78
7	Lingerie and women's sleepwear	4	96.07	109.53	110.46	89.88	95.88	99.68
8	Intimate apparel	3	94.15	100.88	106.65	90.45	95.94	100.78
9	Millinery
10	Women's and girls' hosiery	4	96.69	105.64	109.25	92.46	105.06	112.53
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4	90.75	107.77	102.94	85.62	93.72	98.34
12	Women's, misses' and children's footwear	3	99.85	111.13	107.35	93.94	108.74	111.14
13	Men's clothing	3	92.23	101.85	100.45	83.47	98.69	116.57
14	Men's furnishings	4	91.33	106.75	109.49	88.35	101.05	102.73
15	Boys' clothing and furnishings	4	85.90	102.67	97.48	88.94	122.71	100.11
16	Men's and boys' footwear	4	99.63	109.88	110.16	92.93	100.18	106.32
17	Food and kindred products
18	Toiletries, cosmetics and drugs	5	91.03	106.12	106.22	96.57	96.11	93.05
19	Photographic equipment and supplies	4	87.84	101.86	106.37	87.36	96.44	88.68
20	Piece goods	4	104.64	106.84	108.89	97.06	99.44	104.85
21	Linens and domestics	3	96.70	111.85	114.07	103.83	96.97	93.97
22	Smallwares and notions	4	91.95	106.42	117.54	106.84	109.97	102.79
23	China and glassware	3	91.61	100.98	104.64	93.76	99.52	100.59
24	Floor coverings	4	95.02	101.66	105.56	101.14	99.12	102.58
25	Draperies, curtains and furniture coverings	3	98.86	105.29	109.96	97.91	99.65	97.58
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	99.82	103.32	110.24	99.39	103.24	102.67
27	Furniture	2	99.35	111.68	111.26	101.67	100.28	91.62
28	Major appliances	4	102.31	108.81	107.21	96.22	95.03	84.30
29	Television, radio and music	3	98.51	109.63	106.12	96.61	95.26	93.79
30	Housewares and small electrical appliances	3	97.58	111.39	110.28	98.74	98.66	98.46
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.
32	Plumbing, heating and building materials
33	Jewellery	3	96.76	106.19	108.01	94.31	95.35	98.50
34	Toys and games	4	83.86	94.43	93.17	80.28	85.31	106.12
35	Sporting goods and luggage	3	97.01	111.49	117.25	95.09	98.05	96.48
36	Stationery, books and magazines	4	87.80	97.50	108.33	95.95	104.41	106.78
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies
38	Meals and lunches
39	Repairs and services
40	All other departments
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	2	95.75	106.31	107.68	93.48	101.55	100.17

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

1981		1982				Rayon	N°
September	October	November	December	January	February		
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février		
84.91	113.21	114.83	90.55	90.35	100.88	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-formes pour dames et jeunes filles	1
133.68	144.11	116.83	74.12	75.53	87.43	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
87.86	109.81	115.07	77.26	82.69	92.90	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
118.61	134.21	127.72	104.86	98.25	85.89	Fourrures	4
96.82	115.53	108.15	86.88	84.01	85.97	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
98.15	116.01	114.30	70.34	75.39	90.00	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
95.33	131.78	133.50	75.77	76.23	83.40	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
86.21	107.95	117.33	100.45	102.08	96.59	Sous-vêtements	8
...	Chapeaux	9
98.87	107.23	106.29	85.09	91.15	89.27	Bas pour dames et fillettes	10
93.15	131.00	137.97	83.24	85.25	89.06	Gants, moufles et articles de perure pour dames et fillettes	11
96.45	108.10	98.29	87.84	85.79	90.38	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
100.82	124.92	118.18	90.35	78.97	91.54	Vêtements pour hommes	13
98.97	132.06	121.97	75.11	85.05	86.90	Articles d'habillement pour hommes	14
98.86	128.11	121.97	79.70	85.95	95.87	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
86.33	123.87	106.93	85.84	80.99	85.07	Chaussures pour hommes et garçons	16
86.92	128.81	135.24	87.15	98.21	84.69	Produits alimentaires et connexes	17
85.26	136.75	129.79	93.38	98.43	87.70	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
91.99	103.97	98.35	95.23	91.78	96.98	Appareils et fournitures photographiques	19
						Tissus à la pièce	20
82.04	104.63	106.84	98.25	91.31	97.88	Literie et linge de maison	21
89.61	100.08	96.50	99.89	89.42	88.10	Menus articles	22
91.05	113.66	117.70	106.36	90.18	88.36	Porcelaine et verrerie	23
86.10	101.66	94.58	110.36	103.08	97.67	Revêtements de plancher	24
87.04	103.54	101.03	102.40	95.55	100.29	Tentures, rideaux et housses	25
92.62	116.26	113.05	82.01	85.97	91.00	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
81.90	98.65	98.58	111.80	93.80	96.92	Meubles	27
78.02	99.13	105.40	115.60	102.30	105.72	Gros appareils ménagers	28
85.63	108.91	117.35	104.55	92.83	90.23	Télévision, radio et musique	29
90.51	111.03	114.84	85.76	89.00	92.59	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
...	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
...	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
88.10	117.12	125.69	89.53	87.81	91.56	Bijouterie	33
129.84	178.79	133.45	53.75	83.99	76.98	Jouets et jeux	34
100.39	127.06	114.28	85.47	74.40	81.77	Articles de sport et valises	35
97.85	126.38	122.22	78.49	88.12	84.76	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
93.45	117.89	113.86	89.58	89.21	90.11	TOTAL, TOUS RAYONS	41

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

Ayre's Ltd., Water St., St. John's, Newfoundland
Bowring Bros. Ltd., 281 Water St., St. John's, Newfoundland
Caplan, C., Ltd., 135 Rideau St., Ottawa, Ontario
Eaton, T., Co. Canada Ltd., 190 Yonge St., Toronto, Ontario
Goudies Ltd., 22 King St. W., Kitchener, Ontario
Holman, R.T., Ltd., Water St., Summerside, Prince Edward Island
Hougens Ltd., 305 Main St., Whitehorse, Yukon
Hubert, Magasin J.O., Ltée, 163-165 rue Principale, Maniwaki, Québec
Hudson's Bay Co., 2 Bloor St. E., Toronto, Ontario
K-Mart Canada Ltd., 8925 Torbram Rd., Brampton, Ontario
Lloydminster & District Agricultural Co-op Association Ltd., Lloydminster, Saskatchewan
Ogilvy, Charles, Ltd., 126 Rideau St., Ottawa, Ontario
Ogilvy's, Jas. A., Ltd., St. Catherine St. W., Montréal, Québec
Right House, The, Co. Ltd., 35-41 King St. E., Hamilton, Ontario
Robinson, The G.W., Co. Ltd., 18 James St., Hamilton, Ontario
Sentry Dep't. Stores Ltd., 110 Adelaide East, Toronto, Ontario
Simpson, The Robert, Co. Ltd., 176 Yonge St., Toronto, Ontario
Simpson Sears Ltd., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario
Smith's & Chapple Ltd., 24 Birch St., Chapleau, Ontario
Steinberg Inc., Department Store Division, Montréal, Québec
Towers Department Stores Ltd., 110 Orfus Rd., Toronto, Ontario
Woodward Stores (Alta.) Ltd., Edmonton, Alberta
Woodward Stores (B.C.) Ltd., Vancouver, British Columbia
Woolco Department Stores, c/o F.W. Woolworth Co. Ltd., Weston, Ontario
Zeller's Ltd., 5250 Decarie Blvd., Montréal, Québec

STATISTICS CANADA LIBRARY
BIBLIOTHÈQUE STATISTIQUE CANADA



1010737187