

Department store sales and stocks

May 1982



Ventes et stocks des grands magasins

Mai 1982

Data in Many Forms...

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

How to Obtain More Information

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

Retail Trade Section,
Merchandising and Services Division,

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

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

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

Newfoundland and Labrador	Zenith 0-7037
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1150
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-282-8006
Alberta	1-800-222-6400
British Columbia (South and Central)	112-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by Northwest Telephone Co.)	Zenith 0-8913
Northwest Territories (area served by Northwest Telephone Co.)	Zenith 2-2015

How to Order Publications

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

Des données sous plusieurs formes...

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

Comment obtenir d'autres renseignements

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

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

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

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

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

Terre-Neuve et Labrador	Zénith 0-7037
Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard	1-800-565-7192
Québec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1150
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-282-8006
Alberta	1-800-222-6400
Colombie-Britannique (sud et centrale)	112-800-663-1551
Yukon et nord de la C.-B. (territoire desservi par la Northwest Telephone Co.)	Zénith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la Northwest Telephone Co.)	Zénith 2-2015

Comment commander les publications

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

Statistics Canada
Merchandising and Services Division
Retail Trade Section

Department store sales and stocks

May 1982

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

Ventes et stocks des grands magasins

Mai 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

August 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. 5

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

Août 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° 5

ISSN 0380-7045

Ottawa

SYMBOLS

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

.. figures not available.

... figures not appropriate or not applicable.

- nil or, in this publication less than half unit expressed.

-- amount too small to be expressed.

P preliminary figures.

R revised figures.

x confidential to meet secrecy requirements of the Statistics Act.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

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

SIGNES CONVENTIONNELS

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

.. nombres indisponibles.

... n'ayant pas lieu de figurer.

- néant ou, dans la présente publication, inférieur à la moitié de l'unité exprimée.

-- nombres infimes.

P nombres provisoires.

R nombres rectifiés.

x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

NOTA

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

NOTE AU SUJET DE CANSIM

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

TABLE OF CONTENTS

	Page		Page
Introduction	v	Introduction	v
Definitions	vi	Définitions	vi
Methodology	vii	Méthodologie	vii
Data Reliability	viii	Fiabilité des données	viii
Non-sampling Errors	viii	Erreurs non liées à l'échantillonnage	viii
Non-sampling Error Measures	ix	Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage	ix
Seasonal Adjustment	xi	Désaisonnalisation	xi
Explanatory Notes	xii	Notes explicatives	xii
Charts		Graphiques	
1. Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982	xiv	1. Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1980-1982	xiv
2. Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982	xiv	2. Stocks des grands magasins, par mois, non-désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1980-1982	xiv
3. Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1980-1982	xv	3. Ventes des grands magasins et commerce de détail, par mois, Canada, 1980-1982	xv
4. Department Store Sales, Provincial Distribution, 1981 and 1982	xvi	4. Ventes des grands magasins, distribution provinciale, 1981 et 1982	xvi
Highlights	xvii	Points saillants	xvii
Table		Tableau	
1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1981 and 1982	2	1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1981 et 1982	2
2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1981 and 1982	4	2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1981 et 1982	4
3. Department Store Monthly Sales, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981 and 1982	6	3. Ventes mensuelles des grands magasins, par province et certaines zones métropoli- taines, 1981 et 1982	6

TABLE DES MATIÈRES

TABLE OF CONTENTS - Concluded

	Page
Table	
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
7. Department Store Monthly Sales as a Percentage of Total Retail Trade, by Province, 1981 and 1982	9
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, 1982 and 1983	20
15. Department Store Stocks, MCD and Seasonal Factors, 1982 and 1983	22
List of Department Store Organizations	24
Selected Publications	25

TABLE DES MATIERES - Fin

	Page
Tableau	
4. Nombre de points de vente 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
7. Proportions procentuelles mensuelles des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province, 1981 et 1982	9
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, 1982 et 1983	20
15. Stocks des grands magasins, MDC et coefficients de corrections des variations saisonnières, 1982 et 1983	22
Liste des organisations des grands magasins	24
Choix de publications	25

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

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

Definitions

Retail Location

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

Department Store

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

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

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

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

Définitions

Point de vente au détail

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

Grand magasin

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

Vêtements pour la famille. Ce groupe comprend les articles suivants: robes pour dames et jeunes filles, robes de ménage, tabliers et uniformes; manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles; vêtements de sport pour dames et jeunes filles; fourrures; vêtements de bébés et d'enfants; vêtements de fillettes et d'adolescentes; lingerie et vêtements de nuit pour dames; sous-vêtements; chapeaux; bas pour dames et fillettes; gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes; chaussures pour dames, jeunes filles et enfants; vêtements pour hommes; articles d'habillement pour hommes; vêtements et articles d'habillement pour garçons; chaussures pour hommes et garçons. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins six des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être les vêtements ou articles d'habillement pour hommes et garçons. Au moins 20% des ventes globales du magasin doivent se faire dans le groupe de vêtements pour la famille.

Meubles, appareils et articles d'ameublement ménager. Ce groupe comprend les articles suivants: literie et linge de maison; porcelaine et verrerie; articles d'ameublement ménager; meubles, de bois ou rembourrés, pour salle de séjour, salle à manger ou chambre à coucher; gros appareils, télévision, radio et musique; quincaillerie et articles de ménage. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins quatre des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être des meubles (de bois ou rembourrés pour salle à manger et (ou) salle de séjour et (ou) chambre à coucher). Au moins 10 % des ventes globales du magasin doivent provenir du groupe des meubles, appareils et articles d'ameublement ménager.

Tous autres articles (divers). Cette catégorie comprend toutes les marchandises que tient le magasin, mais qui ne figurent pas ci-dessus, telles que: articles de toilette, cosmétiques et médicaments; appareils et fournitures photographiques; tissus à la pièce; mercerie et menus articles; bijouterie; articles de sport et valises; papeterie, livres et revues; et aliments.

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

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

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

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

Methodology

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

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

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

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

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

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

Méthodologie

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

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

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 panel of department store organizations which are known to have accounts receivable. Data for late respondents are estimated by applying the monthly percentage change in accounts receivable, calculated from the reporting organizations, to the previous month's data of each organization that was late in reporting.

Data Reliability

Non-sampling Errors

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

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

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

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

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

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

Fiabilité des données

Erreurs non liées à l'échantillonnage

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

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

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

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-responding units if available. The extent of error due to imputation is usually unknown and is very much dependent on any characteristic differences between the respondent group and the non-respondent group in the survey. This error generally increases with increases in the non-response rate and attempts are therefore made to obtain as high a response rate as possible.

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

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

Non-sampling Error Measures

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

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

non-répondants, si elles existent. On ne connaît généralement pas l'importance de l'erreur d'imputation; celle-ci varie beaucoup selon les caractéristiques qui distinguent les répondants des non-répondants. Comme ce type d'erreur prend habituellement de l'ampleur à mesure qu'il augmente le taux de non-réponse, on s'efforce d'obtenir le meilleur taux de réponse possible.

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

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

Estimation des erreurs non liées à l'échantillon- nage

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

Les unités utilisées pour calculer le taux de réponse de l'enquête sur les ventes et les stocks des grands magasins est fondée sur (1) les unités d'enquête - soit les 10 provinces, les deux territoires et les quatre régions métropolitaines où les sociétés de grands magasins exploitent des points de vente et (2) les unités organisationnelles - les sociétés des grands magasins elles-mêmes. Par exemple, une société de grands magasins qui produit une déclaration pour 20 magasins en Ontario est considérée comme une unité d'enquête et une unité organisationnelle alors qu'une firme dont la déclaration porte sur cinq magasins à Vancouver, 10 en Colombie-Britannique (sauf Vancouver) et deux au Yukon représente trois unités d'enquête mais seulement une unité organisationnelle.

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

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

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

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

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

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

	Response rate	Response fraction
	Taux de réponse	Fraction de réponse
	Survey units	Organizational units
	Unités d'enquête	Unités organisationnelles
per cent - pourcentage		
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	99.1	96.0
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	60.0
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	44.0
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	94.1
		99.9
		96.8
		70.4
		99.9

Seasonal Adjustment

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

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

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

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

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

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

(3) See next page.

Désaisonnalisation

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

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

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

Bien que la désaisonnalisation permette de mieux comprendre la tendance-cycle fondamentale d'une série, la série désaisonnalisée n'en contient pas moins une composante irrégulière. De légères variations d'un mois à l'autre dans la série désaisonnalisée peuvent être de simples mouvements irréguliers; pour avoir une meilleure

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

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

(3) Voir page suivante.

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

To assist the user, the Months of Cyclical Dominance number, MCD, is provided.(3) The MCD is the shortest monthly span for which a certain ratio becomes and remains less than one, that is, the ratio for which the absolute average percentage change of the trend-cycle of the seasonally adjusted series becomes greater than the absolute average percent change of the irregular component. The MCD can be interpreted as the number of months over which a change in the seasonally adjusted series must move in a given direction before one can be reasonably certain that the trend-cycle of that series also has moved in the given direction. Clearly small MCD's are desirable and indicative of a smooth series. Applying a moving average to the seasonally adjusted data of MCD length tends to smooth irregular movements which may obscure the underlying trend-cycle. The MCD moving average provides a method of reducing all types of series to approximately the same degree of smoothness, whatever the size of the irregular component in the original series.

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(4) are derived by dividing the dollar volume of stocks at selling value at the end of the month by the dollar volume of sales for the month.

The sales-stocks ratios(5) are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

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

(3) See Tables 14 and 15.

(4) See Table 10.

(5) See Table 11.

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

A cette fin, ils disposent des mois à dominance cyclique, ou MDC.(3) Il s'agit du plus petit nombre de mois pour lesquels un certain rapport devient et reste inférieure à l'unité; autrement dit, c'est la période pendant laquelle le taux de variation moyen absolu de la tendance-cycle de la série désaisonnalisée est supérieur à celui de la composante irrégulière. Le MDC peut être considéré comme le nombre de mois que doit durer une variation de la série désaisonnalisée dans une direction donnée avant qu'on puisse être raisonnablement certain que la tendance-cycle de la série évolue dans la même direction. Ainsi, un MDC peu élevé est souhaitable et indique la présence d'une série lisse. L'application d'une moyenne mobile aux données désaisonnalisées dont la période est égale au MDC tend à lisser les mouvements irréguliers pouvant dissimuler la tendance-cycle fondamentale. La méthode de la moyenne mobile du MDC permet de réduire tous les genres de série à peu près au même niveau de lissage, quelle que soit la taille de la composante irrégulière dans la série initiale.

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(4) en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient les ratios ventes-stocks(5) en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

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

(3) Voir les tableaux 14 et 15.

(4) Voir tableau 10.

(5) Voir tableau 11.

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

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

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

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

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

Le nombre de jours commerciaux sur lesquels sont basés les renseignements présentés ici varie d'un mois à l'autre. Le tableau explicatif 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

Chart — 1

Graphique — 1

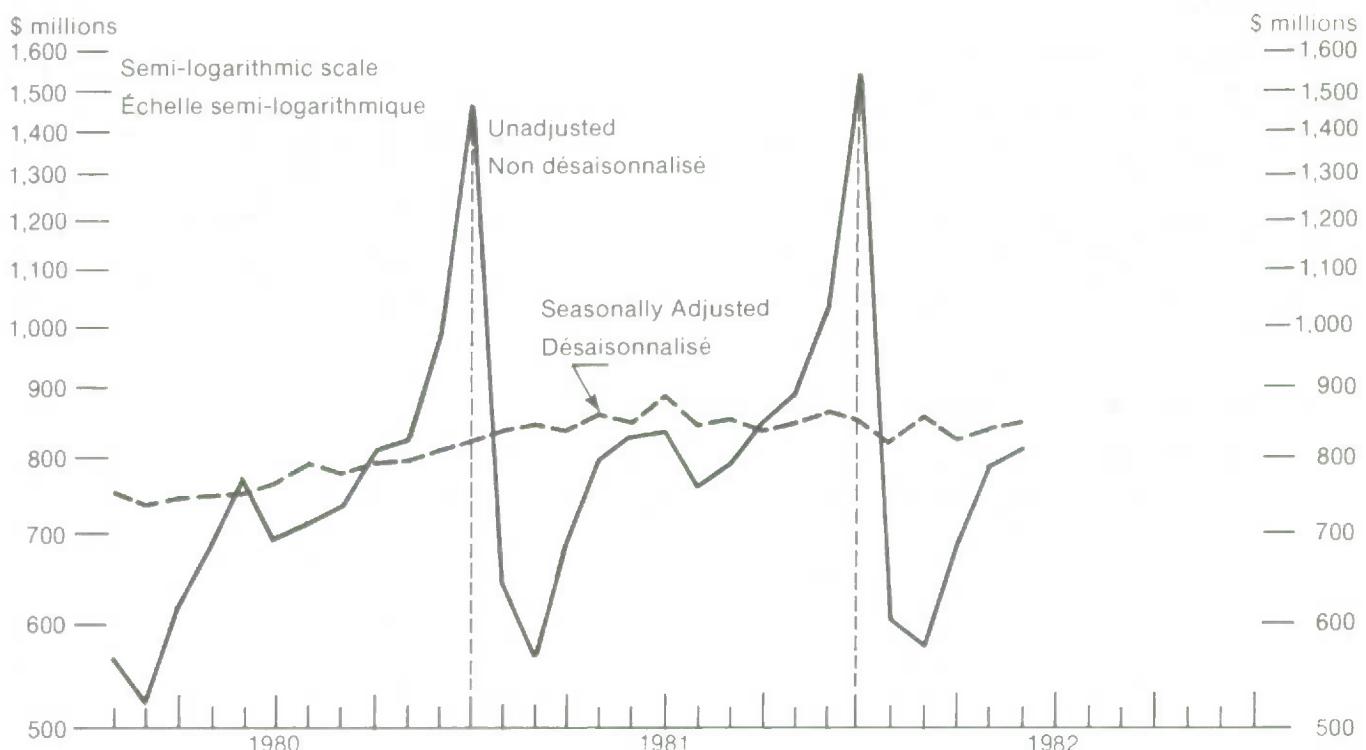
Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982**Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1980-1982**

Chart — 2

Graphique — 2

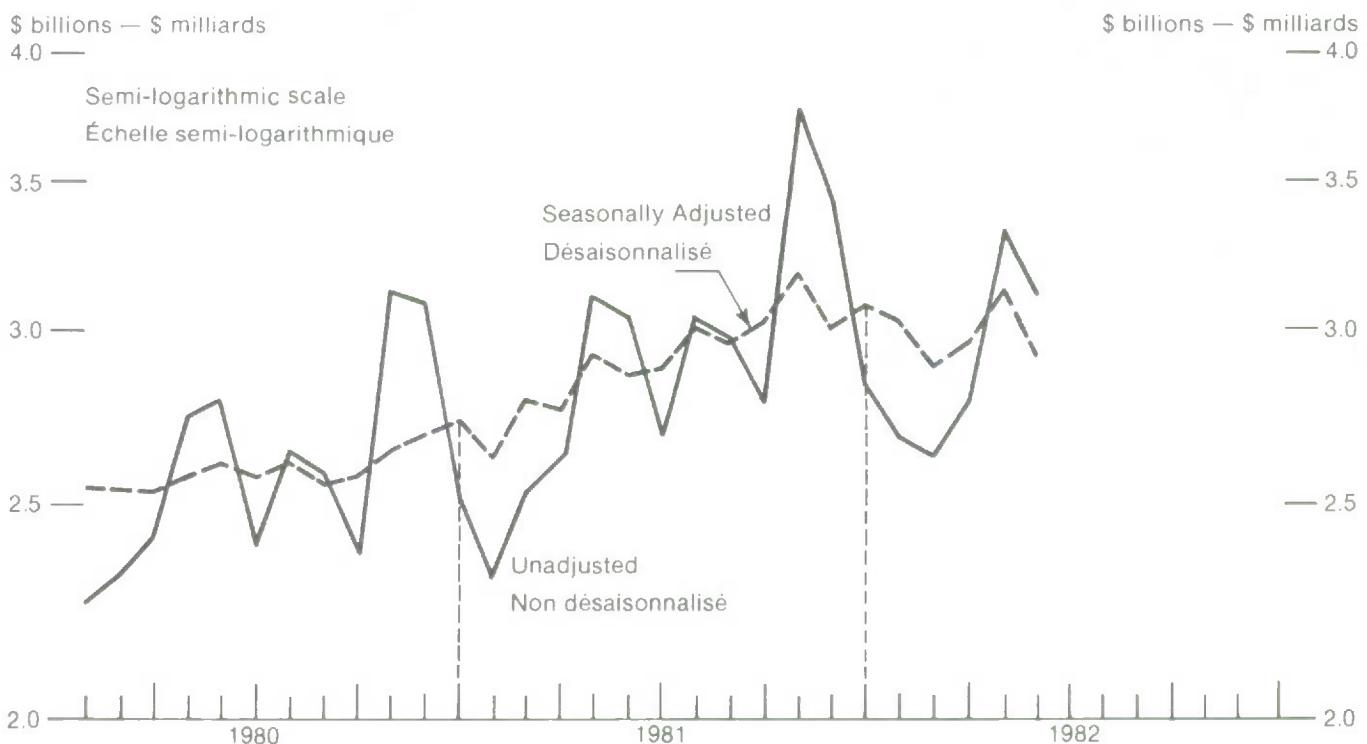
Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1980-1982**Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1980-1982**

Chart — 3

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

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

\$ billions

\$ milliards

10,000

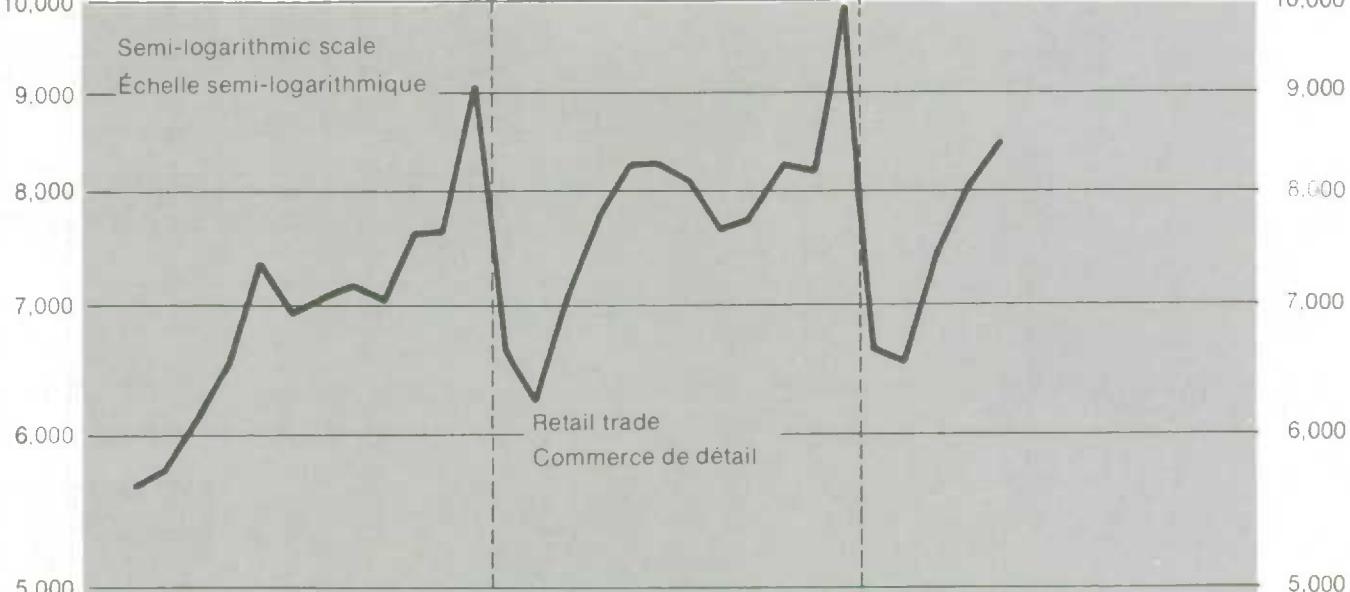
\$ billions

\$ milliards

10,000

Semi-logarithmic scale

Échelle semi-logarithmique



5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

5,000

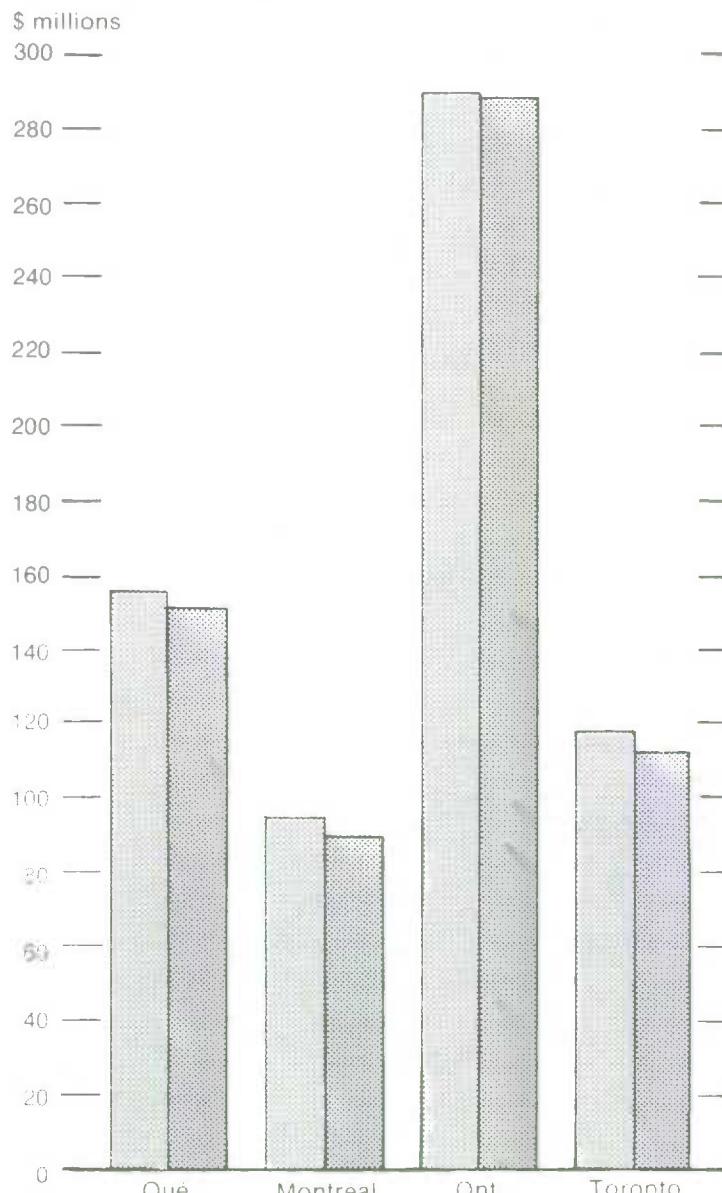
5,000

5,000

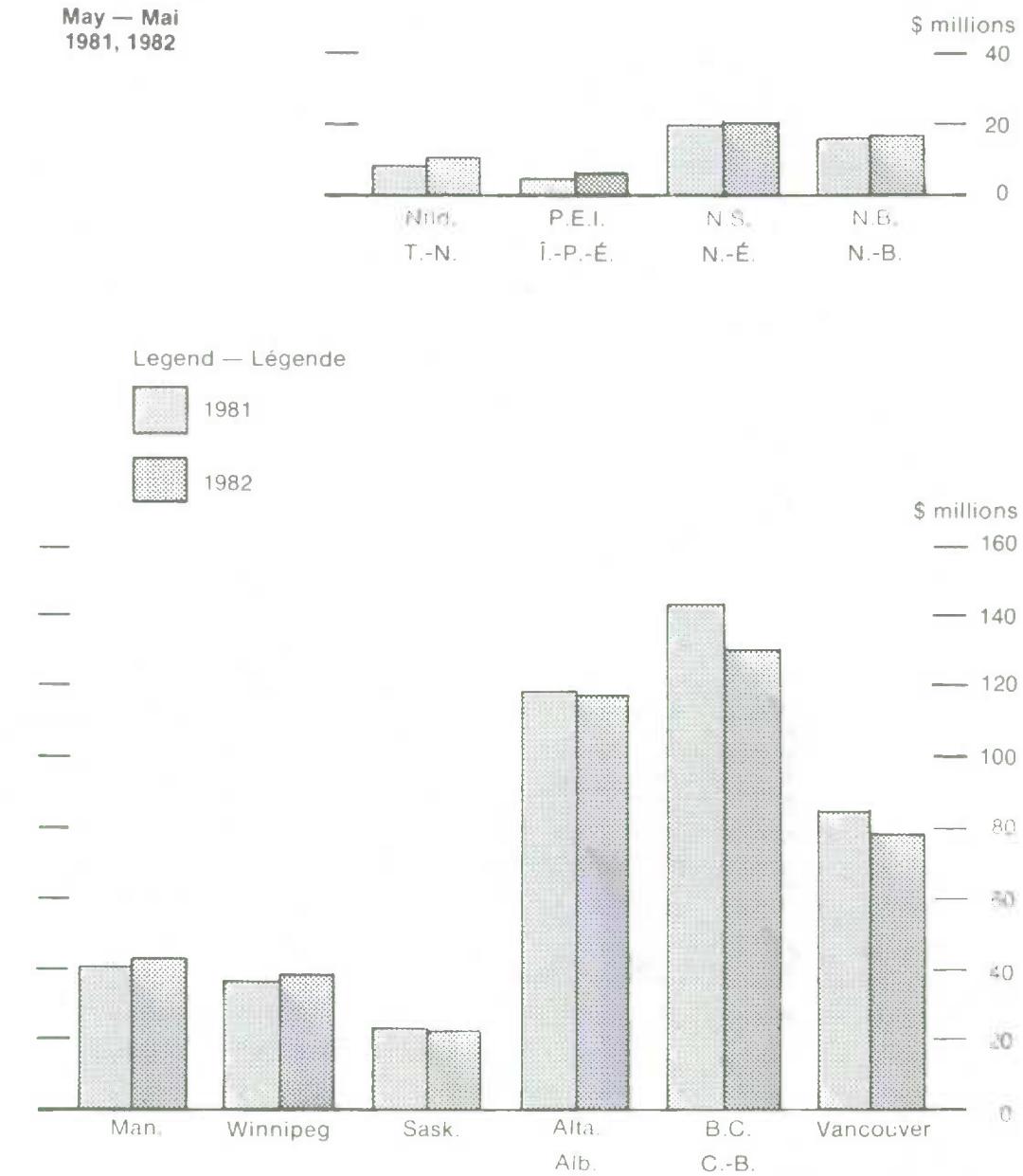
5,000

Chart — 4

Department Store Sales, Provincial Distribution
Ventes des grands magasins, distribution provinciale



May — Mai
1981, 1982



Graphique — 4

HIGHLIGHTS

In May 1982, Department Store Sales without seasonal adjustment were \$811.1 million, a 1.4% decrease over May, 1981. The largest sales increases were reported in repairs and services (+ 21.3%), and in plumbing, heating and building materials (+ 11.4%). The largest decreases were recorded in furs (- 41.8%), major appliances (- 24.1%) and in furniture (- 20.3%).

With the exception of the Atlantic provinces and Manitoba which registered increased sales over the previous year every other province showed decreases ranging from 8.7% in British Columbia to 0.3% in Ontario and Alberta. The four metropolitan areas recorded the following year to year changes: Montreal and Toronto (- 5.1%), Winnipeg (+ 6.8%) and Vancouver (- 8.2%).

Seasonally adjusted sales increased 0.9% from April to May 1982 to \$850.5 million with 19 of 40 departments showing an increase over the previous month.

Total sales of department stores for the first five months of 1982 were \$3,475.3 million, down 1.2% from the \$3,517.8 million recorded in the same period a year earlier.

The selling value of inventories, without seasonal adjustment, increased 2.6% from May 1981 to \$3,120.6 million. Seasonally adjusted inventories were \$2,931.0 million, down 6.4% from April, 1982.

There were 794 department store locations operating in Canada during the month of May 1982, two more than in April 1982 and an increase of 35 from May, 1981.

Total department store sales accounted for 9.5% of total retail trade in Canada, in May, 1982, down from 10.0% recorded in May, 1981.

POINTS SAILLANTS

Pour le mois de mai 1982 les ventes des grands magasins sans ajustement saisonnier ont diminué de 1.4% par rapport à mai 1981. Les accroissements des ventes les plus importants ont été rapportés dans le rayon des services et travaux de réparation (+ 21.3%), et de matériel de plomberie, chauffage et construction (+ 11.4%). Les baisses des ventes les plus significatives ont été mesurées dans le rayon des fourrures (- 41.8%), des gros appareils ménagers (- 24.1%) et des meubles (- 20.3%).

Toutes les provinces sauf celles de l'Atlantique et le Manitoba ont enregistré des diminutions de vente sur l'année précédente, ces baisses variant de 8.7% en Colombie-Britannique à 0.3% en Ontario et en Alberta. Les quatre régions métropolitaines ont obtenu les changements en pourcentage suivant par rapport à l'an passé: Montréal et Toronto (- 5.1%), Winnipeg (+ 6.8%) et Vancouver (- 8.2%).

Les ventes désaisonnalisées se sont accrues de 0.9% d'avril à mai 1982 en totalisant \$850.5 millions avec 19 des 40 rayons dont les ventes ont augmenté par rapport au mois précédent.

Le total des ventes des grands magasins pour les cinq premiers mois de 1982 ont atteint \$3,475.3 millions soit 1.2% de moins que les \$3,517.8 millions rapportés pour la même période un an plus tôt.

La valeur marchande des inventaires, sans ajustement saisonnier, a diminué 2.6% par rapport à mai 1981 avec \$3,120.6 millions. La valeur désaisonnalisée des inventaires c'est chiffrée à \$2,931.0 millions, soit 6.4% de moins qu'en avril 1982.

Pendant le mois de mai il y a eu 794 points de vente en opération, deux de plus qu'en avril 1982 et une augmentation de 35 par rapport à mai 1981.

Les ventes totales des grands magasins ont constitué 9.5% du total des ventes au détail au Canada en mai 1982, soit une baisse de 10.0% par rapport à mai 1981.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

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

Department	1982				1981			
	January	February	March	April	May	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Mai	Juin	Juillet
No.	thousands of dollars milliers de dollars							
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	8,164	10,515	13,752	17,504	20,909	21,305	18,920	16,176
2 Women's and misses' coats and suits	10,424	9,982	14,248	14,442	7,239	8,038	5,641	6,968
3 Women's and misses' sportswear	25,164	29,081	39,553	46,006	50,966	48,565	45,732	40,102
4 Furs	4,191	3,399	2,942	682	584	1,004	505	1,373
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	15,429	15,318	19,462	24,022	21,728	20,105	19,912	20,064
6 Girls' and teenage girls' wear	7,450	9,932	15,209	16,916	15,631	14,453	14,266	12,514
7 Lingerie and women's sleepwear	8,947	10,269	12,327	15,114	16,169	15,649	15,125	14,883
8 Intimate apparel	6,663	6,620	8,473	9,821	10,002	10,080	10,016	9,121
9 Millinery	1,362	892	912	1,164	973	889	861	880
10 Women's and girls' hosiery	7,532	6,687	8,687	10,305	9,269	8,801	7,813	6,326
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	8,098	7,850	10,661	12,799	12,467	12,908	11,946	10,100
12 Women's, misses' and children's footwear	12,965	11,946	19,399	24,904	24,820	23,659	21,787	17,647
13 Men's clothing	22,428	20,974	31,839	32,873	31,956	32,365	35,446	25,644
14 Men's furnishings	7,134	7,476	8,496	9,679	11,112	10,021	9,929	9,738
15 Boys' clothing and furnishings	8,061	8,098	8,479	10,030	10,377	9,089	9,062	8,615
16 Men's and boys' sportswear	9,387	7,882	11,630	17,150	15,337	15,783	18,180	15,778
17 Food and kindred products	48,298	56,357	50,655	59,920	57,659	51,032	48,421	48,428
18 Toiletries, cosmetics and drugs	33,472	33,602	38,125	41,291	40,212	39,145	37,746	37,578
19 Photographic equipment and supplies	9,033	7,960	9,824	11,189	11,046	11,938	14,265	13,638
20 Piece goods	3,466	3,848	4,921	4,760	4,558	5,080	4,476	3,600
21 Linens and domestics	23,688	14,543	18,188	19,863	20,828	22,140	23,721	26,971
22 Smallwares and notions	8,695	7,079	7,396	7,753	6,309	6,611	6,649	7,182
23 China and glassware	7,319	7,485	9,533	10,004	10,802	11,273	11,150	10,887
24 Floor coverings	9,052	9,638	11,828	11,862	11,299	13,189	12,783	12,872
25 Draperies, curtains and furniture coverings	9,524	9,312	13,646	14,957	14,608	15,506	16,259	16,972
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6,078	5,584	7,019	6,800	7,122	7,691	7,786	8,524
27 Furniture	37,565	31,181	35,745	36,630	40,456	50,772	62,374	47,539
28 Major appliances	35,255	27,544	31,403	31,730	32,420	42,711	56,733	45,413
29 Television, radio and music	27,745	23,480	29,072	28,213	25,000	26,041	26,238	29,586
30 Housewares and small electrical appliances	22,897	25,215	24,140	29,542	31,997	32,769	31,318	31,439
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	21,155	20,257	20,568	26,286	35,716	34,404	31,872	26,987
32 Plumbing, heating and building materials	6,267	6,404	7,385	10,670	12,885	11,568	10,613	9,805
33 Jewellery	9,668	11,294	15,407	16,895	17,963	20,026	19,008	16,523
34 Toys and games	6,915	7,822	9,712	14,068	11,793	11,198	11,544	12,997
35 Sporting goods and luggage	19,872	16,080	21,002	28,150	32,060	32,164	35,210	30,782
36 Stationery, books and magazines	17,447	18,133	18,481	20,175	19,630	19,991	19,964	18,474
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	16,159	12,756	15,203	18,161	17,787	17,922	17,772	18,152
38 Meals and lunches	18,314	18,418	20,083	19,573	19,027	20,716	20,420	20,346
39 Repairs and services	6,410	6,319	7,739	7,850	7,350	6,060	6,494	6,463
40 All other departments	19,900	19,718	22,625	30,048	38,249	35,911	29,567	29,343
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	600,079	577,906	694,447	791,728	811,119	822,881	835,934	757,741

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

1981						Change - Variation		Rayon	
August	September	October	November	December	May / April 1982	May 1982/1981			
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Mai / avril 1982	Mai 1982/1981			
thousands of dollars						per cent	No		
milliers de dollars						pourcentage			
15,317	16,936	16,142	18,422	22,884	+ 19.5	- 1.9	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	1	
15,494	19,572	25,445	21,348	23,825	- 49.9	- 9.9	Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	2	
44,891	59,595	50,485	52,641	69,579	+ 10.8	+ 4.9	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3	
2,230	2,798	3,621	4,534	6,983	- 14.4	- 41.8	Fourrures	4	
23,446	24,474	25,353	25,821	36,141	- 9.5	+ 8.1	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5	
22,716	18,164	16,397	17,935	25,080	- 7.6	+ 8.2	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6	
12,556	15,275	16,573	23,931	43,194	+ 7.0	+ 3.3	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7	
9,005	9,595	8,636	9,500	13,078	+ 1.8	- 0.8	Sous-vêtements	8	
896	1,473	2,140	3,123	4,010	- 16.4	+ 9.4	Chapeaux	9	
7,371	10,671	10,951	10,687	15,610	- 10.1	+ 5.3	Bas pour dames et fillettes	10	
11,465	16,622	16,610	21,370	35,269	- 2.6	- 3.4	Gants, moufles et articles de parfum pour dames et fillettes	11	
22,092	28,658	28,312	26,357	31,285	- 0.3	+ 4.9	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12	
31,640	41,066	42,075	50,138	68,653	- 2.8	- 1.3	Vêtements pour hommes	13	
20,491	39,211	32,552	56,257	108,930	+ 4.7	+ 6.9	Articles d'habillement pour hommes	14	
16,558	11,823	11,720	12,650	22,273	- 31.5	- 8.0	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15	
18,047	17,229	17,180	17,803	23,429	- 1.4	+ 3.7	Chaussures pour hommes et garçons	16	
25,663	37,881	35,881	36,305	76,486	- 3.8	+ 4.8	Produits alimentaires et conserves	17	
37,900	39,387	42,986	50,464	100,618	- 2.6	+ 2.7	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18	
14,569	12,616	12,975	16,610	32,243	- 1.3	- 7.5	Appareils et fournitures photographiques	19	
4,549	5,690	6,016	6,187	4,614	- 4.2	- 10.3	Tapis à la pièce	20	
23,561	25,639	25,067	25,239	39,579	+ 4.9	- 5.9	Literie et linge de maison	21	
7,461	10,315	10,730	10,040	12,613	- 18.6	- 4.6	Menus articles	22	
9,777	11,956	11,195	10,302	36,117	+ 8.0	- 4.2	Porcelaine et verrerie	23	
11,386	12,251	14,107	13,977	12,290	- 4.7	- 14.3	Revêtements de plancher	24	
14,236	14,883	15,941	15,915	17,810	- 2.3	- 5.8	Tentures, rideaux et housses	25	
8,016	8,705	9,260	13,027	20,351	+ 4.7	- 7.4	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'aménagement pour la maison	26	
38,121	44,423	42,264	41,444	42,258	+ 10.4	- 20.3	Meubles	27	
37,682	39,370	41,557	38,119	43,404	+ 2.2	- 24.1	Gros appareils ménagers	28	
29,703	32,669	35,881	42,607	70,145	- 11.4	- 4.0	Télévision, radio et musique	29	
30,838	29,300	34,345	42,506	75,242	+ 8.3	- 2.4	Articles de ménage et petits appareils électriques	30	
24,812	23,797	27,037	26,870	37,750	+ 35.9	+ 3.8	Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.	31	
9,067	9,035	10,484	9,390	9,361	+ 20.8	+ 11.4	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32	
17,329	22,176	19,318	33,420	67,772	+ 6.4	- 10.3	Bijouterie	33	
12,622	12,222	21,265	47,726	76,866	- 16.2	+ 5.3	Jouets et jeux	34	
24,928	22,802	23,452	28,382	53,741	+ 24.5	+ 9.0	Articles de sport et valises	35	
27,279	26,339	23,250	31,925	60,674	- 2.7	- 1.8	Papeterie, livres et revues	36	
17,457	16,088	22,472	22,668	23,007	- 2.1	- 0.8	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37	
30,783	20,406	21,913	23,161	30,894	- 2.8	- 8.2	Repas et casse-croûtes	38	
6,104	6,924	8,267	9,569	9,607	- 6.4	+ 21.3	Services et travaux de réparation	39	
5,124	23,394	27,681	25,948	47,040	+ 27.3	+ 6.5	Tous autres rayons	40	
786,492	848,390	892,549	1,036,498	1,542,685	+ 2.4	- 1.4	TOTAL, TOUS RAYONS	41	

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

Department No.	1982						1981	
	January	February	March	April	May	May	June	
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Mai	Juin	
thousands of dollars milliers de dollars								
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	14,163	15,946	15,838	15,911	16,231	16,221	16,355	
2 Women's and misses' coats and suits	13,713	14,589	13,722	15,291	13,468	14,262	14,154	
3 Women's and misses' sportswear	42,070	45,503	44,678	46,307	47,261	44,116	46,356	
4 Furs	2,389	2,941	4,384	2,604	3,162	5,282	3,039	
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	22,067	22,678	22,795	23,779	23,874	21,375	23,029	
6 Girls' and teenage girls' wear	14,602	16,246	16,660	16,753	17,207	15,693	16,046	
7 Lingerie and women's sleepwear	16,658	17,529	16,735	17,974	16,836	16,150	16,843	
8 Intimate apparel	8,521	9,448	9,088	9,144	9,376	9,181	9,125	
9 Millinery	1,664	1,607	1,584	1,583	1,522	1,345	1,429	
10 Women's and girls' hosiery	9,274	9,193	9,425	9,661	9,500	8,931	9,109	
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	13,903	13,671	13,835	14,717	13,925	14,166	14,640	
12 Women's, misses' and children's footwear	21,301	21,664	21,554	22,704	23,783	22,246	22,915	
13 Men's clothing	35,419	35,321	34,513	35,512	36,075	37,141	36,711	
14 Men's furnishings	36,037	37,458	38,188	39,227	39,375	37,376	39,077	
15 Boys' clothing and furnishings	11,118	11,287	10,788	12,301	12,467	11,700	11,258	
16 Men's and boys' footwear	14,921	15,814	17,629	14,400	15,296	15,010	15,562	
17 Food and kindred products	57,722	58,254	54,223	56,448	56,495	53,041	54,211	
18 Toiletries, cosmetics and drugs	43,859	44,698	45,338	45,365	44,189	42,496	42,985	
19 Photographic equipment and supplies	12,906	13,437	13,472	13,704	13,040	13,973	14,521	
20 Piece goods	4,540	4,496	4,513	4,409	4,368	4,783	4,899	
21 Linens and domestics	23,374	23,461	23,599	23,526	23,266	24,639	25,237	
22 Smallwares and notions	8,137	8,370	8,061	8,302	8,122	8,378	8,671	
23 China and glassware	11,040	12,597	13,004	12,887	12,285	12,730	13,503	
24 Floor coverings	11,128	11,772	12,050	12,001	11,282	13,101	13,272	
25 Draperies, curtains and furniture coverings	12,506	13,689	14,722	13,886	14,394	14,910	15,517	
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	8,332	8,446	8,456	7,763	8,664	9,452	9,708	
27 Furniture	35,723	41,685	37,845	40,178	38,347	47,917	62,366	
28 Major appliances	36,745	39,250	34,912	35,244	31,988	41,583	56,182	
29 Television, radio and music	31,672	33,566	34,122	36,254	33,320	34,506	36,742	
30 Housewares and small electrical appliances	33,891	35,473	31,982	34,347	33,158	33,806	34,887	
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	29,427	30,240	25,797	24,649	29,510	27,829	28,065	
32 Plumbing, heating and building materials	8,621	9,208	8,680	9,536	10,725	8,978	8,797	
33 Jewellery	20,439	21,516	22,048	21,046	20,450	22,603	22,539	
34 Toys and games	20,232	20,704	19,644	21,054	19,544	18,420	19,985	
35 Sporting goods and luggage	27,541	28,343	29,584	27,496	30,811	28,393	28,287	
36 Stationery, books and magazines	23,204	26,300	24,443	25,473	24,080	24,457	24,624	
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	21,254	18,706	17,672	17,013	18,262	17,631	17,890	
38 Meals and lunches	21,392	23,043	21,027	20,530	20,045	21,460	21,234	
39 Repairs and services	7,458	8,046	8,330	8,579	7,923	6,372	6,492	
40 All other departments	28,491	29,121	26,756	26,296	28,410	25,980	26,236	
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	814,939	856,240	822,512	842,892	850,497	847,868	891,988	

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

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

1981							Change - Variation	
July	August	September	October	November	December	May/ April 1982	Rayon	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Mai/ avril 1982		No
thousands of dollars							per cent	
milliers de dollars							pourcentage	
16,804	16,483	16,500	16,451	18,011	16,247	+ 2,0	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-	1
14,736	14,773	14,888	15,387	14,482	14,861	- 11,9	formes pour dames et jeunes filles	
45,759	46,103	47,500	47,015	47,204	46,188	+ 2,1	Manteaux et tailleur pour dames et jeunes	2
2,764	2,360	2,608	2,958	2,618	3,012	+ 21,4	filles	
22,347	22,212	21,831	22,050	22,652	22,649	+ 0,4	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
							Fourrures	4
							Vêtements pour bébés et enfants et articles	5
							de chambres d'enfants	
15,729	16,203	15,655	15,555	15,744	15,772	+ 2,7	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
16,673	16,778	16,868	17,074	17,562	16,980	- 6,3	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
8,986	9,281	9,162	9,363	9,907	9,318	+ 2,5	Sous-vêtements	8
1,391	1,474	1,593	1,494	1,582	1,622	- 3,9	Chapeaux	9
8,983	8,981	9,248	9,319	9,456	9,463	- 1,7	Bas pour dames et fillettes	10
14,543	15,201	15,647	15,444	14,769	14,421	- 5,4	Gants, moufles et articles de parure pour	11
23,308	22,490	22,486	22,325	22,310	22,793	+ 4,8	dames et fillettes	
36,221	37,741	37,343	36,231	36,586	36,127	+ 3,8	Chaussures pour dames, jeunes filles et	12
37,497	38,325	38,149	38,326	38,239	37,577	- 1,8	enfants	
31,185	31,425	31,321	31,060	31,574	31,433	- 1,3	Vêtements pour hommes	13
							Accessoires nécessaires pour homme	14
							Vêtements et articles d'habillement pour	15
							garçons	
10,325	15,835	15,108	15,010	15,293	16,891	+ 10,7	Chaussures pour hommes et garçons	16
56,225	55,723	56,820	56,388	56,298	55,517	+ 0,1	Produits alimentaires et boissons	17
82,816	43,629	44,527	44,308	45,253	45,403	- 2,6	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
13,524	14,639	13,981	14,279	14,757	13,570	- 4,8	Appareils et fournitures photographiques	19
4,772	4,962	4,922	4,927	5,461	4,779	- 0,9	Tissus à la pièce	20
24,538	24,306	23,229	24,028	23,785	24,195	- 1,1	Literie et linge de maison	21
8,591	8,821	8,870	9,146	8,634	8,409	- 2,2	Menus articles	22
13,128	12,413	12,618	13,012	13,302	13,203	- 4,7	Porcelaine et verrerie	23
12,718	12,320	11,762	11,513	11,714	11,844	- 6,0	Revêtements de plancher	24
15,331	15,056	14,221	14,297	14,748	15,093	+ 3,7	Tentures, rideaux et housses	25
9,764	9,264	9,023	9,191	9,561	9,227	+ 11,6	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'aménagement pour la maison	26
39,746	38,076	41,864	41,131	41,434	42,581	- 4,6	Meubles	27
37,315	36,616	35,701	38,662	38,521	39,495	- 9,2	Cros appareils ménagers	28
34,455	33,152	29,713	31,400	35,357	33,219	- 8,1	Télévision, radio et musique	29
32,603	33,939	32,045	36,572	35,479	34,190	- 3,5	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
27,708	27,133	24,926	24,176	26,263	26,943	+ 19,7	Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.	31
8,789	9,785	8,816	9,412	9,655	9,496	+ 12,4	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
22,019	22,676	23,086	22,738	24,391	22,034	- 2,8	Réjouterie	33
20,041	21,092	20,683	20,450	21,067	20,522	- 7,2	Jouets et jeux	34
28,000	28,756	28,118	27,663	27,072	27,918	+ 12,1	Articles de sport et valises	35
24,543	25,556	25,212	25,706	25,325	26,059	- 5,5	Papeterie, livres et revues	36
18,017	19,160	17,841	18,370	18,508	16,870	+ 7,3	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
30,811	20,864	21,221	21,118	21,225	21,341	- 2,4	Repas et casse-croûtes	38
7,103	6,934	6,989	7,168	7,306	7,251	- 7,6	Services et travaux de réparation	39
25,485	27,621	28,528	28,812	28,477	29,675	+ 8,0	Tous autres rayons	40
62,770	848,742	839,130	845,669	866,384	851,917	+ 0,9	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, 1981 and 1982

Province and selected metropolitan area	1982				1981			
	January	February	March	April	May	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Mai	Juin	Juillet
No.	thousands of dollars milliers de dollars							
1 Newfoundland	5,603	5,825	7,660	9,298	10,060	9,320	9,712	8,718
2 Prince Edward Island	3,311	2,956	3,744	4,285	4,446	4,316	4,973	5,306
3 Nova Scotia	12,967	13,146	16,382	20,455	20,369	19,956	20,309	18,841
4 New Brunswick	10,210	10,191	13,040	16,625	17,813	16,220	16,612	14,786
5 Quebec	106,158	98,370	118,529	145,086	151,798	155,061	145,497	136,094
6 Ontario	209,112	204,722	241,668	275,573	289,219	290,044	307,791	258,624
7 Manitoba	28,921	29,484	37,860	43,247	43,038	40,472	40,104	39,781
8 Saskatchewan	15,630	15,984	19,564	22,876	23,277	23,703	22,475	21,182
9 Alberta	94,682	89,528	107,825	118,352	117,905	118,234	121,475	113,759
10 British Columbia	111,571	105,658	125,556	133,329	130,256	142,628	143,632	137,567
11 Yukon and Northwest Territories	1,913	2,042	2,620	2,602	2,938	2,928	3,355	3,086
12 CANADA	600,079	577,906	694,447	791,728	811,119	822,881	835,934	757,743
13 Montréal	65,774	60,946	72,444	89,467	89,527	94,310	87,708	82,737
14 Toronto	87,801	86,224	99,286	109,794	112,200	118,197	126,725	104,611
15 Winnipeg	26,332	26,800	34,351	39,272	38,966	36,502	35,752	35,800
16 Vancouver	68,830	64,243	76,470	79,239	78,330	85,943	86,143	81,433

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	March	April	May	May	June	
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Mai	Juin	
No.	number - nombre							
1 Newfoundland	15	14	14	14	14	15	15	
2 Prince Edward Island	7	7	7	7	7	7	7	
3 Nova Scotia	30	30	30	30	30	30	30	
4 New Brunswick	27	26	26	26	26	26	26	
5 Quebec	163	163	164	164	164	162	160	
6 Ontario	294	294	296	297	297	286	286	
7 Manitoba	37	37	38	38	38	37	37	
8 Saskatchewan	26	26	26	27	28	26	26	
9 Alberta	82	82	82	82	82	67	68	
10 British Columbia	99	98	98	100	101	96	96	
11 Yukon and Northwest Territories	7	7	7	7	7	7	7	
12 CANADA	787	784	788	792	794	759	758	
13 Montréal	80	80	80	80	80	80	80	
14 Toronto	86	86	87	88	88	84	84	
15 Winnipeg	29	29	30	30	30	29	29	
16 Vancouver	40	39	39	39	39	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
August	September	October	November	December	May / April 1982	May 1982/1981			
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Mai / avril 1982	Mai 1982/1981			
thousands of dollars							per cent		
milliers de dollars							pourcentage		
10,385	9,526	10,454	13,146	19,400	+ 8.2	+ 7.9	Terre-Neuve	1	
4,949	4,808	4,488	5,360	8,511	+ 3.8	+ 3.0	Île-du-Prince-Édouard	2	
20,934	19,599	21,763	29,060	45,534	- 0.4	+ 2.1	Nouvelle-Écosse	3	
16,560	16,995	18,438	23,618	34,022	+ 7.1	+ 9.8	Nouveau-Brunswick	4	
143,954	146,869	159,355	176,644	264,152	+ 4.6	- 2.1	Québec	5	
267,875	301,967	312,584	364,788	562,418	+ 5.0	- 0.3	Ontario	6	
38,840	44,651	45,423	54,511	76,621	- 0.5	+ 6.3	Manitoba	7	
21,490	22,636	25,556	30,263	42,556	+ 1.8	- 1.8	Saskatchewan	8	
121,743	125,211	139,365	157,178	225,573	- 0.4	- 0.3	Alberta	9	
136,600	152,884	152,058	178,945	258,846	- 2.3	- 8.7	Colombie-Britannique	10	
3,162	3,245	3,076	2,985	5,051	+ 12.9	+ 0.3	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11	
786,492	848,390	892,549	1,036,498	1,542,685	+ 2.4	- 1.4	CANADA	12	
113,941	92,978	99,570	110,756	165,309	+ 0.1	- 5.1	Montréal	13	
105,560	126,829	126,385	147,324	230,396	+ 2.2	- 5.1	Toronto	14	
34,713	40,651	41,004	49,523	68,668	- 0.8	+ 6.8	Winnipeg	15	
110,527	92,584	91,004	109,284	153,147	- 1.1	- 8.9	Vancouver	16	

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

1981						Province et certaines zones métropolitaines
July	August	September	October	November	December	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	
number - nombre						
15	15	15	15	15	15	Terre-Neuve
7	7	7	7	7	7	Île-du-Prince-Édouard
30	30	30	30	30	30	Nouvelle-Écosse
26	27	27	27	27	27	Nouveau-Brunswick
160	162	159	160	163	163	Québec
286	291	291	292	294	294	Ontario
37	37	37	37	37	37	Manitoba
25	26	27	26	26	26	Saskatchewan
67	72	80	80	82	82	Alberta
96	96	96	97	99	99	Colombie-Britannique
7	7	7	7	7	7	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest
756	770	776	778	787	787	CANADA
88	80	80	80	80	80	Montréal
84	85	85	85	86	86	Toronto
29	29	29	29	29	29	Winnipeg
40	40	40	40	40	40	Vancouver

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

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

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1982/1981 Variation 1982/1981
		1981 ^r	1982	
		thousands of dollars milliers de dollars	per cent pourcentage	
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	73,744	70,844	- 3.9
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	59,758	56,335	- 5.7
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sport pour dames et jeunes filles	188,258	190,770	+ 1.3
4	Furs - Fourrures	10,576	11,798	+ 11.6
5	Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	90,177	95,959	+ 6.4
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'adolescentes	63,418	65,138	+ 2.7
7	Lingerie and women's sleeperwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	60,326	62,826	+ 4.1
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	42,118	41,579	- 1.3
9	Millinery - Chapeaux	4,717	5,303	+ 12.4
10	Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	40,708	42,480	+ 4.4
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	53,701	51,875	- 3.4
12	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	96,649	94,034	- 2.7
13	Men's clothing - Vêtements pour hommes	143,999	140,070	- 2.7
14	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	126,317	131,099	+ 3.8
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	42,732	44,050	+ 3.1
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	62,675	60,660	- 3.2
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	258,753	272,869	+ 5.5
18	Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	174,838	186,702	+ 6.8
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	50,323	49,052	- 2.5
20	Piece goods - Tissus à la pièce	25,811	21,953	- 14.9
21	Linens and domestics - Literie et linge de maison	99,772	97,110	- 2.7
22	Smallwares and notions - Menus articles	39,226	37,232	- 5.1
23	China and glassware - Porcelaine et verrerie	46,881	45,143	- 3.7
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	60,832	53,679	- 11.8
25	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housse	65,079	62,047	- 4.7
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	36,777	32,603	- 11.3
27	Furniture - Meubles	223,488	181,577	- 18.8
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	189,327	158,352	- 16.4
29	Television, radio and music - Télévision, radio et musique	132,080	133,510	+ 1.1
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	132,152	133,791	+ 1.2
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.	122,646	123,982	+ 1.1
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	42,960	43,611	+ 1.5
33	Jewellery - Bijouterie	74,242	71,217	- 4.1
34	Toys and games - Jouets et jeux	48,541	50,310	+ 3.6
35	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	118,211	120,164	+ 1.7
36	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	91,826	93,866	+ 2.2
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	75,396	80,066	+ 6.2
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	93,740	95,415	+ 1.8
39	Repairs and services - Services et travaux de réparation	28,390	35,668	+ 25.6
40	All other departments - Tous autres rayons	126,618	130,540	+ 3.1
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	3,517,782	3,475,279	- 1.2

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

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

Province and selected metropolitan area	Sales - Ventes		Change 1982/1981
	1981 ^r	1982	
		Variation 1982/1981	
	thousands of dollars	per cent	
	milliers de dollars	pourcentage	
Newfoundland - Terre-Neuve	38,206	38,446	+ 0.6
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	18,371	18,742	+ 2.0
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	80,174	83,319	+ 3.9
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	66,579	67,879	+ 2.0
Québec	636,393	619,941	- 2.6
Ontario	1,221,361	1,220,294	- 0.1
Manitoba	177,416	182,550	+ 2.9
Saskatchewan	101,815	97,331	- 4.4
Alberta	517,028	528,292	+ 2.2
British Columbia - Colombie-Britannique	648,713	606,370	- 6.5
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11,729	12,115	+ 3.3
CANADA	3,517,782	3,475,279	- 1.2
Montreal	392,200	378,157	- 3.6
Toronto	504,010	495,305	- 1.7
Winnipeg	160,608	165,721	+ 3.1
Vancouver	399,715	367,112	- 8.2

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

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

Province	1981 ^r	1982	per cent - pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	6.4	6.8	
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	12.2	12.6	
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	7.9	7.9	
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	7.7	8.5	
Québec	7.6	7.2	
Ontario	9.8	9.3	
Manitoba	13.4	13.0	
Saskatchewan	7.2	6.8	
Alberta	12.6	12.5	
British Columbia - Colombie-Britannique	13.8	13.3	
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	12.1	11.4	
CANADA	10.0	9.5	

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

Department	1982							
	January	February	March	April	May	June	July	
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	
No.	thousands of dollars							
	milliers de dollars							
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	45,563	46,324	49,956	61,422	53,996	49,413	38,589	42,137
2 Women's and misses' coats and suits	28,018	36,932	37,386	35,287	31,781	30,745	30,899	63,446
3 Women's and misses' sportswear	98,814	104,198	120,456	146,437	139,327	122,381	101,823	113,346
4 Furs	18,433	17,186	16,269	16,249	16,435	19,695	18,899	18,902
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	61,548	60,033	60,661	80,996	70,348	70,683	63,773	89,974
6 Girls' and teenage girls' wear	35,182	39,073	44,171	54,035	49,388	46,640	38,437	57,438
7 Lingerie and women's sleepwear	40,036	40,592	45,160	53,303	51,133	48,072	41,168	43,564
8 Intimate apparel	32,235	28,340	29,431	33,805	32,265	33,644	28,072	31,142
9 Millinery	1,705	1,194	1,029	1,228	1,319	1,594	1,048	1,200
10 Women's and girls' hosiery	20,962	21,453	24,788	28,088	28,136	26,709	22,706	24,402
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	34,682	38,123	41,945	49,058	45,061	52,679	44,257	48,097
12 Women's, misses' and children's footwear	87,084	94,059	109,852	127,461	115,719	99,553	91,070	94,488
13 Men's clothing	121,023	144,954	153,997	188,986	165,246	166,261	136,527	164,193
14 Men's furnishings	11,300	11,782	13,532	15,994	14,582	14,942	12,632	12,233
15 Boys' clothing and furnishings	36,339	37,910	37,333	43,355	38,144	37,342	36,344	33,773
16 Men's and boys' sleepwear	57,377	68,641	76,376	89,519	86,104	80,742	73,285	83,182
17 Food and kindred products	38,730	32,819	35,302	35,316	33,374	32,587	34,248	32,256
18 Toiletries, cosmetics and drugs	168,715	136,298	145,774	176,578	171,034	144,414	131,644	143,364
19 Photographic equipment and supplies	54,039	47,485	45,858	62,039	57,622	54,318	44,789	55,225
20 Piece goods	26,758	27,466	31,482	32,886	31,183	30,595	28,897	30,163
21 Linens and domestics	105,895	104,167	108,155	118,515	114,625	116,929	108,185	111,078
22 Smallwares and notions	35,714	32,999	34,159	43,815	43,739	44,065	42,666	45,703
23 China and glassware	79,696	84,356	87,916	89,585	94,417	87,774	82,803	84,634
24 Floor coverings	59,308	53,602	56,326	65,293	61,679	67,163	61,476	65,529
25 Draperies, curtains and furniture coverings	74,144	67,185	66,471	74,758	67,791	71,402	64,087	71,954
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	44,908	43,607	45,553	55,147	51,384	53,948	46,884	50,140
27 Furniture	203,525	197,657	199,513	228,763	213,091	219,639	192,493	212,791
28 Major appliances	67,844	57,690	57,243	65,702	61,359	70,962	60,446	72,255
29 Television, radio and music	119,077	113,348	121,728	143,899	135,821	121,544	115,867	118,265
30 Housewares and small electrical appliances	128,912	117,029	123,454	150,298	142,848	145,790	132,266	138,204
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	109,649	96,519	116,389	150,983	140,726	141,819	121,033	151,845
32 Plumbing, heating and building materials	33,209	31,260	31,762	43,256	34,229	33,349	28,448	35,305
33 Jewellery	112,886	113,175	119,253	133,470	128,962	116,950	104,228	113,723
34 Toys and games	73,582	67,604	69,487	88,032	75,209	70,437	62,883	70,143
35 Sporting goods and luggage	106,210	109,124	120,993	159,494	151,440	155,299	132,515	135,546
36 Stationery, books and magazines	85,895	77,322	78,563	93,255	96,064	89,696	87,607	97,991
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	45,833	44,780	41,673	55,367	51,576	51,077	38,558	47,901
38 Meals and lunches	1,490	959	799	797	761	2,153	2,106	1,513
39 Repairs and services	5,313	4,271	4,298	5,961	5,070	5,700	4,790	6,563
40 All other departments	60,107	58,607	64,393	84,704	80,703	84,531	71,970	77,732
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	2,685,020	2,618,121	2,783,992	3,324,766	3,120,611	3,040,395	2,694,152	3,038,710

(1) At selling value.

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

1981							Change - Variation	
August	September	October	November	December	May / April 1982	May 1982/1981	Rayon	
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Mai / avril 1982	Mai 1982/1981	N°	
thousands of dollars							per cent	
milliers de dollars							pourcentage	
40,505	42,691	61,182	53,746	45,831	- 12.1	+ 9.3	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	1
62,840	65,741	74,809	60,150	35,304	- 9.9	+ 3.4	Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	2
115,724	112,960	145,499	137,605	98,255	- 4.9	+ 13.8	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
20,839	23,072	26,692	25,164	21,783	+ 1.1	+ 16.6	Fourrures	4
76,715	68,559	96,132	77,985	67,443	- 13.1	- 0.5	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
52,219	45,414	58,640	47,906	34,701	- 8.6	+ 5.9	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
44,197	43,965	66,918	68,621	40,855	- 4.1	+ 6.4	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
30,697	26,044	38,582	37,252	31,897	- 4.6	- 4.1	Sous-vêtements	8
1,035	1,372	2,302	3,278	3,027	+ 7.4	- 17.3	Chapeaux	9
26,819	21,432	26,808	26,604	20,860	+ 0.2	+ 5.3	Bas pour dames et fillettes	10
46,955	41,520	62,417	58,659	37,112	- 8.1	- 14.5	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
93,112	85,055	107,164	97,725	94,195	- 9.2	+ 16.2	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
158,816	161,877	217,065	199,866	166,447	- 12.6	- 0.6	Vêtements pour hommes	13
142,483	142,450	132,713	169,170	167,163	- 2.7	+ 1.6	Articles d'habillement pour hommes	14
41,163	40,975	50,443	46,834	34,246	- 12.8	- 1.9	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
80,700	71,868	97,593	86,002	76,019	- 1.7	+ 1.6	Chaussettes pour hommes et garçons	16
25,913	26,365	37,527	41,882	29,657	- 6.1	+ 1.5	Préparations alimentaires et cosmétiques	17
135,627	135,837	207,606	208,185	151,994	- 3.1	+ 16.4	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
53,831	48,302	73,471	60,613	44,962	- 7.1	+ 6.1	Appareils et fournitures photographiques	19
29,533	26,989	33,103	31,952	30,923	- 5.2	+ 1.9	Tissus à la pièce	20
105,339	94,325	130,265	129,646	119,640	- 3.3	- 2.0	Literie et linge de maison	21
42,259	38,554	44,062	38,944	42,553	- 0.2	- 0.7	Meubles articles	22
85,099	80,387	97,388	98,820	106,239	+ 5.4	+ 7.6	Porcelaine et verrerie	23
63,686	54,111	65,319	59,510	66,289	- 5.5	+ 0.8	Revêtements de plancher	24
68,332	61,324	80,445	76,572	76,095	- 9.3	- 5.1	Tentures, rideaux et housses	25
52,219	46,732	62,781	56,350	43,282	- 6.8	- 4.8	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'aménagement pour la maison	26
207,412	188,708	242,562	214,334	237,373	- 6.9	- 3.0	Meubles	27
69,592	63,851	86,627	85,708	81,194	- 6.6	- 13.5	Gros appareils ménagers	28
116,717	110,165	154,115	149,488	128,437	- 5.6	+ 11.7	Télévision, radio et musique	29
136,469	129,367	166,700	166,421	125,107	- 5.0	- 2.0	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
146,709	119,215	172,110	142,527	123,138	- 6.8	- 0.8	Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.	31
31,853	27,256	36,505	32,824	34,101	- 20.9	+ 2.6	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
112,761	102,865	144,247	140,658	108,515	- 3.4	+ 10.3	Rajouterie	33
86,882	96,378	141,697	112,172	55,096	- 14.6	+ 6.8	Jouets et jeux	34
124,985	129,106	188,390	152,274	123,644	- 5.0	- 2.5	Articles de sport et valises	35
309,680	86,411	115,662	100,573	74,564	+ 3.0	+ 7.1	Papeterie, livres et revues	36
40,455	41,012	62,225	55,509	47,423	- 6.8	+ 1.0	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
1,156	1,314	1,524	1,386	1,341	- 7.0	- 65.6	Repas et casse-croûtes	38
5,880	5,572	6,800	5,825	4,462	- 14.9	- 11.1	Services et travaux de réparation	39
74,212	67,876	90,234	80,260	77,034	- 4.7	- 4.5	Tous autres rayons	40
1,206,583	2,777,197	3,771,324	3,437,585	2,844,203	- 6.1	+ 2.6	TOTAL, TOUS RAYONS	41

111 Valeur de vente.

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

Department	1982						1981
	January	February	March	April	May	May	June
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Mai	Juin
No.	thousands of dollars						
	milliers de dollars						
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	50,757	46,815	46,740	51,023	48,544	44,451	45,091
2 Women's and misses' coats and suits	39,366	43,467	43,721	44,980	47,470	45,722	45,122
3 Women's and misses' sportswear	119,224	112,137	116,281	123,492	121,672	106,895	109,239
4 Furs	18,866	19,567	20,677	18,994	18,939	22,753	22,965
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	73,825	69,843	68,204	74,084	68,239	68,535	70,564
6 Girls' and teenage girls' wear	47,493	44,100	46,861	49,419	45,844	43,316	42,760
7 Lingerie and women's sleepwear	51,292	48,741	47,738	47,605	46,573	43,748	45,593
8 Intimate apparel	31,930	29,542	31,003	33,328	30,081	31,383	30,663
9 Millinery	---	---	---	---	---	---	---
10 Women's and girls' hosiery	23,207	23,237	25,486	26,077	25,846	24,528	24,257
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	40,955	42,013	44,195	45,593	43,449	50,775	50,681
12 Women's, misses' and children's footwear	106,011	103,471	107,973	113,027	107,516	92,526	94,139
13 Men's clothing	158,767	157,506	164,036	186,450	162,356	163,479	166,078
14 Men's furnishings	157,923	157,455	159,582	140,508	137,483	131,378	137,934
15 Boys' clothing and furnishings	46,752	39,715	43,902	42,949	39,937	32,976	30,711
16 Men's and boys' footwear	63,505	60,746	56,530	70,946	78,343	76,758	81,311
17 Food and kindred products	---	---	---	---	---	---	---
18 Toiletries, cosmetics and drugs	167,305	160,371	160,668	166,929	163,497	137,796	142,076
19 Photographic equipment and supplies	54,544	53,116	53,348	60,414	55,204	52,046	51,761
20 Piece goods	29,644	27,755	31,347	30,804	29,915	29,234	29,888
21 Linens and domestics	116,706	106,351	110,531	108,055	101,889	103,880	105,315
22 Smallwares and notions	40,307	38,107	37,158	40,197	38,263	38,481	39,927
23 China and glassware	89,870	94,516	92,974	88,018	90,093	83,684	86,529
24 Floor coverings	59,724	56,610	58,765	63,688	59,017	58,488	59,690
25 Draperies, curtains and furniture coverings	77,555	67,538	67,834	69,516	62,251	65,601	65,922
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	51,070	48,428	47,501	54,225	46,468	48,876	46,925
27 Furniture	215,180	204,819	198,303	207,044	191,957	197,818	188,340
28 Major appliances	68,637	55,197	55,147	60,818	58,796	67,784	63,301
29 Television, radio and music	126,026	124,398	124,785	134,901	130,723	116,652	119,673
30 Housewares and small electrical appliances	141,033	129,060	126,257	136,834	131,839	134,450	134,386
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	---	---	---	---	---	---	---
32 Plumbing, heating and building materials	---	---	---	---	---	---	---
33 Jewellery	125,575	121,001	123,094	124,390	120,943	109,578	111,534
34 Toys and games	86,1589	84,958	84,813	92,074	82,367	77,089	78,040
35 Sporting goods and luggage	142,735	131,218	128,880	139,381	129,902	133,113	136,712
36 Stationery, books and magazines	96,445	92,222	90,333	93,022	89,487	83,534	91,306
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	---	---	---	---	---	---	---
38 Meals and lunches	---	---	---	---	---	---	---
39 Repairs and services	---	---	---	---	---	---	---
40 All other departments	---	---	---	---	---	---	---
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,027,526	2,882,407	2,920,680	3,131,549	2,930,977	2,853,276	2,878,029

(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
July	August	September	October	November	December	May April 1982	Rayon
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Mai/ avril 1982	
thousands of dollars						per cent	
milliers de dollars						pourcentage	
45,963	45,989	50,600	51,973	46,503	50,872	- 4.9	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles
50,113	47,435	49,165	49,355	49,261	45,778	+ 5.5	Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles
111,616	116,267	130,095	128,983	120,449	123,659	- 1.5	Vêtements sport pour dames et jeunes filles
20,202	18,928	19,971	20,328	20,307	20,306	- 0.5	Fourrures
73,498	72,409	72,036	81,334	72,070	75,708	- 7.9	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants
46,821	47,357	46,111	49,117	42,156	48,296	- 7.2	Vêtements de fillettes et d'adolescentes
46,409	43,863	47,608	50,279	51,021	52,869	- 2.2	Lingerie et vêtements de nuit pour dames
31,982	30,754	31,189	35,655	31,443	31,691	- 9.7	Sous-vêtements
23,889	23,803	23,071	24,651	24,685	24,276	- 0.9	Chapeaux
							Bébé pour dames et fillettes
50,830	48,668	46,329	47,180	43,428	44,596	- 4.7	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes
89,546	84,877	91,358	96,994	98,696	104,415	- 4.9	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants
170,347	167,552	162,867	169,902	164,356	182,472	- 12.9	Vêtements pour hommes
139,191	140,152	144,177	142,237	145,001	142,237	+ 5.8	Accessoires d'habillement pour hommes
27,048	21,711	21,910	22,831	21,743	22,491	- 2.0	Accessoires et articles d'habillement pour garçons
81,608	77,452	77,661	80,448	80,721	86,316	- 3.1	Chaussures pour hommes et garçons
170,343	151,997	156,583	164,902	156,981	170,279	- 2.1	Produits alimentaires et connexes
55,017	57,837	55,944	54,665	45,784	50,738	- 8.6	Articles de toilette, cosmétiques et médicamenteux
29,858	28,695	29,747	30,614	31,560	31,435	- 2.9	Appareils et fournitures photographiques
							Tissus à la pièce
113,966	112,562	114,802	122,740	119,085	119,674	- 5.7	Literie et linge de maison
41,356	41,134	42,996	42,932	40,712	42,018	- 4.8	Menus articles
85,588	85,576	88,187	88,090	83,857	98,775	+ 2.4	Porcelaine et verrerie
64,486	62,452	61,873	63,167	61,805	60,813	- 7.3	Revêtements de plancher
70,956	70,403	71,690	76,068	75,653	74,402	- 10.5	Tentures, rideaux et housses
48,930	50,171	50,956	52,200	50,213	52,304	- 14.3	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'aménagement pour la maison
214,883	220,196	227,870	245,666	215,288	215,321	- 7.3	Meubles
76,179	78,624	79,950	84,384	78,837	74,152	- 3.3	Gros appareils ménagers
125,079	123,799	127,669	139,121	125,530	123,524	- 3.1	Télévision, radio et musique
139,208	139,564	142,749	147,172	144,400	143,958	- 3.7	Articles de ménage et petits appareils électriques
...	Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.
...	Matériel de plomberie, chauffage et construction
119,020	115,822	118,571	122,275	112,920	120,085	- 2.8	Bijouterie
81,017	81,228	76,824	80,171	83,204	99,195	- 10.5	Jouets et jeux
138,106	128,790	133,496	144,608	134,781	144,593	- 6.8	Articles de sport et valises
92,794	84,377	89,861	92,355	81,279	93,742	- 3.8	Papeterie, livres et revues
...	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures
...	Repas et casse-croûtes
...	Services et travaux de réparation
...	Tous autres rayons
3,003,478	2,971,521	3,013,193	3,187,136	3,004,193	3,083,503	- 6.4	TOTAL, TOUS RAYONS

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	March	April	May	May	June
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Maïs	Juin
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5.58	4.41	3.63	3.51	2.58	2.32	2.04
2	Women's and misses' coats and suits	2.69	3.70	2.62	2.44	4.39	3.82	5.48
3	Women's and misses' sportswear	3.93	3.58	3.05	3.18	2.73	2.52	2.23
4	Furs	4.40	5.06	5.53	23.82	28.14	19.62	57.42
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.99	3.92	3.12	3.37	3.24	3.52	3.20
6	Girls' and teenage girls' wear	4.72	3.93	2.90	3.19	3.16	3.23	2.69
7	Lingerie and women's sleepwear	4.47	3.95	3.66	3.53	3.16	3.07	2.72
8	Intimate apparel	4.84	4.28	3.47	3.44	3.23	3.34	2.80
9	Millinery	1.25	1.34	1.13	1.06	1.36	1.79	1.22
10	Women's and girls' hosiery	2.78	3.21	2.85	2.73	3.04	3.03	2.91
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4.28	4.86	3.93	3.83	3.61	4.08	3.70
12	Women's, misses' and children's footwear	6.72	7.87	5.66	5.12	4.66	4.21	4.18
13	Men's clothing	5.40	6.91	4.84	5.75	5.17	5.14	3.85
14	Men's furnishings	5.41	5.85	4.85	5.11	4.66	4.76	3.00
15	Boys' clothing and furnishings	5.83	6.24	4.04	3.63	3.58	3.79	4.01
16	Children's and baby's footwear	7.19	8.78	6.79	5.28	5.56	5.27	4.94
17	Food and kindred products	6.38	6.58	6.78	6.59	6.38	6.39	6.71
18	Toiletries, cosmetics and drugs	5.04	4.06	3.82	4.28	4.25	3.69	3.69
19	Photographic equipment and supplies	5.98	5.97	4.67	5.54	5.22	4.55	3.14
20	Piece goods	6.92	7.14	6.40	6.91	6.84	6.02	6.46
21	Linens and domestics	4.47	7.16	5.95	5.97	5.50	5.28	4.56
22	Smallwares and notions	4.11	4.66	4.62	5.65	6.93	6.67	6.42
23	China and glassware	10.89	11.27	9.22	8.95	8.74	7.79	7.43
24	Floor coverings	6.55	5.56	4.76	5.50	5.46	4.64	4.81
25	Draperies, curtains and furniture coverings	7.78	7.21	4.87	5.00	4.64	4.60	3.94
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	7.39	7.81	6.47	8.11	7.21	7.01	6.02
27	Furniture	5.42	6.34	5.58	6.25	5.27	4.33	3.09
28	Major appliances	1.92	2.09	1.82	2.07	1.89	1.66	1.07
29	Television, radio and music	4.29	4.83	4.19	5.10	5.43	4.67	4.42
30	Housewares and small electrical appliances	5.63	4.64	5.11	5.09	4.46	4.45	4.22
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	5.18	4.76	5.66	5.74	3.94	4.12	3.80
32	Plumbing, heating and building materials	5.30	4.88	4.30	4.05	2.66	2.88	2.68
33	Jewellery	11.68	10.02	7.74	7.90	7.18	5.84	5.48
34	Toys and games	10.64	8.64	7.15	6.26	6.38	6.29	5.45
35	Sporting goods and luggage	5.34	6.79	5.76	5.67	4.32	4.83	3.76
36	Stationery, books and magazines	4.92	4.26	4.25	4.62	4.89	4.49	4.59
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	2.84	3.51	2.74	3.05	2.90	2.85	2.13
38	Meals and lunches	0.08	0.05	0.04	0.04	0.04	0.10	0.10
39	Repairs and services	0.83	0.68	0.56	0.76	0.69	0.94	0.73
40	All other departments	3.02	2.97	2.85	2.82	2.11	2.55	2.41
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.37	4.42	3.94	4.16	3.77	3.62	3.15

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

1981

July	August	September	October	November	December	Rayon	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		NO
2.60	2.64	2.52	3.79	2.92	2.00	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	1
9.11	4.06	3.36	2.94	2.82	1.48	Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	2
2.83	2.58	1.90	2.88	2.61	1.41	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
13.77	9.34	8.25	7.37	5.50	3.12	Fourrures	4
4.48	3.27	2.80	3.79	3.02	1.87	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
4.59	2.30	2.50	3.58	2.67	1.38	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
2.93	3.52	2.88	4.04	2.87	0.95	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3.41	3.41	2.71	4.47	3.92	2.44	Sous-vêtements	8
1.36	1.16	0.93	1.08	1.05	0.76	Chapeaux	9
3.86	3.64	2.01	2.45	2.49	1.34	Ban pour dames et fillettes	10
4.76	4.10	2.50	3.76	2.74	1.05	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
5.35	4.21	2.97	3.79	3.71	3.01	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
6.41	6.16	3.94	5.16	3.99	2.42	Vêtements pour hommes	13
4.88	5.12	3.92	5.05	2.99	1.06	Articles d'habillement pour hommes	14
6.71	2.52	3.47	4.98	3.40	1.54	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
6.97	5.76	4.17	5.68	4.81	3.24	Chaussures pour hommes et garçons	16
0.67	0.47	0.56	0.67	0.63	0.34	Produits alimentaires et connexes	17
3.82	3.58	3.45	4.83	4.13	1.51	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
3.90	1.69	3.83	5.66	3.65	1.39	Appareils et fournitures photographiques	19
8.38	6.49	4.74	5.50	5.16	6.70	Tissus à la pièce	20
4.12	4.47	3.68	5.20	5.14	3.02	Literie et linge de maison	21
6.36	5.66	3.74	4.11	3.88	3.57	Menus articles	22
7.77	8.70	6.72	8.70	5.40	2.94	Porcelaine et verrerie	23
5.09	5.59	4.42	4.63	4.26	5.39	Revêtements de plancher	24
4.24	4.80	4.12	5.05	4.81	4.27	Tentures, rideaux et housses	25
5.88	6.51	5.37	6.78	4.35	2.13	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
4.48	5.44	4.25	5.74	5.17	5.62	Méubles	27
1.59	1.85	1.62	2.08	2.25	1.87	Gros appareils ménagers	28
4.00	3.93	3.37	4.30	3.28	1.83	Télévision, radio et musique	29
4.40	4.42	4.42	4.85	3.92	1.66	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
5.63	5.91	5.01	6.37	5.30	3.26	Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.	31
3.40	3.51	3.02	3.48	3.50	3.64	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
6.88	6.51	4.64	7.47	4.21	1.60	Rajouterie	33
5.40	6.88	7.89	6.66	2.35	0.72	Jouets et jeux	34
4.40	5.01	5.66	8.03	5.37	2.30	Articles de sport et valises	35
5.30	3.29	3.28	4.97	3.15	1.23	Papeterie, livres et revues	36
2.64	2.77	2.55	2.77	2.45	2.06	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
0.07	0.06	0.06	0.07	0.06	0.04	Repas et casse-croûtes	38
1.02	0.96	0.80	0.82	0.61	0.46	Services et travaux de réparation	39
3.07	2.95	2.90	3.26	3.09	1.64	Tous autres rayons	40
3.91	3.71	3.21	4.14	3.28	1.82	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., 1650 Avenue Rd., Toronto, Ontario

Simpson, The Robert, Co. Ltd., 401 Bay St., Toronto, Ontario

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

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

Steinberg Inc., Miracle Mart Division, Montréal, Québec

Towers Department Stores Ltd., 6509 Airport Rd., Mississauga, Ontario

Woodward Stores (Alta.) Ltd., Vancouver, British Columbia

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

SELECTED PUBLICATIONS

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

Catalogue

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

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

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

Total sales and percentage changes of sales, by region.

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

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

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

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

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

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

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

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

CHOIX DE PUBLICATIONS

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

Catalogue

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

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

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

Variations en pourcentage et ventes par région.

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

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

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

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

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

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

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

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

Catalogue

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Catalogue

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Catalogue

The following reports on Operating Results are available.

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

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

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

Catalogue

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

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

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

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

STATISTICS CANADA LIBRARY
BIBLIOTHÈQUE STATISTIQUE CANADA



1010737190

Canada