

# Department store sales and stocks

February 1983



# Ventes et stocks des grands magasins

Février 1983



### Data in Many Forms...

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

### How to Obtain More Information

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

Retail Trade Section,  
Merchandising and Services Division,

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

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

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

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

### How to Order Publications

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

### Des données sous plusieurs formes...

Statistique Canada diffuse les données sous forme 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 ordinolingué 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 de commerce détail,  
Division du commerce et des services,

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

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

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

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

### Comment commander les publications

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

Statistics Canada  
Merchandising and Services Division  
Retail Trade Section

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

# Department store sales and stocks

February 1983

# Ventes et stocks des grands magasins

Février 1983

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

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

© Minister of Supply  
and Services Canada 1983

May 1983  
5-3406-503

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

Catalogue 63-002, Vol. 48, No. 2

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par  
le ministre des Approvisionnements et  
Services Canada

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

© Ministre des Approvisionnements  
et Services Canada 1983

Mai 1983  
5-3406-503

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

Catalogue 63-002, vol. 48, n° 2

ISSN 0380-7045

Ottawa

## SYMBOLS

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

- ... figures not available.
- ... figures not appropriate or not applicable.
- nil or, in this publication less than half unit expressed.
- amount too small to be expressed.
- P preliminary figures.
- 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
<b>Introduction</b>	vii
Definitions	viii
Methodology	ix
Data Reliability	x
Non-sampling Errors	x
Non-sampling Error Measures	xi
Seasonal Adjustment	xiii
Constant Dollar Estimates	xiv
Data Confidentiality	xiv
Explanatory Notes	xvi
 <b>Charts</b>	
1. Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1981-1983	xviii
2. Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1981-1983	xviii
3. Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1981-1983	xix
4. Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1981-1983	xx
5. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1981-1983	xx
6. Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization	xxi
 <b>Highlights</b>	
	xxii
 <b>Table</b>	
1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1982 and 1983	2

TABLE DES MATIÈRES

	Page
<b>Introduction</b>	vii
Définitions	viii
Méthodologie	ix
Fiabilité des données	x
Erreurs non liées à l'échantillonnage	x
Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage	xi
Désaisonnalisation	xiii
Estimations en dollars constants	xiv
Confidentialité des données	xiv
Notes explicatives	xvi
 <b>Graphiques</b>	
1. Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1981-1983	xviii
2. Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1981-1983	xviii
3. Ventes des grands magasins et commerce de détail Total, par mois, Canada, 1981-1983	xix
4. Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1981-1983	xx
5. Montant à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983	xx
6. Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisation	xxi
 <b>Points saillants</b>	
	xxii
 <b>Tableau</b>	
1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983	2

TABLE OF CONTENTS - Continued

Table	Page
2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1982 and 1983	4
3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983	6
4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	6
5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983	8
6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	8
7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983	10
8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	10
9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983	12
10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	12
11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983	14
12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	14
13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983	16
14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	16
15. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1982 and 1983	18
16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983	19

TABLE DES MATIÈRES - suite

Tableau	Page
2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1982 et 1983	4
3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1982 et 1983	6
4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	6
5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983	8
6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	8
7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983	10
8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	10
9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1982 et 1983	12
10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	12
11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983	14
12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	14
13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983	16
14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	16
15. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983	18
16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1982 et 1983	19

TABLE OF CONTENTS - *Continued*

Table	Page
17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	19
18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983	20
19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	20
20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983	21
21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983	21
22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1981-1983	22
23. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981-1983	23
24. Department Store Monthly Stocks, by Department, Canada, 1982 and 1983	24
25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1982 and 1983	26
26. Department Store Monthly Stock-Sales Ratios, by Department, Canada, 1982 and 1983	28
27. Department Store Monthly Sales-Stock Ratios, by Department, 1982 and 1983	30
28. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted, Canada, 1981-1983	32
29. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Seasonally Adjusted, Canada, 1981-1983	32
30. Department Store Sales, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1982 and 1983	34
31. Department Store Stocks, MCD and Seasonal Factors, 1982 and 1983	36

TABLES DES MATIÈRES - *suite*

Tableau	Page
17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	19
18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983	20
19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	20
20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983	21
21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983	21
22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1981-1983	22
23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1981-1983	23
24. Stocks mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983	24
25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1982 et 1983	26
26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983	28
27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983	30
28. Montants à recevoir, non désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983	32
29. Montants à recevoir, désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983	32
30. Ventes des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1982 et 1983	34
31. Stocks des grands magasins, MDC et coefficients de corrections des variations saisonnières, 1982 et 1983	36

TABLE OF CONTENTS - Concluded

	Page
List of Department Store Organizations	38
Selected Publications	39

TABLES DES MATIÈRES - fin

	Page
Liste des organisations de grands magasins	38
Choix de publications	39

## INTRODUCTION

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

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

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

## INTRODUCTION

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

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division du commerce et des services. (Le recensement mesure également les activités des "établissements", toutefois 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 tailleurs pour dames et jeunes filles; vêtements de sport pour dames et jeunes filles; fourrures; vêtements de bébés et d'enfants; vêtements de fillettes et d'adolescentes; lingerie et vêtements de nuit pour dames; sous-vêtements; chapeaux; bas pour dames et fillettes; gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes; chaussures pour dames, jeunes filles et enfants; vêtements pour hommes; articles d'habillement pour hommes; vêtements et articles d'habillement pour garçons; chaussures pour hommes et garçons. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins six des séries mentionnées ci-dessus, dont au moins une doit être les vêtements ou articles d'habillement pour hommes et garçons. Au moins 20% des ventes globales du magasin doivent se faire dans le groupe de vêtements pour la famille.

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

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

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

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

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

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

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

## Methodology

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

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

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

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

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

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

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

## Méthodologie

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

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

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

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

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

## Data Reliability

### Non-sampling Errors

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

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

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

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

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

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

## Fiabilité des données

### Erreurs non liées à l'échantillonnage

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

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

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

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

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

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

#### Non-sampling Error Measures

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

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

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

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

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

#### Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage

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

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

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

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

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

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

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

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

**TEXT TABLE I. Measures of Reliability, Department Stores, Canada, 1983  
February**

**TABLEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1983  
Février**

	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	95.7
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	56.5
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	34.8
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	73.3
		99.9
		92.6
		68.0
		87.1

## Seasonal Adjustment

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

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

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

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

## 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 accidentielles. 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 de produire 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 les séries. Cette technique consiste essentiellement à ajouter une année de données brutes à chacunes des deux extrémités de la série initiale avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Les données estimatives proviennent d'extrapolations prospectives et retrospectives 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 dits 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 n'être que de

(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.

(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.

simple irregular movements; to get a better idea of the underlying trend, then, users must examine several months of seasonally adjusted series.

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

#### Constant Dollar Estimates

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

#### Data Confidentiality

Statistics Canada is prohibited by law from publishing any statistics which would divulge information relating to any identifiable business without the previous consent in writing of that business(4). The disclosure of data likely to reveal specific information on the activity of a particular company is therefore systematically and rigorously controlled and regulated to

(3) See Tables 30 and 31.

(4) See Section 16 of the Statistics Act (Chapter 15), entitled "Secrecy".

simples mouvements irréguliers; pour avoir une meilleure idée de la tendance fondamentale, les utilisateurs doivent donc examiner les séries désaisonnalisées d'un certain nombre de mois.

À cette fin, on retient l'usage 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 inférieur à l'unité; autrement dit, il s'agit de 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 puisqu'il indique la présence d'une série lisse. L'application d'une moyenne mobile aux données désaisonnalisées de période égale au MDC tend à lisser les mouvements irréguliers pouvant dissimuler la tendance-cycle fondamentale. La méthode de la moyenne mobile du MDC permet de réduire tous les genres de série à peu près au même niveau de lissage, quelle que soit la taille de la composante irrégulière dans la série initiale.

#### Estimations en dollars constants

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

#### Confidentialité des données

La loi interdit à Statistique Canada de diffuser au grand public des données qui pourraient servir à identifier une entreprise ou certaines de ses caractéristiques, sans avoir obtenu au préalable l'autorisation écrite de cette dernière(4). Ainsi, le dévoilement de données susceptibles de révéler des renseignements précis sur l'activité d'une entreprise particulière est systématiquement contrôlé suivant des dispositions

(3) Voir les tableaux 30 et 31.

(4) Voir l'article 16, intitulé *Secret*, du chapitre 15 de la Loi sur la statistique.

TEXT TABLE II. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1981-1983

TABLEAU EXPLICATIF II. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1981-1983

Period	Price index	Current dollars unadjusted	Year/year per cent change	Constant 1971 dollars unadjusted	Year/year per cent change
Période	Indice des prix	Dollars courants non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1971 non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année
		'000	%	'000	%
<b>1981:</b>					
January - Janvier	185.2	643,821	+ 14.5	347,636	+ 4.0
February - Février	189.3	568,767	+ 9.1	300,458	- 0.7
March - Mars	190.0	688,718	+ 11.3	362,483	+ 2.0
April - Avril	192.1	793,595	+ 16.0	413,116	+ 6.4
May - Mai	193.5	822,881	+ 7.1	425,261	- 1.0
June - Juin	193.3	835,934	+ 20.8	432,454	+ 12.0
July - Juillet	193.2	757,743	+ 6.8	392,207	- 1.5
August - Août	195.2	786,492	+ 7.5	402,915	- 0.9
September - Septembre	195.7	848,390	+ 5.3	433,516	- 2.6
October - Octobre	198.1	892,549	+ 8.3	450,555	- 0.6
November - Novembre	199.0	1,036,498	+ 4.6	520,853	- 3.1
December - Décembre	198.1	1,542,685	+ 5.8	778,741	- 1.7
Year - Année	194.3	10,218,073	+ 9.1	5,260,195	+ 0.6
<b>1982:</b>					
January - Janvier	198.6	600,079	- 6.8	302,155	- 13.1
February - Février	204.8	577,906	+ 1.6	282,181	- 6.1
March - Mars	204.1	694,447	+ 0.8	340,248	- 6.1
April - Avril	206.4	791,728	- 0.2	383,589	- 7.1
May - Mai	208.5	811,119	- 1.4	389,025	- 8.5
June - Juin	207.4	790,742	- 5.4	381,264	- 11.8
July - Juillet	205.7	763,975	+ 0.8	371,402	- 5.3
August - Août	206.8	775,460	- 1.4	374,981	- 6.9
September - Septembre	205.2	859,926	+ 1.4	419,035	- 3.3
October - Octobre	208.0	859,089	- 3.7	413,020	- 8.3
November - Novembre	208.8	1,073,558	+ 3.6	514,156	- 1.3
December - Décembre	208.4	1,608,323	+ 4.3	771,748	- 0.9
Year - Année	206.5	10,206,352	- 0.1	4,942,804	- 6.0
<b>1983:</b>					
January - Janvier	206.6	623,426	+ 3.9	301,755	- 0.1
February - Février	213.2	604,104	+ 4.5	283,351	+ 0.4
March - Mars					
April - Avril					
May - Mai					
June - Juin					
July - Juillet					
August - Août					
September - Septembre					
October - Octobre					
November - Novembre					
December - Décembre					
Year - Année					

prevent the publication or disclosure of any information deemed confidential. The rules regarding the confidentiality of parts of the results of merchandising surveys are therefore applied in such a way that no data are shown for cells (or statistical units) composed of fewer than three companies or of three or more if these are dominated by one or two companies. Then, in the publication itself, the information is withheld on this designated cell by entering an "X" in the appropriate boxes.

Another way of preserving data confidentiality without having to enter an "X" is to combine (consolidate) the information from selected regions (or selected cells) for the same item. The data in question can then simply be aggregated and published in a less detailed, but still confidential, form. For example, in many cases the data for the Northwest Territories and the Yukon are included with the British Columbia data.

The rigorous application of these rules preserves the confidentiality of the information and ultimately has little effect on the dissemination of merchandising survey results.

#### Explanatory Notes

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

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

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

The metropolitan areas are census metropolitan areas.

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

(5) See Table 26.

(6) See Table 27.

strictes de telle sorte qu'aucun renseignement jugé secret ne soit publié ou divulgué. L'application des règles sur le caractère secret d'une partie des résultats des enquêtes sur le commerce s'établit donc de manière à ce qu'aucune donnée ne soit révélée pour des cellules (ou unités statistiques) composées de moins de trois compagnies, ou encore de trois ou plus lorsque celles-ci sont dominées par une ou deux compagnies. Par la suite l'information concernant ces cellules est dissimulée en inscrivant un X aux différents postes visés dans la publication.

Une autre façon de préserver le caractère confidentiel de l'information sans pour autant avoir à mettre des "X", consiste à grouper (consolider) pour certaines régions (ou certaines cellules) l'information d'un même poste. Il suffit alors d'agrégner les données visées et de les présenter sous une forme moins détaillée mais qui respecte la consigne de confidentialité. Par exemple dans bien des cas, les données relatives aux Territoires du Nord-Ouest et du Yukon sont incluses avec celles de la Colombie-Britannique.

Ainsi, par l'application rigoureuse de ces règles, le caractère privé de l'information est préservé et n'affecte que très marginalement en fin de compte la diffusion des résultats des enquêtes sur le commerce.

#### Notes explicatives

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

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

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

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement.

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

(5) Voir tableau 26.

(6) Voir tableau 27.

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

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

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

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

TEXT TABLE III. Number of Shopping Days, by Month, 1982 and 1983

TABLEAU EXPLICATIF III. Nombre de jours commerciaux, par mois, 1982 et 1983

	1983		1982	
	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	4	25	5
February - Février	24	4	24	4
March - Mars	27	4	27	4
April - Avril	25	5	25	4
May - Mai	25	4	26	5
June - Juin	26	4	26	4
July - Juillet	25	5	26	5
August - Août	26	4	26	4
September - Septembre	25	4	25	4
October - Octobre	25	5	25	5
November - Novembre	26	4	26	4
December - Décembre	26	5	26	3

Chart — 1

Graphique — 1

**Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1981 – 1983**

**Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1981 – 1983**

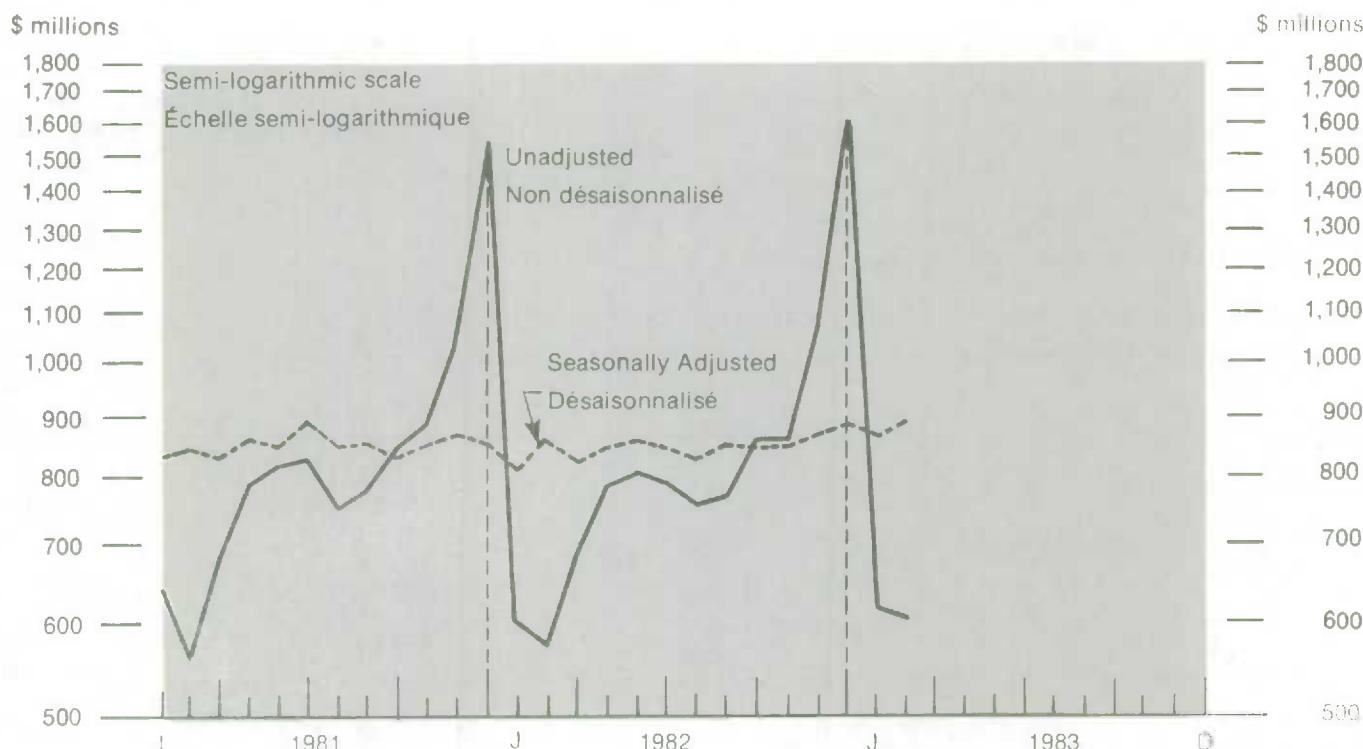


Chart — 2

Graphique — 2

**Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1981 – 1983**

**Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1981 – 1983**

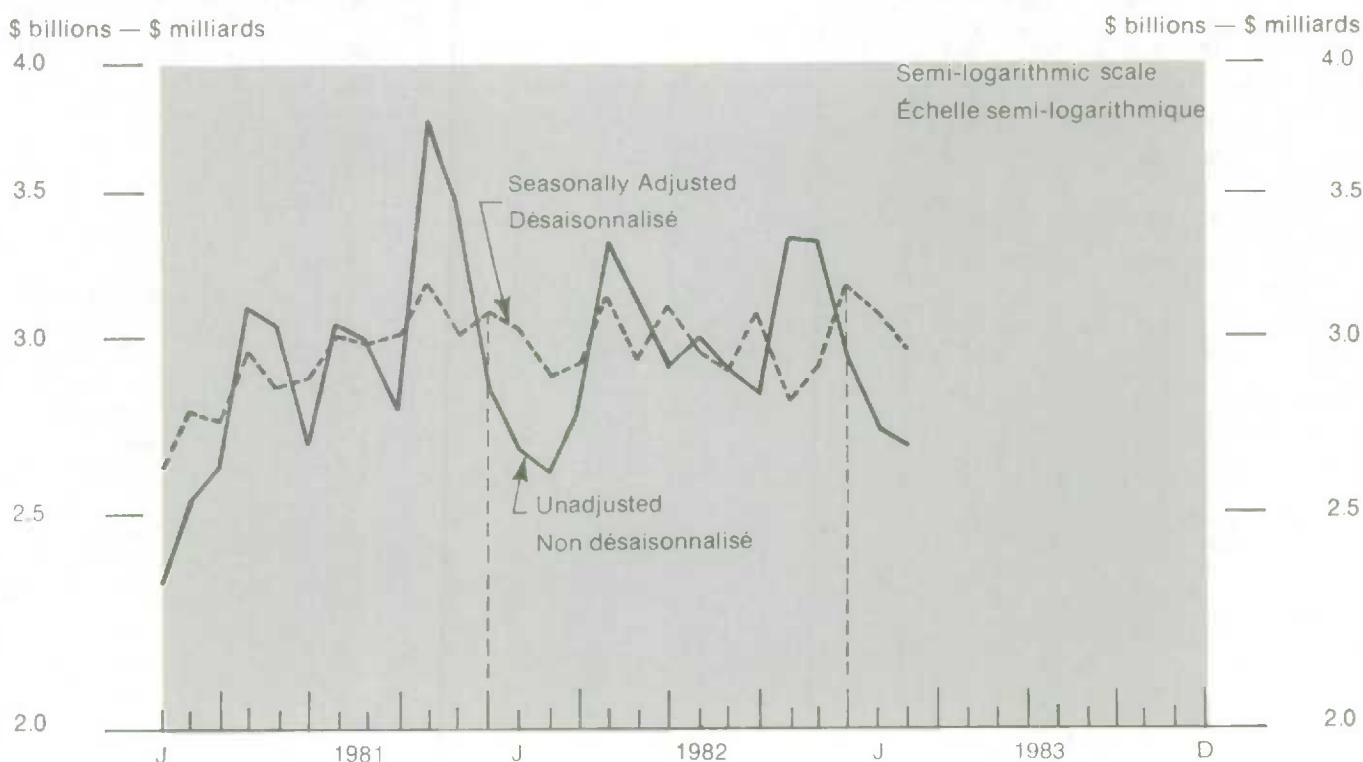


Chart — 3

Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1981 – 1983

Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1981 – 1983

Graphique — 3

\$ billions

\$ milliards

12.0

\$ billions

\$ milliards

12.0

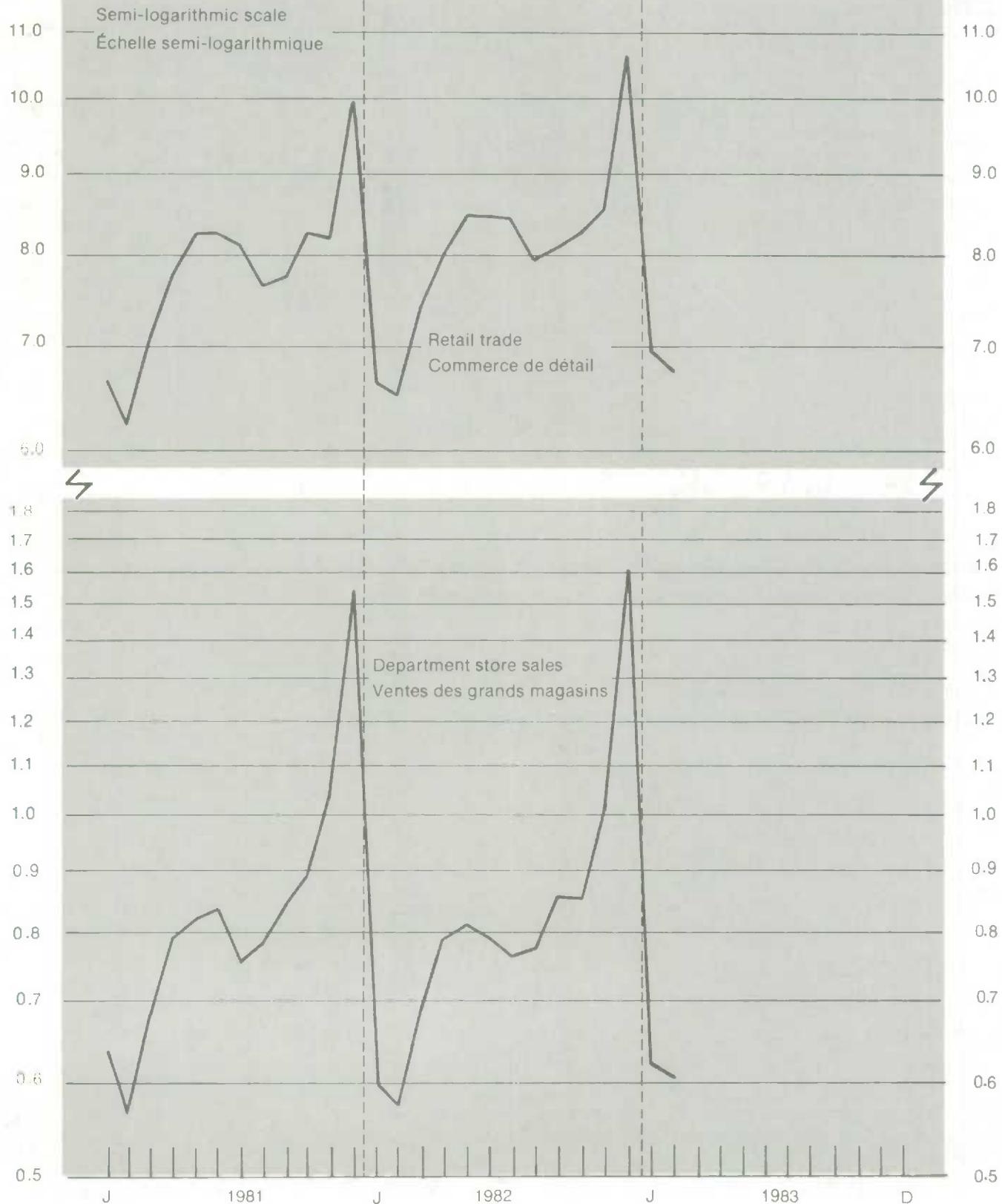
Semi-logarithmic scale  
Échelle semi-logarithmique

Chart — 4

Graphique — 4

**Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1981 – 1983****Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1981 – 1983**

\$ millions

\$ millions

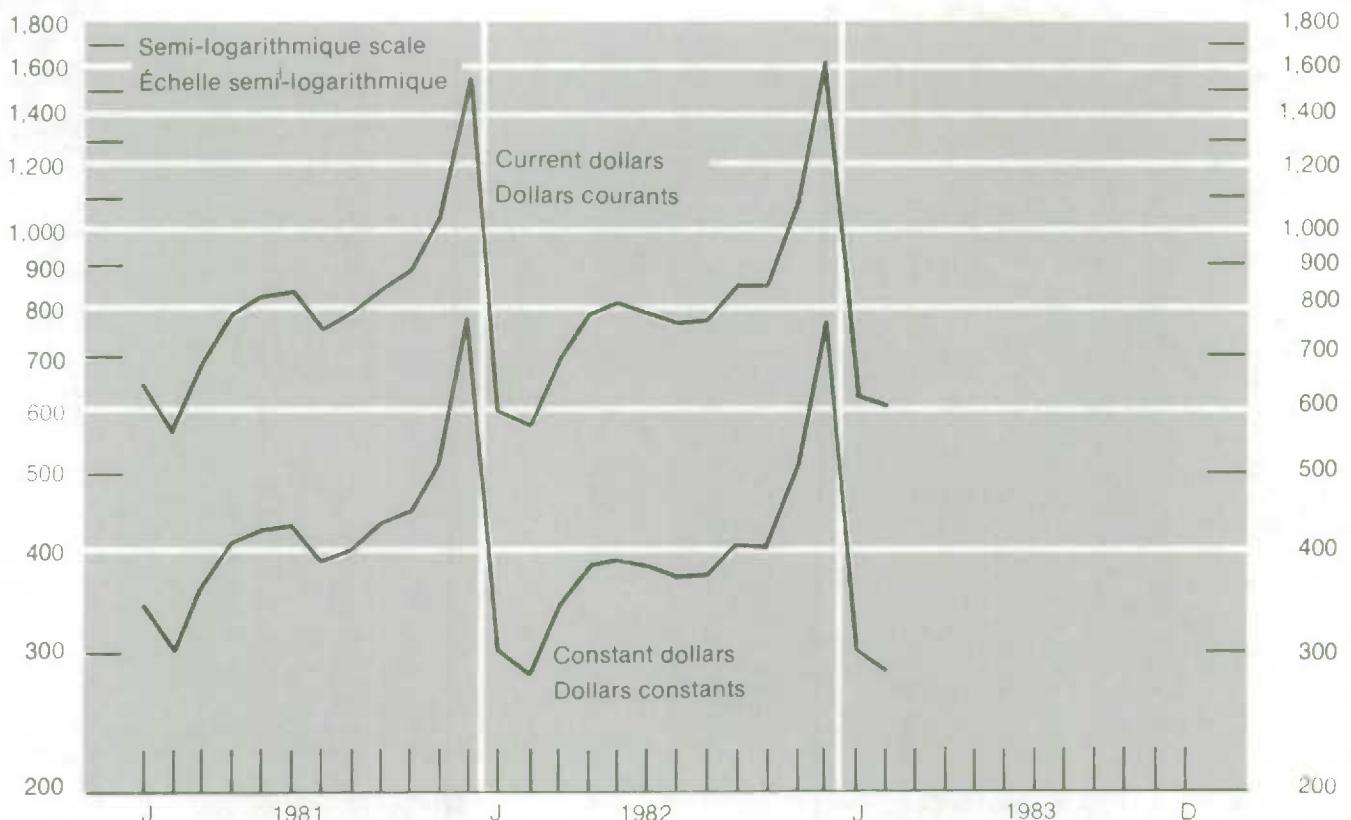


Chart — 5

Graphique — 5

**Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1981 – 1983****Montant à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981 – 1983**

\$ billions - \$ milliards

\$ billions - \$ milliards

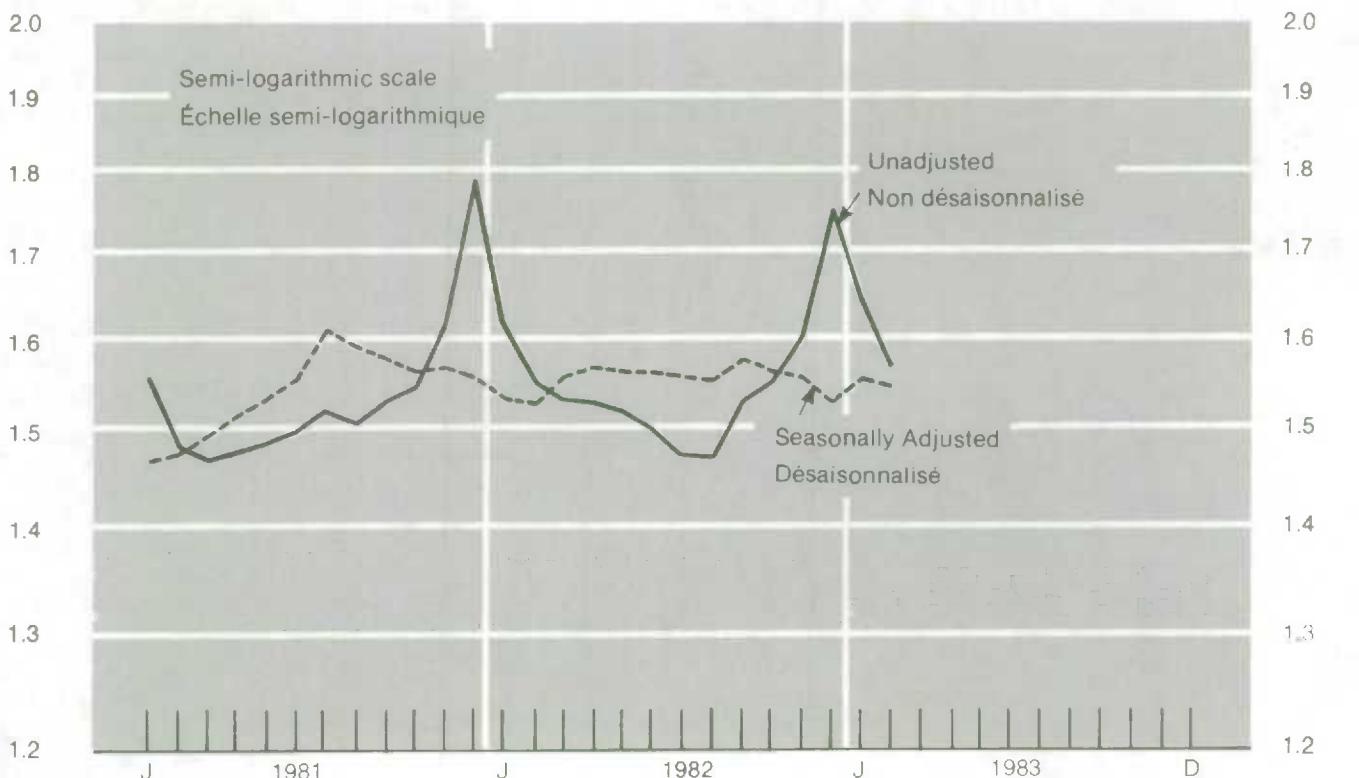
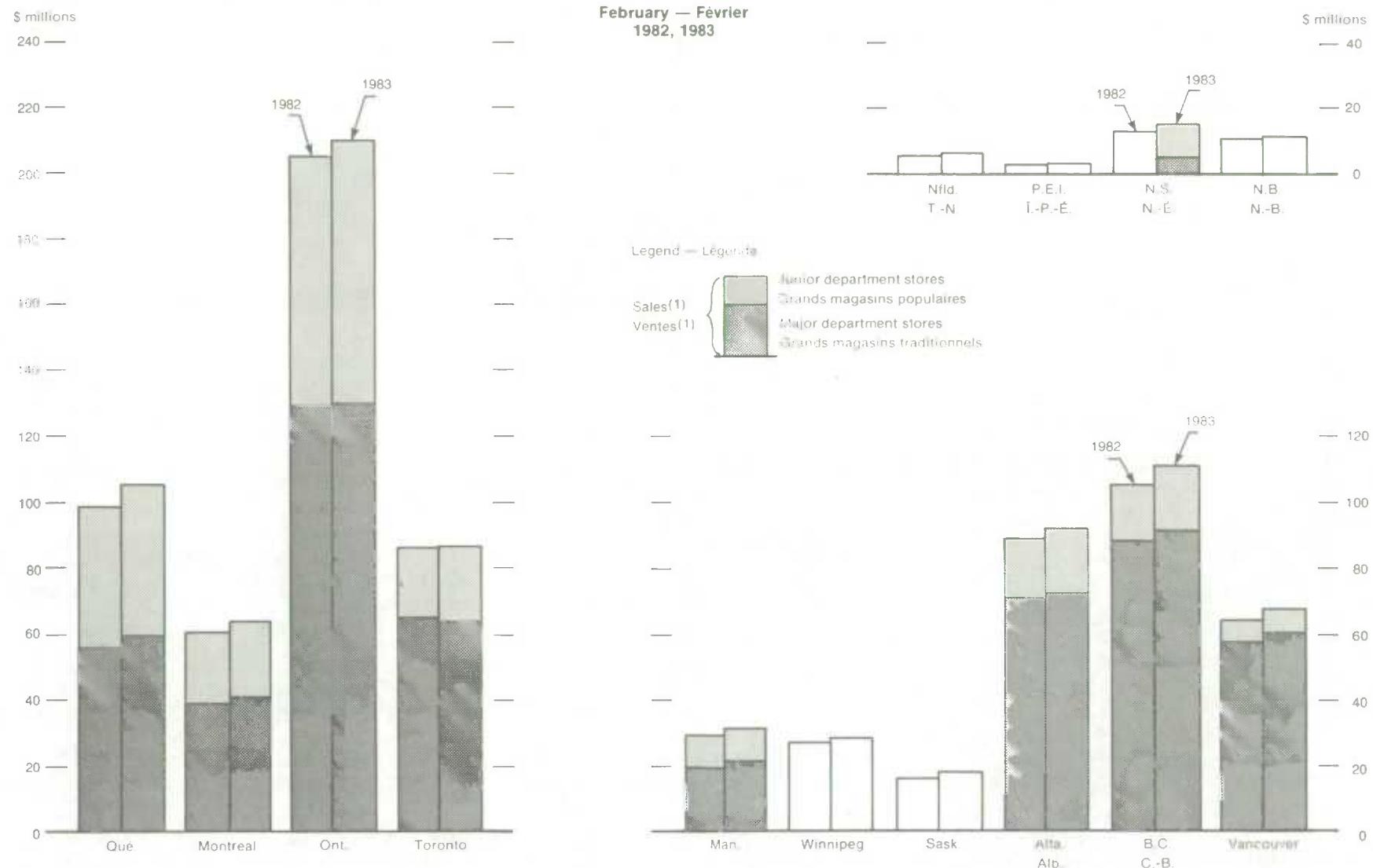


Chart - 6

Graphique - 5

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



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

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

## HIGHLIGHTS

Department stores sales, seasonally adjusted, were 4.0% higher in February 1983 than in January 1983, and totalled \$895.2 million. Compared to the previous month, sales were higher in 28 of the 40 departments surveyed, with the highest increases in china and glassware (+ 23.6%), millinery (+ 16.3%) and repairs and services (+ 12.7%). On the other hand, lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings (- 8.6%), linens and domestics (- 7.3%) and gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies (- 6.6%) recorded the largest decreases.

Total department store sales for February 1983, without adjustment for seasonal variations, went up by 4.5% over the same month last year to \$604.1 million. Among the 28 departments registering increased sales, repairs and services (+ 29.7%) plumbing, heating and building materials (+ 20.9%) and television, radio and music (+ 19.6%) were the departments showing the largest gains, while the highest drops were reported in hardware, paints, wallpaper, etc. (- 19.0%), gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies (- 13.1%) and sporting goods and luggage (- 9.8%).

With the exception of Yukon and Northwest Territories (- 8.6%) which registered a sales decrease compared to a year earlier, all the remaining provinces showed department store sales increases with gains ranging from + 2.4% in Ontario to + 13.5% in Saskatchewan. Of the 10 metropolitan areas covered by this survey, the largest sales increase was in Halifax-Dartmouth (+ 14.4%), while the largest decrease was in Calgary (- 2.9%).

Total sales by the major department store organizations increased 3.5% over the same period last year to \$400.1 million while junior department store organizations sales were 6.6% higher with \$204.0 million.

Cumulative sales for the first two months of 1983, increased 4.2% over the same period last year and reached \$1,227.5 million.

## POINTS SAILLANTS

Les ventes désaisonnalisées des grands magasins ont augmenté de 4.0% de janvier à février 1983 pour totaliser \$895.2 millions. Par rapport au mois antérieur, 28 des 40 rayons couverts par l'enquête ont signalé des hausses de ventes. On a noté les accroissements de ventes les plus appréciables dans les rayons de porcelaine et verrerie (+ 23.6%), de chapeaux (+ 16.3%) et de services et travaux de réparation (+ 12.7%). D'autre part les rayons des lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison (- 8.6%), de literie et linge de maison (- 7.3%), et d'essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures (- 6.6%) ont enregistré les plus fortes baisses de ventes.

Le total des ventes des grands magasins pour le mois de février 1983, sans ajustements pour les variations saisonnières, a été de 4.5% supérieure au total des ventes du même mois l'an passé, pour ainsi se chiffrer à \$604.1 millions. Des 28 rayons rapportant des accroissements de leurs ventes, les hausses les plus significatives ont été enregistrées pour les rayons des services et travaux de réparation (+ 29.7%), matériel de plomberie, chauffage et construction (+ 20.9%) et de télévision, radio et musique (+ 19.6%). Les baisses de ventes les plus notables ont été constaté pour les rayons de quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc. (- 19.0%), d'essence, huile, accessoires d'automobiles, réparation et fournitures (- 13.1%) et d'articles de sport et valises (- 9.8%).

À l'exception du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest (- 8.6%) qui ont enregistré une diminution de leurs ventes comparativement à celles de l'année dernière, toutes les autres provinces ont montré des accroissements de leurs ventes variant de 2.4% en Ontario à 13.5% en Saskatchewan. Des dix régions métropolitaines qui sont couvertes par cette enquête, l'augmentation des ventes la plus remarquable a été notée à Halifax-Dartmouth (+ 14.4%) tandis que la baisse de ventes la plus appréciable a été enregistrée à Calgary (- 2.9%).

Les ventes des organisations de grands magasins traditionnel se sont accrues de 3.5% pour atteindre \$400.1 millions alors que les ventes des organisations des grands magasins populaires ont augmenté de 6.6% pour totaliser \$204.0 millions.

Les ventes cumulatives des deux premiers mois de 1983 ont été de 4.2% supérieure à celles enregistré pour la même période l'an passé et ont atteint \$1,227.5 millions.

The retail value of stocks held in February 1983 by department store organizations, not seasonally adjusted, increased 2.6% compared to the same month a year earlier to \$2,686.8 million. The seasonally adjusted value of February total stocks was 3.7% lower than January 1983 at \$2,958.4 million.

In February 1983, there were 795 retail locations operated by department stores, 8 stores less than in January 1983 and 11 less than in February 1982. Of this number, 336 stores were operated by major department store organizations and 459 by the junior department store organizations.

In relation to total retail trade, department store sales in February 1983 accounted for 8.9% of all retail sales, unchanged from the market share calculated for the previous year.

La valeur marchande des stocks maintenus par les organisations de grands magasins en février 1983, sans correction des variations saisonnières, a été de \$2,686.8 millions; soit 2.6% de plus qu'en février 1982. La valeur désaisonnalisée du niveau des stock a quant à elle reculé de 3.7% par rapport au mois précédent pour se chiffrer à \$2,958.4 millions.

On a dénombré 795 points de vente au détail opérés par les grands magasins en février 1983, soit 8 de moins qu'au mois de janvier 1983 et 11 de moins qu'en février 1982. De ce nombre 336 étaient opérés par des organisations de grands magasins traditionnels et 459 par les organisations des grands magasins populaires.

Les ventes des grands magasins ont contribué à 8.9% de l'ensemble du commerce de détail en février 1983, et ont ainsi conservé la même part de marché qu'à la même date l'année dernière.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1982 and 1983

Department No.	1983		1982						
	January	February	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	
thousands of dollars milliers de dollars									
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	8,000	9,881	10,515	13,752	17,504	20,909	17,713	15,442	
2 Women's and misses' coats and suits	10,723	10,458	9,982	14,248	14,442	7,239	5,514	6,852	
3 Women's and misses' sportswear	28,150	33,825	29,081	39,553	46,006	50,966	43,691	42,236	
4 Furs	4,549	3,129	3,399	2,942	682	584	600	1,743	
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	16,675	16,265	15,318	19,462	24,022	21,728	19,975	20,559	
6 Girls' and teenage girls' wear	8,145	10,262	9,932	15,209	16,916	15,631	13,812	13,200	
7 Lingerie and women's sleepwear	10,209	11,139	10,269	12,327	15,114	16,169	14,963	15,370	
8 Intimate apparel	7,304	6,903	6,620	8,473	9,821	10,002	9,781	9,298	
9 Millinery	1,248	1,014	892	912	1,164	973	884	937	
10 Women's and girls' hosiery	8,084	7,388	6,687	8,687	10,305	9,269	8,211	6,870	
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	8,462	8,016	7,850	10,661	12,799	12,467	10,763	9,477	
12 Women's, misses' and children's footwear	13,164	13,026	11,946	19,399	24,904	24,820	21,959	17,547	
13 Men's clothing	20,728	20,022	20,974	31,839	32,873	31,956	34,822	24,901	
14 Men's furnishings	22,542	22,525	20,470	26,494	30,679	32,116	41,477	31,437	
15 Boys' clothing and furnishings	8,464	8,583	8,470	9,459	12,179	11,337	9,359	9,358	
16 Men's and boys' clothing	8,848	9,324	7,886	11,433	16,633	15,822	13,183	13,613	
17 Food and kindred products	47,387	44,163	46,337	59,625	91,920	117,659	49,627	50,769	
18 Toiletries, cosmetics and drugs	37,336	37,530	33,602	38,129	41,291	40,212	40,368	40,718	
19 Photographic equipment and supplies	9,261	8,365	7,660	9,824	11,189	11,046	13,690	13,730	
20 Piece goods	3,456	3,554	3,848	4,921	4,760	4,558	4,016	3,589	
21 Linens and domestics	28,304	16,064	14,543	18,188	19,863	20,828	24,776	26,567	
22 Smallwares and notions	9,028	7,082	7,079	7,396	7,753	6,309	6,490	6,863	
23 China and glassware	7,526	8,433	7,485	9,533	10,004	10,802	9,503	10,000	
24 Floor coverings	9,403	9,453	9,638	11,828	11,862	11,299	11,557	11,691	
25 Draperies, curtains and furniture coverings	10,267	10,307	9,312	13,646	14,957	14,608	15,864	15,154	
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6,757	5,517	5,584	7,019	6,800	7,122	7,098	7,637	
27 Furniture	38,133	30,277	31,181	35,745	36,630	40,456	39,381	43,626	
28 Major appliances	33,665	27,750	27,544	31,403	31,730	32,420	35,622	41,554	
29 Television, radio and music	35,142	28,086	23,480	29,072	28,213	25,000	27,482	30,271	
30 Housewares and small electrical appliances	25,485	29,189	25,215	24,140	29,542	31,997	30,992	32,535	
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	17,735	16,407	20,257	20,568	26,286	35,716	30,751	26,766	
32 Plumbing, heating and building materials	7,215	7,741	6,404	7,385	10,670	12,885	11,003	11,774	
33 Jewellery	9,595	11,087	11,294	15,407	16,885	17,963	17,432	16,696	
34 Toys and games	8,046	9,298	7,822	9,712	14,068	11,793	12,307	13,446	
35 Sporting goods and luggage	18,064	14,512	16,080	21,002	28,150	35,060	36,356	31,773	
36 Stationery, books and magazines	19,259	19,368	18,133	18,481	20,175	19,630	20,578	19,930	
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	12,734	11,080	12,756	15,203	18,161	17,787	18,055	18,433	
38 Meals and lunches	18,021	16,954	18,418	20,083	19,573	19,027	19,629	19,639	
39 Repairs and services	7,763	8,193	6,319	7,739	7,850	7,350	7,135	6,499	
40 All other departments	20,555	20,302	19,718	22,625	30,048	38,249	31,752	27,731	
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	623,426	604,104	577,906	694,447	791,728	811,119	790,742	763,973	

ANNEXE 1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983

1982							Change - Variation	
August	September	October	November	December	February/ January 1983	February 1983/1982	Rayon	
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Février/ janvier 1983	Février 1983/1982	ND	
Thousands of dollars		per cent		milliers de dollars		pourcentage		
<b>1983</b>								
14,684	16,187	15,203	18,125	23,107	+ 23.5	- 6.0	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	1
16,922	17,602	22,926	25,036	21,964	- 2.5	+ 4.8	Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	2
43,786	57,198	44,112	51,616	68,894	+ 20.2	+ 16.3	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
1,744	2,673	4,143	5,920	6,317	- 31.2	- 7.9	Fourrures	4
25,310	24,461	25,065	27,166	37,054	- 2.5	+ 6.2	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
22,918	18,293	15,013	19,626	26,599	+ 26.0	+ 3.5	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
13,048	16,856	16,904	25,016	45,822	+ 9.1	+ 8.5	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
9,326	10,644	8,915	10,587	14,401	- 5.5	+ 4.3	Sous-vêtements	8
976	1,579	2,130	3,497	4,449	- 18.8	+ 13.7	Chapeaux	9
8,173	12,633	11,787	13,043	18,138	- 8.6	+ 10.5	Ras pour dames et fillettes	10
10,539	15,631	15,421	22,451	36,067	- 5.3	+ 2.1	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
21,766	28,145	26,137	30,942	31,104	- 1.0	+ 9.0	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
22,990	38,610	36,156	50,613	66,294	- 3.4	- 4.5	Vêtements pour hommes	13
32,116	39,768	33,967	57,801	110,068	- 0.1	+ 10.0	Articles d'habillement pour hommes	14
17,855	21,987	21,917	34,679	34,600	+ 3.6	+ 7.6	Accessoires et articles d'habillement pour garçons	15
13,380	16,723	15,200	20,620	24,563	+ 1.9	+ 16.6	Chuchonnier pour hommes et garçons	16
56,910	69,302	64,885	81,354	81,700	+ 22.6	+ 3.1	Produits alimentaires et confection	17
30,917	41,747	47,925	56,506	110,219	+ 0.5	+ 11.1	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
13,210	12,750	12,143	15,651	32,660	- 9.7	+ 5.1	Appareils et fournitures photographiques	19
4,435	5,489	5,509	5,561	4,654	+ 2.8	- 7.6	Tissus à la pièce	20
24,419	28,296	25,604	27,881	43,883	- 43.2	+ 10.5	Literie et linge de maison	21
7,502	10,608	9,823	10,965	12,607	- 21.6	--	Menus articles	22
9,214	12,420	10,756	16,439	34,915	+ 12.1	+ 12.7	Porcelaine et verrerie	23
10,402	11,555	13,856	14,121	11,645	+ 0.5	- 1.9	Revêtements de plancher	24
13,146	13,448	14,424	16,321	18,349	+ 0.4	+ 10.7	Tentures, rideaux et housses	25
7,205	8,515	8,906	12,733	21,114	- 18.4	- 1.2	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'aménagement pour la maison	26
35,418	38,348	39,172	40,456	42,285	- 20.6	- 2.9	Meubles	27
32,333	38,390	40,546	42,791	43,559	- 17.6	+ 0.7	Gros appareils ménagers	28
30,756	42,882	37,758	50,792	80,166	- 20.1	+ 19.6	Télévision, radio et musique	29
30,423	31,952	35,470	43,031	79,727	+ 14.5	+ 15.8	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
22,932	23,160	27,897	25,797	35,583	- 7.5	- 19.0	Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.	31
8,855	9,471	10,164	10,337	12,242	+ 7.3	+ 20.9	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
15,879	21,376	17,986	27,984	65,780	+ 15.5	- 1.8	Bijouterie	33
12,192	12,366	20,874	44,475	80,781	+ 15.6	+ 18.9	Jouets et jeux	34
23,762	23,489	20,678	27,718	50,997	- 19.7	- 9.8	Articles de sport et valises	35
27,698	27,368	22,388	32,907	68,108	+ 0.6	+ 6.8	Papeterie, livres et revues	36
15,982	15,261	19,543	22,217	22,753	- 13.0	- 13.1	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
24,637	19,985	20,015	23,950	32,401	- 5.9	- 7.9	Repas et casse-croûtes	38
6,192	7,409	9,006	11,914	13,436	+ 5.5	+ 29.7	Services et travaux de réparation	39
25,584	25,399	27,107	28,711	50,775	- 1.2	+ 3.0	Tous autres rayons	40
75,460	859,926	859,089	1,073,558	1,608,323	- 3.1	+ 4.5	<b>TOTAL, TOUTS RAYONS</b>	41

TABLE 2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1982 and 1983(1)

Department No.	1983		1982				
	January	February	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
thousands of dollars milliers de dollars							
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	14,152	15,017	15,946	15,838	15,911	16,231	15,349
2 Women's and misses' coats and suits	14,740	15,289	14,589	13,722	15,291	13,468	13,332
3 Women's and misses' sportswear	47,939	53,051	45,503	44,678	46,307	47,261	44,347
4 Furs	2,690	2,693	2,941	4,384	2,604	3,162	3,488
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	24,594	24,078	22,678	22,795	23,779	23,874	22,732
6 Girls' and teenage girls' wear	16,177	16,765	16,246	16,660	16,753	17,207	15,841
7 Lingerie and women's sleepwear	19,125	19,028	17,529	16,733	17,974	16,836	16,814
8 Intimate apparel	9,604	9,859	9,448	9,088	9,144	9,376	8,722
9 Millinery	1,572	1,828	1,607	1,584	1,583	1,522	1,453
10 Women's and girls' hosiery	10,041	10,188	9,193	9,425	9,661	9,500	9,714
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	14,740	13,980	13,671	13,835	14,717	13,925	13,015
12 Women's, misses' and children's footwear	22,069	23,619	21,664	21,554	22,704	23,783	23,110
13 Men's clothing	32,870	33,867	35,391	34,313	35,512	36,875	36,349
14 Men's furnishings	19,523	41,928	37,638	39,181	39,262	40,876	39,970
15 Boys' clothing and furnishings	12,379	11,168	11,387	10,762	10,391	10,947	10,348
16 Jewel's and home' furniture	14,366	13,431	13,434	13,477	14,170	13,796	14,376
17 Food and kindred products	57,729	61,244	56,154	54,225	52,443	56,422	56,821
18 Toiletries, cosmetics and drugs	49,452	49,973	44,698	45,338	45,365	44,189	46,135
19 Photographic equipment and supplies	13,362	14,144	13,437	13,472	13,704	13,040	13,889
20 Piece goods	4,118	4,151	4,496	4,513	4,409	4,368	4,413
21 Linens and domestics	28,021	25,977	23,461	23,599	23,526	23,266	26,439
22 Smallwares and notions	8,550	8,365	8,370	8,061	8,302	8,122	8,442
23 China and glassware	11,446	14,152	12,597	13,004	12,887	12,285	11,269
24 Floor coverings	11,684	11,517	11,772	12,050	12,001	11,282	12,066
25 Draperies, curtains and furniture coverings	13,815	15,160	13,689	14,722	13,886	14,394	14,986
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	9,130	8,348	8,446	8,456	7,763	8,664	8,843
27 Furniture	36,473	40,569	41,685	37,845	40,178	38,347	39,123
28 Major appliances	35,572	39,491	39,250	34,912	35,244	31,988	35,217
29 Television, radio and music	40,384	40,129	35,566	34,122	36,254	33,320	37,740
30 Housewares and small electrical appliances	37,857	41,048	35,473	31,982	34,347	33,158	34,612
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	25,081	24,484	30,240	25,797	24,649	29,510	27,288
32 Plumbing, heating and building materials	10,698	11,124	9,208	8,680	9,536	10,723	8,697
33 Jewellery	20,489	21,179	21,516	22,048	21,046	20,450	20,566
34 Toys and games	23,551	24,578	20,704	19,644	21,054	19,544	21,542
35 Sporting goods and luggage	24,888	25,581	28,343	29,584	27,496	30,811	30,259
36 Stationery, books and magazines	25,679	28,143	26,300	24,443	25,473	24,080	25,414
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	17,427	16,270	18,706	17,672	17,013	18,262	17,737
38 Meals and lunches	21,398	21,214	23,043	21,027	20,530	20,045	20,241
39 Repairs and services	9,245	10,416	8,046	8,330	8,579	7,923	7,411
40 All other departments	30,166	30,037	29,121	26,756	26,296	28,410	28,751
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	860,948	895,234	856,240	822,512	842,892	850,497	843,908

(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, 1982 et 1983(1)

1982							Change - Variation	
July	August	September	October	November	December	February/ January 1983	Rayon	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Février/ janvier 1983		N°
<b>Thousands of dollars</b>					per cent			
<b>milliers de dollars</b>					pourcentage			
15,644	16,001	15,834	15,934	17,131	16,242	+ 6.1	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	1
14,329	16,069	13,437	14,030	16,717	13,792	+ 3.7	Manteaux et lainages pour dames et jeunes filles	2
46,809	45,572	45,762	42,715	44,139	45,589	+ 10.7	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
3,639	1,899	2,583	3,253	3,437	2,573	+ 0.1	Fourrures	4
22,503	24,269	22,017	22,144	23,286	22,912	- 2.1	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
15,994	16,458	15,627	15,205	16,259	16,669	+ 3.6	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
16,728	18,010	18,264	18,382	17,670	17,667	- 0.5	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
8,993	9,786	10,127	9,910	10,784	10,201	+ 2.7	Sous-vêtements	8
1,507	1,612	1,735	1,503	1,731	1,735	+ 16.3	Chapeaux	9
9,439	10,076	10,901	10,473	11,069	10,968	+ 1.5	Bas pour dames et fillettes	10
13,550	14,143	14,698	14,750	15,040	14,672	- 5.2	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
22,427	22,233	22,165	21,574	24,887	22,829	+ 7.0	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
34,200	34,184	34,806	32,809	35,349	34,564	+ 3.0	Vêtements pour hommes	13
40,459	44,013	42,670	40,138	38,140	40,816	+ 5.3	Articles d'habillement pour hommes	14
33,293	33,912	33,342	31,426	32,132	32,522	+ 1.2	Accessoires et articles d'habillement pour garçons	15
35,654	34,598	35,743	35,850	36,850	35,161	+ 5.3	Chaussures pour hommes et garçons	16
34,700	34,998	35,904	37,685	37,522	37,194	+ 3.7	Produits alimentaires et conserves	17
43,573	47,388	46,541	48,200	49,406	48,185	+ 1.1	Articles de tabac, déodorants et cosmétiques	18
13,309	13,749	13,726	13,922	13,673	13,533	+ 5.9	Appareils et fournitures photographiques	19
4,616	4,926	4,723	4,683	4,721	4,805	+ 0.8	Tissus à la pièce	20
23,752	25,519	25,226	25,538	25,645	26,735	- 7.3	Literie et linge de maison	21
8,091	8,948	9,043	8,609	9,217	8,393	- 2.2	Menus articles	22
12,003	11,977	12,854	12,943	11,768	12,745	+ 23.6	Porcelaine et verrerie	23
11,371	11,426	11,024	11,713	11,512	11,053	- 1.4	Revêtements de plancher	24
13,415	14,042	12,770	13,394	14,684	15,462	+ 9.7	Tentures, rideaux et housses	25
8,592	8,664	8,540	9,230	9,256	9,503	- 8.6	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'aménagement pour la maison	26
35,517	36,642	35,859	39,508	39,346	41,980	+ 11.2	Meubles	27
35,938	31,912	34,595	38,527	42,540	38,830	+ 11.0	Gros appareils ménagers	28
35,129	35,050	38,497	36,149	38,796	37,782	- 0.6	Télévision, radio et musique	29
33,014	34,536	34,305	39,473	34,933	35,691	+ 8.4	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
26,530	25,694	23,896	26,057	24,441	24,978	- 2.4	Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.	31
10,704	9,349	9,466	9,064	10,465	12,165	+ 4.0	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
21,862	21,499	21,404	22,238	20,082	21,102	+ 3.4	Bijouterie	33
20,327	21,079	20,579	20,824	19,199	21,049	+ 3.9	Joûts et jeux	34
27,600	28,271	28,151	26,043	25,383	26,201	+ 2.8	Articles de sport et valises	35
26,335	26,863	25,423	25,639	26,040	28,194	+ 9.6	Papeterie, livres et revues	36
13,216	17,432	16,815	16,291	17,898	16,539	- 6.6	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
19,863	19,993	20,569	19,917	21,451	22,061	- 0.9	Repas et caisse-croûtes	38
7,083	7,604	7,503	8,119	8,731	10,156	+ 12.7	Services et travaux de réparation	39
27,514	29,030	30,768	29,916	29,765	31,504	- 0.8	Autres autres rayons	40
121,371	850,005	843,975	847,980	866,681	878,961	+ 4.0	<b>TOTAL, TOUS RAYONS</b>	41

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

TABLE 3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983

Province	1983		1982					
	January	February	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Newfoundland	5,973	6,167	5,825	7,660	9,298	10,060	9,668	9,433
2 Prince Edward Island	4,088	3,308	2,956	3,744	4,285	4,446	4,797	6,030
3 Nova Scotia	15,152	14,552	13,146	16,382	20,455	20,369	20,303	19,946
4 New Brunswick	11,285	11,429	10,191	13,040	16,625	17,813	17,440	16,853
5 Quebec	113,689	105,666	98,370	118,529	145,086	151,798	135,809	134,696
6 Ontario	220,389	209,538	204,722	241,668	275,573	289,219	277,394	268,605
7 Manitoba	30,338	30,908	29,484	37,860	43,247	43,038	40,902	41,294
8 Saskatchewan	18,851	18,137	15,984	19,564	22,876	23,277	22,476	22,961
9 Alberta	92,346	92,023	89,528	107,825	118,352	117,905	121,211	111,068
10 British Columbia	109,447	110,510	105,658	125,556	133,329	130,256	137,522	130,147
11 Yukon and Northwest Territories	1,868	1,866	2,042	2,620	2,602	2,938	3,220	2,927
12 CANADA	623,426	604,104	577,906	694,447	791,728	811,119	790,742	763,975

TABLE 4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas	1983		1982					
	January	February	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Calgary	35,506	35,568	36,626	44,827	47,244	46,836	48,110	44,318
2 Edmonton	42,323	41,986	39,763	47,049	54,107	53,478	54,215	49,535
3 Halifax-Dartmouth	8,865	8,301	7,259	8,677	11,094	10,412	10,004	9,595
4 Hamilton	16,494	15,417	15,603	18,213	21,081	21,650	20,474	19,866
5 Montreal	69,878	64,081	60,945	72,444	89,467	89,527	79,362	78,723
6 Ottawa-Hull	27,571	24,135	22,154	28,777	33,061	34,977	32,654	31,017
7 Quebec City	15,486	13,658	12,624	15,388	18,963	21,038	19,196	18,411
8 Toronto	91,876	86,317	86,224	99,286	109,794	112,200	109,463	105,514
9 Vancouver	66,859	67,579	64,243	76,470	79,239	78,330	80,407	75,953
10 Winnipeg	27,586	28,058	26,800	34,351	39,272	38,966	36,918	37,372

TABLEAU 3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1982 et 1983

1982						Change - Variation		Province	Nº
August	September	October	November	December	February/ January 1983	February 1983/1982			
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Février/ janvier 1983	Février 1983/1982			
<b>thousands of dollars - milliers de dollars</b>									
10,021	9,903	11,067	13,775	19,875	+ 3.2	+ 5.9	Terre-Neuve	1	
5,098	5,230	5,086	6,019	9,477	- 19.1	+ 11.9	Île-du-Prince-Édouard	2	
21,808	22,345	23,885	32,319	51,652	- 4.0	+ 10.7	Nouvelle-Écosse	3	
16,964	17,601	19,217	25,692	36,671	+ 1.3	+ 12.1	Nouveau-Brunswick	4	
142,230	148,399	154,620	178,943	280,237	- 7.1	+ 7.4	Québec	5	
272,376	305,188	302,705	387,573	598,465	- 4.9	+ 2.4	Ontario	6	
40,344	46,588	44,257	57,953	80,873	+ 1.9	+ 4.8	Manitoba	7	
22,792	25,635	25,662	34,458	47,067	- 3.8	+ 13.5	Saskatchewan	8	
114,077	125,582	127,275	158,132	218,739	- 0.3	+ 2.8	Alberta	9	
172,710	150,496	142,202	175,741	260,278	+ 1.0	+ 4.6	Colombie-Britannique	10	
2,841	2,958	3,113	2,258	4,990	- 0.1	- 8.5	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11	
775,460	859,926	859,089	1,073,558	1,608,323	- 3.1	+ 4.5	CANADA	12	

TABLEAU 4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

1982						Change - Variation		Certaines zones métropolitaines	Nº
August	September	October	November	December	February/ January 1983	February 1983/1982			
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Février/ janvier 1983	Février 1983/1982			
<b>thousands of dollars - milliers de dollars</b>									
43,635	49,281	49,690	61,436	84,142	+ 0.2	- 2.9	Calgary	1	
52,992	57,361	57,129	70,906	97,287	- 0.8	+ 5.6	Edmonton	2	
10,970	12,820	13,419	17,887	27,088	- 6.4	+ 14.4	Halifax-Dartmouth	3	
19,178	22,578	22,174	28,431	46,262	- 6.5	- 1.2	Hamilton	4	
83,744	91,348	93,644	108,605	170,734	- 8.3	+ 5.1	Montréal	5	
32,095	36,920	37,657	44,801	66,080	- 12.5	+ 8.9	Ottawa-Hull	6	
19,777	20,723	21,461	25,300	36,172	- 11.8	+ 8.2	Ville de Québec	7	
116,665	126,920	121,498	156,823	242,788	- 6.1	+ 0.1	Toronto	8	
74,222	91,441	85,071	104,703	156,081	+ 1.1	+ 5.2	Vancouver	9	
36,432	42,384	40,028	52,572	72,593	+ 1.7	+ 4.7	Winnipeg	10	

TABLE 5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983

	1983		1982					
Province	January	February	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
<b>No.</b>								
	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x	x
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x	x
3 Nova Scotia	5,561	5,025	x	x	x	x	x	x
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x	x
5 Quebec	63,028	59,932	56,009	68,858	81,067	83,063	73,948	73,714
6 Ontario	139,304	130,111	129,584	151,871	166,003	169,784	164,109	159,248
7 Manitoba	20,927	21,103	19,818	26,132	28,201	26,829	26,205	26,399
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x	x
9 Alberta	74,681	72,922	71,402	87,310	92,714	89,415	94,099	84,406
10 British Columbia	91,080	91,592	88,188	105,361	107,860	104,021	109,380	103,284
11 Yukon and Northwest Territories	x	x	x	x	x	x	x	x
12 CANADA	416,073	400,187	386,451	467,207	506,480	504,670	498,570	477,615

TABLE 6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

TABLEAU 5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983

1982						Change - Variation			Province	No
August	September	October	November	December	February/ January 1983	February 1983/1982				
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Février/ janvier 1983	Février 1983/1982				
<b>thousands of dollars - milliers de dollars</b>										
x	x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1	
x	x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2	
x	x	x	x	x	- 9.6		x	Nouvelle-Écosse	3	
x	x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4	
76,393	88,696	90,751	106,763	156,138	- 4.9	+ 7.0		Québec	5	
152,596	196,784	189,082	245,792	355,232	- 6.6	+ 0.4		Ontario	6	
25,890	33,309	29,310	39,694	52,740	+ 0.8	+ 6.5		Manitoba	7	
x	x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8	
86,868	100,475	99,298	124,170	168,176	- 2.4	+ 2.1		Alberta	9	
181,775	125,830	115,913	143,087	207,619	+ 0.6	+ 3.9		Colombie-Britannique	10	
x	x	x	x	x	x	x	x	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11	
480,451	583,344	562,694	708,644	1,009,315	- 3.8	+ 3.5		CANADA	12	

TABLEAU 6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

1982						Change - Variation			Certaines zones métropolitaines	No
August	September	October	November	December	February/ January 1983	February 1983/1982				
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Février/ janvier 1983	Février 1983/1982				
<b>thousands of dollars - milliers de dollars</b>										
33,935	39,815	39,628	49,768	66,511	- 2.0	- 2.2		Calgary	1	
41,355	46,854	45,456	56,902	76,959	- 2.4	+ 4.3		Edmonton	2	
x	x	x	x	x	- 11.7	x		Halifax-Dartmouth	3	
13,973	17,581	16,816	21,663	33,694	- 7.0	- 2.5		Hamilton	4	
51,605	60,960	61,187	73,100	107,772	- 2.8	+ 3.8		Montréal	5	
19,729	24,711	25,375	29,970	40,989	- 15.1	+ 7.0		Ottawa-Hull	6	
x	x	x	x	x	x	x		Ville de Québec	7	
77,380	98,071	90,285	118,572	175,136	- 7.0	- 1.6		Toronto	8	
54,649	81,673	74,675	92,093	134,584	+ 1.3	+ 4.2		Vancouver	9	
x	x	x	x	x	x	x		Winnipeg	10	

TABLE 7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1982 and 1983

Province	1983		1982					
	January	February	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x	x
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x	x
3 Nova Scotia	9,591	9,527	x	x	x	x	x	x
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x	x
5 Quebec	50,662	45,734	42,360	49,671	64,018	68,736	61,861	60,981
6 Ontario	81,085	79,427	75,138	89,797	109,569	119,435	113,290	109,358
7 Manitoba	9,411	9,805	9,666	11,727	15,046	16,208	14,697	14,895
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x	x
9 Alberta	17,665	19,101	18,126	20,516	25,639	28,490	27,112	26,662
10 British Columbia	18,367	18,918	17,470	20,195	25,468	26,234	20,142	26,883
11 Yukon and Northwest Territories	x	x	x	x	x	x	x	x
12 CANADA	207,353	203,997	191,455	227,240	285,547	306,449	292,172	286,599

TABLE 8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

TABLEAU 7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983

1982							Change - Variation	Province	Nº
August	September	October	November	December	February/ January 1983	February 1983/1982			
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Février/ janvier 1983	Février 1983/1982			
<b>Thousands of dollars - milliers de dollars</b>									
x	x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
x	x	x	x	x	- 0.7	x	x	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
65,837	59,703	63,870	72,180	124,099	- 9.7	+ 8.0		Québec	5
112,780	108,405	113,623	141,780	243,232	- 2.0	+ 5.7		Ontario	6
14,454	13,280	14,947	18,260	28,133	+ 4.2	+ 1.4		Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
27,209	25,107	27,977	33,962	50,563	+ 8.1	+ 5.4		Alberta	9
25,155	24,666	26,289	32,654	52,659	+ 3.0	+ 8.3		Colombie-Britannique	10
x	x	x	x	x	x	x	x	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
295,010	276,882	296,395	364,914	599,009	- 1.6	+ 6.6		CANADA	12

TABLEAU 8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

1982							Change - Variation	Certaines zones métropolitaines	Nº
August	September	October	November	December	February/ January 1983	February 1983/1982			
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Février/ janvier 1983	Février 1983/1982			
<b>Thousands of dollars - milliers de dollars</b>									
9,700	9,465	10,062	11,668	17,631	+ 9.7	- 5.6		Calgary	1
11,637	10,507	11,674	14,003	20,328	+ 7.1	+ 11.9		Edmonton	2
x	x	x	x	x	+ 1.4	x	x	Halifax-Dartmouth	3
5,205	4,997	5,358	6,768	12,567	- 5.0	+ 3.2		Hamilton	4
32,139	30,389	32,456	35,505	62,962	- 16.8	+ 7.6		Montréal	5
12,365	12,208	12,282	14,831	25,092	- 7.1	+ 12.7		Ottawa-Hull	6
x	x	x	x	x	x	x	x	Ville de Québec	7
25,245	28,849	31,213	38,251	67,652	- 3.2	+ 5.6		Toronto	8
9,573	9,768	10,395	12,610	21,496	- 0.7	+ 14.0		Vancouver	9
x	x	x	x	x	x	x	x	Winnipeg	10

TABLE 9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983

Province No.	1983		1982				
	January	February	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
number - nombre							
1 Newfoundland	14	14	14	14	14	14	14
2 Prince Edward Island	7	7	7	7	7	7	7
3 Nova Scotia	32	32	30	30	30	30	30
4 New Brunswick	25	24	26	26	26	26	26
5 Quebec	164	161	163	164	164	164	164
6 Ontario	301	299	294	296	297	297	298
7 Manitoba	38	38	37	38	38	38	38
8 Saskatchewan	29	29	26	26	27	28	28
9 Alberta	84	84	82	82	82	82	82
10 British Columbia	102	101	98	98	100	101	102
11 Yukon and Northwest Territories	7	6	7	7	7	7	7
12 CANADA	803	795	784	788	792	794	796

TABLE 10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas No.	1983		1982				
	January	February	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
number - nombre							
1 Calgary	27	27	27	27	27	27	27
2 Edmonton	32	32	31	31	31	31	31
3 Halifax-Dartmouth	13	13	11	11	11	11	11
4 Hamilton	24	23	24	24	24	24	24
5 Montreal	80	79	80	80	80	80	80
6 Ottawa-Hull	32	31	31	31	31	31	31
7 Quebec City	19	19	17	17	17	17	17
8 Toronto	88	88	86	87	88	88	87
9 Vancouver	42	41	39	39	39	39	40
10 Winnipeg	30	30	29	30	30	30	30

TABLEAU 9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1982 et 1983

1982						Province	No
July	August	September	October	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
<b>number - nombre</b>							
14	14	14	14	14	14	Terre-Neuve	1
7	7	7	7	7	7	Île-du-Prince-Édouard	2
30	31	32	32	32	32	Nouvelle-Écosse	3
26	25	25	25	25	25	Nouveau-Brunswick	4
164	162	162	163	164	164	Québec	5
296	299	299	300	301	301	Ontario	6
38	38	38	38	38	38	Manitoba	7
28	28	28	29	29	29	Saskatchewan	8
82	83	83	84	84	84	Alberta	9
102	102	102	101	102	102	Colombie-Britannique	10
7	7	7	7	7	7	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
794	796	797	800	803	803	CANADA	12

TABLEAU 10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

1982						Certaines zones métropolitaines	
July	August	September	October	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		NO
<b>number - nombre</b>							
27	27	27	27	27	27	Calgary	1
31	32	32	32	32	32	Edmonton	2
11	12	13	13	13	13	Halifax-Dartmouth	3
24	24	24	24	24	24	Hamilton	4
80	79	79	80	80	80	Montréal	5
31	32	32	32	32	32	Ottawa-Hull	6
17	17	18	18	19	19	Ville de Québec	7
87	86	87	88	89	88	Toronto	8
40	41	41	41	41	42	Vancouver	9
30	30	30	30	30	30	Winnipeg	10

TABLE 11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983

Province No.	1983		1982				
	January	February	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
number - nombre							
1 Newfoundland	8	8	8	8	8	8	8
2 Prince Edward Island	3	3	3	3	3	3	3
3 Nova Scotia	6	6	5	5	5	5	5
4 New Brunswick	5	4	6	6	6	6	6
5 Quebec	58	55	58	58	58	58	58
6 Ontario	113	111	110	111	112	112	113
7 Manitoba	18	18	18	18	18	18	18
8 Saskatchewan	15	15	14	14	14	15	15
9 Alberta	51	51	51	51	51	51	51
10 British Columbia	60	60	59	59	60	61	61
11 Yukon and Northwest Territories	6	5	6	6	6	6	6
12 CANADA	343	336	338	339	341	343	344

TABLE 12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas No.	1983		1982				
	January	February	February	March	April	May	June
	Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
number - nombre							
1 Calgary	15	15	15	15	15	15	15
2 Edmonton	19	19	19	19	19	19	19
3 Halifax-Dartmouth	5	5	4	4	4	4	4
4 Hamilton	15	14	15	15	15	15	15
5 Montreal	31	30	32	32	32	32	32
6 Ottawa-Hull	13	12	13	13	13	13	13
7 Quebec City	7	7	6	6	6	6	6
8 Toronto	40	40	40	41	42	42	42
9 Vancouver	26	26	26	26	26	26	26
10 Winnipeg	13	13	13	13	13	13	13

TABLEAU 11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983

1982						Province
July	August	September	October	November	December	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	
number - nombre						No
8	8	8	8	8	8	Terre-Neuve
3	3	3	3	3	3	Île-du-Prince-Édouard
5	5	6	6	6	6	Nouvelle-Écosse
6	5	5	5	5	5	Nouveau-Brunswick
58	57	58	58	58	58	Québec
111	112	112	113	113	113	Ontario
18	18	18	18	18	18	Manitoba
15	15	15	15	15	15	Saskatchewan
51	51	51	51	51	51	Alberta
61	61	61	60	60	60	Colombie-Britannique
6	6	6	6	6	6	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest
342	341	343	343	343	343	CANADA
						12

TABLEAU 12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

1982						Certaines zones métropolitaines
July	August	September	October	November	December	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	
number - nombre						No
15	15	15	15	15	15	Calgary
19	19	19	19	19	19	Edmonton
4	4	5	5	5	5	Halifax-Dartmouth
15	15	15	15	15	15	Hamilton
32	31	31	31	31	31	Montréal
13	13	13	13	13	13	Ottawa-Hull
6	6	7	7	7	7	Ville de Québec
40	39	40	40	40	40	Toronto
26	26	26	26	26	26	Vancouver
13	13	13	13	13	13	Winnipeg

TABLE 13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1982 and 1983

Province No.	1983		1982					
	January	February	February	March	April	May	June	
	Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	
number - nombre								
1 Newfoundland	6	6	6	6	6	6	6	6
2 Prince Edward Island	4	4	4	4	4	4	4	4
3 Nova Scotia	26	26	25	25	25	25	25	25
4 New Brunswick	20	20	20	20	20	20	20	20
5 Quebec	106	106	105	106	106	106	106	106
6 Ontario	188	188	184	185	185	185	185	185
7 Manitoba	20	20	19	20	20	20	20	20
8 Saskatchewan	14	14	12	12	13	13	13	13
9 Alberta	33	33	31	31	31	31	31	31
10 British Columbia	42	41	39	39	40	40	40	41
11 Yukon and Northwest Territories	1	1	1	1	1	1	1	1
12 CANADA	460	459	446	449	451	451	451	452

TABLE 14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983

Selected metropolitan areas No.	1983		1982					
	January	February	February	March	April	May	June	
	Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	
number - nombre								
1 Calgary	12	12	12	12	12	12	12	12
2 Edmonton	13	13	12	12	12	12	12	12
3 Halifax-Dartmouth	8	8	7	7	7	7	7	7
4 Hamilton	9	9	9	9	9	9	9	9
5 Montreal	49	49	48	48	48	48	48	48
6 Ottawa-Hull	19	19	18	18	18	18	18	18
7 Quebec City	12	12	11	11	11	11	11	11
8 Toronto	48	48	46	46	46	46	46	46
9 Vancouver	16	15	13	13	13	13	13	14
10 Winnipeg	17	17	16	17	17	17	17	17

TABLEAU 13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983

1982						Province	No
July	August	September	October	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
<u>number - nombre</u>							
6	6	6	6	6	6	Terre-Neuve	1
4	4	4	4	4	4	Île-du-Prince-Édouard	2
25	26	26	26	26	26	Nouvelle-Écosse	3
20	20	20	20	20	20	Nouveau-Brunswick	4
106	105	104	105	106	106	Québec	5
185	187	187	187	188	188	Ontario	6
20	20	20	20	20	20	Manitoba	7
13	13	13	14	14	14	Saskatchewan	8
31	32	32	33	33	33	Alberta	9
41	41	41	41	42	42	Colombie-Britannique	10
1	1	1	1	1	1	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
452	455	454	457	460	460	CANADA	12

TABLEAU 14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983

1982						Certaines zones métropolitaines	No
July	August	September	October	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
<u>number - nombre</u>							
12	12	12	12	12	12	Calgary	1
12	13	13	13	13	13	Edmonton	2
7	8	8	8	8	8	Halifax-Dartmouth	3
9	9	9	9	9	9	Hamilton	4
48	48	48	49	49	49	Montréal	5
18	19	19	19	19	19	Ottawa-Hull	6
11	11	11	11	12	12	Ville de Québec	7
47	47	47	48	49	48	Toronto	8
14	15	15	15	15	16	Vancouver	9
17	17	17	17	17	17	Winnipeg	10

TABLE 15. Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1982 and 1983  
January–February

TABLEAU 15. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983  
Janvier–février

Department Rayon No.	Sales - Ventes		Change 1983/1982 Variation 1983/1982
	1982	1983	
	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	18,679	17,881	- 4.3
2 Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	20,406	21,181	+ 3.8
3 Women's and misses' sportswear - Vêtements sport pour dames et jeunes filles	54,245	61,975	+ 14.3
4 Furs - Fourrures	7,590	7,678	+ 1.2
5 Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	30,747	32,940	+ 7.1
6 Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'adolescentes	17,382	18,407	+ 5.9
7 Lingerie and women's睡衣 - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	19,216	21,348	+ 11.1
8 Intimate apparel - Sous-vêtements	13,283	14,207	+ 7.0
9 Millinery - Chapeaux	2,254	2,262	+ 0.4
10 Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	14,219	15,472	+ 8.8
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	15,948	16,478	+ 3.3
12 Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	24,911	26,190	+ 5.1
13 Men's clothing - Vêtements pour hommes	43,402	40,750	- 6.1
14 Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	41,810	45,067	+ 7.8
15 Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	12,121	13,007	+ 7.3
16 Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	17,169	17,904	+ 4.3
17 Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	104,635	105,484	+ 0.8
18 Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	67,074	74,866	+ 11.6
19 Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	16,993	17,626	+ 3.7
20 Piece goods - Tissus à la pièce	7,714	7,010	- 9.1
21 Linens and domestics - Literie et linge de maison	38,231	44,368	+ 16.1
22 Smallwares and notions - Menus articles	15,774	16,110	+ 2.1
23 China and glassware - Porcelaine et verrerie	14,804	15,959	+ 7.8
24 Floor coverings - Revêtements de plancher	18,690	18,856	+ 0.9
25 Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	18,836	20,574	+ 9.2
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	11,662	12,274	+ 5.2
27 Furniture - Meubles	68,746	68,410	- 0.5
28 Major appliances - Gros appareils ménagers	62,799	61,415	- 2.2
29 Television, radio and music - Télévision, radio et musique	51,225	63,228	+ 23.4
30 Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	48,112	54,674	+ 13.6
31 Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-peint, etc.	41,412	34,142	- 17.6
32 Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	12,671	14,956	+ 18.0
33 Jewellery - Bijouterie	20,962	20,682	- 1.3
34 Toys and games - Jouets et jeux	14,737	17,344	+ 17.7
35 Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	35,952	32,576	- 9.4
36 Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	35,580	38,627	+ 8.6
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	28,915	23,814	- 17.6
38 Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	36,732	34,975	- 4.8
39 Repairs and services - Services et travaux de réparation	12,729	15,956	+ 25.4
40 All other departments - Tous autres rayons	39,618	40,857	+ 3.1
41 ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	1,177,985	1,227,530	+ 4.2

TABLE 16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983  
January-February

TABLEAU 16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1982 et 1983  
Janvier-février

Province	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982	1983	
	thousands of dollars		
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	11,428	12,140	+ 6.2
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	6,267	7,396	+ 18.0
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	26,113	29,704	+ 13.8
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	20,401	22,714	+ 11.3
Québec	204,528	219,355	+ 7.2
Ontario	413,834	429,927	+ 3.9
Manitoba	58,405	61,246	+ 4.9
Saskatchewan	31,614	36,988	+ 17.0
Alberta	184,210	184,369	--
British Columbia - Colombie-Britannique	217,229	219,957	+ 1.3
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	3,955	3,734	- 5.6
<b>CANADA</b>	<b>1,177,985</b>	<b>1,227,530</b>	<b>+ 4.2</b>

TABLE 17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983  
January-February

TABLEAU 17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par certaines zones métropolitaines,  
1982 et 1983  
Janvier-février

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982	1983	
	thousands of dollars		
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	75,985	71,074	- 6.5
Edmonton	81,606	84,309	+ 3.3
Halifax-Dartmouth	14,489	17,166	+ 18.5
Hamilton	30,995	31,911	+ 3.0
Montréal	126,719	133,959	+ 5.7
Ottawa-Hull	45,773	51,706	+ 13.0
Québec City - Ville de Québec	26,360	29,144	+ 10.6
Toronto	174,025	178,193	+ 2.4
Vancouver	133,073	134,438	+ 1.0
Winnipeg	53,132	55,644	+ 4.7

TABLE 18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983  
January–February

TABLEAU 18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983  
Janvier–février

Province	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982	1983	
	thousands of dollars milliers de dollars		
Newfoundland – Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island – Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia – Nouvelle-Écosse	x	10,586	x
New Brunswick – Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	117,097	122,960	+ 5.0
Ontario	260,107	269,415	+ 3.6
Manitoba	39,835	42,030	+ 5.5
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	148,916	147,603	- 0.9
British Columbia – Colombie-Britannique	181,687	182,672	+ 0.5
Yukon and Northwest Territories – Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	x	x
<b>CANADA</b>	<b>790,855</b>	<b>816,180</b>	<b>+ 3.2</b>

TABLE 19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983  
January–February

TABLEAU 19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983  
Janvier–février

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982	1983	
	thousands of dollars milliers de dollars		
Calgary	61,198	57,513	- 6.0
Edmonton	68,313	69,439	+ 1.6
Halifax-Dartmouth	x	9,889	x
Hamilton	23,814	24,156	+ 1.4
Montréal	81,909	83,556	+ 2.0
Ottawa-Hull	30,460	34,125	+ 12.0
Quebec City – Ville de Québec	x	x	x
Toronto	130,751	133,182	+ 1.9
Vancouver	119,311	119,328	--
Winnipeg	x	x	x

TABLE 20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983  
January-February

TABLEAU 20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1982 et 1983  
Janvier-février

Province	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982	1983	
	thousands of dollars milliers de dollars		
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	x	19,118	x
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	87,430	96,396	+ 10.3
Ontario	153,727	160,512	+ 4.4
Manitoba	18,571	19,216	+ 3.5
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	35,294	36,766	+ 4.2
British Columbia - Colombie-Britannique	35,542	37,285	+ 4.9
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	x	x
CANADA	387,130	411,350	+ 6.3

TABLE 21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1982 and 1983  
January-February

TABLEAU 21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines,  
1982 et 1983  
Janvier-février

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982	1983	
	thousands of dollars milliers de dollars		
Calgary	14,787	13,561	- 8.3
Edmonton	13,294	14,870	+ 11.9
Halifax-Dartmouth	x	7,277	x
Hamilton	7,182	7,756	+ 8.0
Montréal	44,810	50,403	+ 12.5
Ottawa-Hull	15,313	17,581	+ 14.8
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	43,274	45,010	+ 4.0
Vancouver	13,762	15,110	+ 9.8
Winnipeg	x	x	x

TABLE 22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1981-1983

TABLEAU 22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1981-1983

Period Période	Department stores Grands magasins					
	Total	Major		Junior		
		Sales Ventes	Distribu- tion	Sales Ventes	Distribu- tion	
	'000	%	'000	%	'000	%
<b>1981:</b>						
January - Janvier	643,821	100.0	442,269	68.7	201,552	31.3
February - Février	568,767	100.0	381,684	67.1	187,082	32.9
March - Mars	688,718	100.0	471,588	68.5	217,130	31.5
April - Avril	793,595	100.0	521,698	65.7	271,897	34.3
May - Mai	822,881	100.0	532,820	64.8	290,061	35.2
June - Juin	835,934	100.0	548,803	65.7	287,131	34.3
July - Juillet	757,743	100.0	485,895	64.1	271,848	35.9
August - Août	786,492	100.0	499,216	63.5	287,276	36.5
September - Septembre	848,390	100.0	575,366	67.8	273,024	32.2
October - Octobre	892,549	100.0	591,596	66.3	300,954	33.7
November - Novembre	1,036,498	100.0	686,067	66.2	350,430	33.8
December - Décembre	1,542,685	100.0	972,086	63.0	570,598	37.0
Year - Année	10,218,073	100.0	6,709,088	65.7	3,508,983	34.3
<b>1982:</b>						
January - Janvier	600,079	100.0	404,404	67.4	195,675	32.6
February - Février	577,906	100.0	386,451	66.9	191,455	33.1
March - Mars	694,447	100.0	467,207	67.3	227,240	32.7
April - Avril	791,728	100.0	506,180	63.9	285,547	36.1
May - Mai	811,119	100.0	504,670	62.2	306,449	37.8
June - Juin	790,742	100.0	498,570	63.1	292,172	36.9
July - Juillet	763,975	100.0	477,615	62.5	286,359	37.5
August - Août	775,460	100.0	480,451	62.0	295,010	38.0
September - Septembre	859,926	100.0	583,344	67.8	276,582	32.2
October - Octobre	859,089	100.0	562,694	65.5	296,395	34.5
November - Novembre	1,073,558	100.0	708,644	66.0	364,914	34.0
December - Décembre	1,608,323	100.0	1,009,315	62.8	599,009	37.2
Year - Année	10,206,352	100.0	6,589,545	64.6	3,616,807	35.4
<b>1983:</b>						
January - Janvier	623,426	100.0	416,073	66.7	207,353	33.3
February - Février	604,104	100.0	400,107	66.2	203,997	33.8
March - Mars						
April - Avril						
May - Mai						
June - Juin						
July - Juillet						
August - Août						
September - Septembre						
October - Octobre						
November - Novembre						
December - Décembre						
Year - Année						

TABLE 23. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1981-1983  
February

TABLEAU 23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1981-1983  
Février

Province and Selected Metropolitan Areas	Distribution			Change 1983/1982
	1981 <sup>F</sup>	1982	1983	
per cent - pourcentage				
Newfoundland - Terre-Neuve	5.5	5.3	5.3	-
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	12.6	12.9	12.5	- 3.1
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	6.7	6.7	6.9	+ 3.0
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	6.8	6.7	6.7	-
Québec	6.5	6.3	6.5	+ 3.2
Ontario	8.8	8.8	8.8	- 4.5
Manitoba	12.4	11.4	11.7	+ 2.6
Saskatchewan	6.6	5.8	6.4	+ 10.3
Alberta	12.0	11.6	12.4	+ 6.9
British Columbia - Colombie-Britannique	13.4	12.7	13.7	+ 7.9
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11.4	10.0	10.0	-
<b>CANADA</b>	<b>9.1</b>	<b>8.9</b>	<b>8.9</b>	-
Montréal	8.3	7.9	8.1	+ 2.5
Toronto	9.8	9.7	9.1	- 6.2
Winnipeg	18.0	16.1	16.3	+ 1.2
Vancouver	15.6	14.5	15.9	+ 9.7

TABLE 24. Department Store Monthly Stocks(1), by Department, Canada, 1982 and 1983

Department	1983		1982					
	January	February	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	thousands of dollars							
	milliers de dollars							
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	36,432	39,827	46,324	49,956	61,422	53,996	44,779	50,075
2 Women's and misses' coats and suits	36,868	41,207	36,932	37,386	35,287	31,781	34,347	53,829
3 Women's and misses' sportswear	107,426	114,463	104,198	120,456	146,437	139,327	113,690	122,569
4 Furs	17,836	15,771	17,186	16,269	16,249	16,435	17,921	16,901
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	58,915	64,568	60,033	60,661	80,996	70,348	67,120	84,158
6 Girls' and teenage girls' wear	31,258	37,273	39,073	44,171	54,035	49,388	43,281	56,772
7 Lingerie and women's sleepwear	39,897	39,099	40,592	45,160	53,303	51,133	44,395	45,635
8 Intimate apparel	33,424	29,920	28,340	29,431	33,805	32,265	29,431	30,072
9 Millinery	2,102	1,866	1,194	1,029	1,228	1,319	1,142	1,151
10 Women's and girls' hosiery	26,254	26,790	21,453	24,788	28,088	28,136	26,223	29,365
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	39,618	39,966	38,123	41,945	49,058	45,061	36,849	41,291
12 Women's, misses' and children's footwear	75,549	81,500	94,059	109,852	127,461	115,719	104,305	103,144
13 Men's clothing	111,702	137,579	144,954	153,997	188,986	165,246	151,568	151,958
14 Men's furnishings	312,193	323,058	312,280	328,559	356,904	349,502	332,195	346,368
15 Boys' clothing and furnishings	37,300	37,301	37,310	37,033	43,855	38,284	34,301	35,103
16 Men's and boys' footwear	62,413	58,291	58,641	56,775	69,239	68,384	66,768	77,195
17 Food and kindred products	38,119	40,249	32,819	35,302	39,576	33,314	35,152	33,210
18 Toiletries, cosmetics and drugs	193,004	149,162	136,298	145,774	176,578	171,034	167,698	168,487
19 Photographic equipment and supplies	55,045	49,854	47,485	45,858	62,039	57,622	52,117	53,926
20 Piece goods	23,618	23,824	27,466	31,482	32,886	31,183	31,091	31,686
21 Linens and domestics	108,506	112,560	104,167	108,155	118,515	114,625	106,454	101,390
22 Smellwares and notions	35,739	35,053	32,999	34,159	43,815	43,739	41,995	43,017
23 China and glassware	84,102	88,609	84,356	87,916	89,585	94,417	88,675	91,333
24 Floor coverings	48,316	46,440	53,602	56,326	65,293	61,679	62,160	58,862
25 Draperies, curtains and furniture coverings	61,298	57,776	67,185	66,471	74,758	67,791	63,883	65,079
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	43,617	44,175	43,607	45,553	55,147	51,384	50,536	50,871
27 Furniture	181,679	165,287	197,657	199,513	228,763	213,091	196,515	195,498
28 Major appliances	55,572	57,648	57,690	57,243	65,702	61,359	57,572	60,881
29 Television, radio and music	134,764	131,777	113,348	121,728	143,899	135,821	134,059	128,410
30 Housewares and small electrical appliances	170,418	162,985	117,029	123,454	150,298	142,848	141,682	139,901
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	112,354	108,723	96,519	116,389	150,983	140,726	141,579	139,821
32 Plumbing, heating and building materials	39,957	34,939	31,260	31,762	43,256	34,229	33,689	34,599
33 Jewellery	117,632	110,023	113,175	119,253	133,470	128,962	119,789	118,055
34 Toys and games	75,546	72,948	67,604	69,487	88,032	75,209	69,867	76,257
35 Sporting goods and luggage	107,199	108,929	109,124	120,993	159,494	151,440	133,323	127,221
36 Stationery, books and magazines	90,122	86,102	77,322	78,563	93,255	96,064	94,589	101,269
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	52,060	50,341	44,780	41,673	55,367	51,576	47,686	47,894
38 Meals and lunches	1,275	1,192	959	799	797	741	733	678
39 Repairs and services	4,872	4,284	4,271	4,298	5,961	5,070	5,450	5,534
40 All other departments	53,646	53,321	58,607	64,393	84,704	80,703	70,706	68,642
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	2,724,419	2,686,842	2,618,121	2,783,992	3,324,766	3,120,611	2,909,103	3,006,633

(1) At selling value.

TABLEAU 24. Stocks(1) mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983

1982							Change - Variation	
August	September	October	November	December	February/ January 1983	February 1983/1982	Rayon	
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Février/ janvier 1983	Février 1983/1982		
thousands of dollars					per cent			
milliers de dollars					pourcentage			
42,110	43,071	53,378	50,583	38,190	+ 9.3	- 14.0	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	1
56,166	60,444	65,591	51,973	39,832	+ 11.8	+ 11.6	Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	2
117,549	113,814	133,312	138,390	110,112	+ 6.6	+ 9.9	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
18,268	17,581	22,888	20,370	19,495	- 11.6	- 8.2	Fourrures	4
70,317	70,793	83,445	72,788	69,427	+ 9.6	+ 7.6	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambre d'enfants	5
47,476	51,846	50,839	52,016	34,210	+ 19.2	- 4.6	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
46,172	46,201	59,670	64,812	41,906	- 2.0	- 3.7	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
29,858	26,010	33,061	32,089	31,873	- 10.5	+ 5.6	Sous-vêtements	8
1,635	1,848	3,372	3,694	3,578	- 11.2	+ 56.3	Chapeaux	9
30,231	26,884	31,392	31,460	29,550	+ 2.0	+ 24.9	Bas pour dames et fillettes	10
42,804	44,074	55,220	59,143	41,323	+ 0.9	+ 4.8	Gants, moufles et articles de parfum pour dames et fillettes	11
100,597	98,004	108,974	96,642	92,278	+ 7.9	- 13.4	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
563,318	161,417	185,703	179,391	161,055	+ 23.2	- 5.1	Vêtements pour hommes	13
150,375	150,202	197,335	178,691	142,930	+ 3.7	+ 2.7	Articles d'habillement pour hommes	14
35,957	39,741	49,495	42,770	33,717	- 6.7	+ 8.3	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
75,379	55,322	77,069	72,079	70,527	- 6.7	- 5.3	Chaussures pour hommes et garçons	16
28,550	32,625	36,602	39,003	34,794	+ 13.6	+ 22.6	Produits alimentaires et connexes	17
155,273	147,727	193,810	215,213	167,330	- 22.7	+ 9.4	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
54,882	50,093	68,055	62,582	48,245	- 9.4	+ 5.0	Appareils et fournitures photographiques	19
28,807	23,323	30,134	25,919	28,347	+ 0.9	- 15.3	Tissus à la pièce	20
89,195	84,877	97,554	113,664	121,003	+ 3.7	+ 8.1	Literie et linge de maison	21
38,498	35,601	37,224	35,317	45,140	- 1.9	+ 6.2	Autres articles	22
91,100	86,412	90,829	101,825	105,647	+ 5.4	+ 5.0	Porcelaine et verrerie	23
56,431	52,391	54,495	48,233	55,797	- 3.9	+ 13.4	Revêtements de plancher	24
58,907	56,455	65,430	62,564	67,395	- 5.7	- 14.0	Tentures, rideaux et housses	25
51,391	48,686	59,593	56,245	45,733	+ 1.3	+ 1.3	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'aménagement pour la maison	26
182,060	170,103	189,140	186,938	222,415	- 9.0	- 16.4	Meubles	27
60,058	56,391	56,496	58,730	63,256	+ 3.7	- 0.1	Gros appareils ménagers	28
123,865	114,089	147,043	154,860	152,313	- 2.2	+ 16.3	Télévision, radio et musique	29
134,717	134,389	147,871	177,982	154,096	- 4.4	+ 39.3	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
138,091	121,437	140,444	127,452	130,096	- 3.2	+ 12.6	Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.	31
33,449	33,790	35,081	39,492	49,424	- 12.6	+ 11.8	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
114,060	107,078	134,856	150,622	115,677	- 6.5	- 2.8	Bijouterie	33
93,439	109,250	144,072	117,276	59,113	- 3.4	+ 7.9	Jouets et jeux	34
116,701	119,695	158,701	142,586	121,917	+ 1.6	- 0.2	Articles de sport et valises	35
97,943	90,186	105,128	112,947	83,031	- 4.5	+ 11.4	Papeterie, livres et revues	36
42,336	50,783	56,150	52,299	62,949	- 3.3	+ 12.4	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
440	861	821	896	1,011	- 6.5	+ 24.3	Repas et casse-croûtes	38
4,625	4,799	5,691	6,165	5,841	- 12.1	+ 0.3	Services et travaux de réparation	39
62,030	61,375	76,189	79,225	62,301	- 0.6	- 9.0	Tous autres rayons	40
2,911,459	2,826,453	3,338,133	3,324,716	2,938,964	- 1.4	+ 2.6	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Valeur de vente.

TABLE 25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1982 and 1983<sup>(1)</sup>

Department	1983		1982				
	January	February	January	February	March	April	May
	Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
No.	thousands of dollars						
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	40,534	40,303	46,815	46,740	51,023	48,544	52,300
2 Women's and misses' coats and suits	52,022	48,685	43,467	43,721	44,980	47,470	50,274
3 Women's and misses' sportswear	129,554	123,224	112,137	116,281	123,492	121,672	122,090
4 Furs	18,237	17,946	19,567	20,677	18,994	18,939	21,717
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	70,701	75,088	69,843	68,204	74,084	68,239	74,379
6 Girls' and teenage girls' wear	42,298	42,093	44,100	46,861	49,419	45,844	48,299
7 Lingerie and women's sleepwear	50,967	47,062	48,741	47,738	47,605	46,573	49,153
8 Intimate apparel	33,109	31,206	29,542	31,003	33,328	30,081	32,147
9 Millinery	...	...	...	...	...	...	...
10 Women's and girls' hosiery	29,000	28,984	23,237	25,486	26,077	25,846	28,049
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	46,659	43,986	42,013	44,195	45,593	43,449	42,190
12 Women's, misses' and children's footwear	92,122	89,827	103,471	107,973	113,027	107,516	107,586
13 Men's clothing	146,860	149,787	157,506	164,036	186,450	162,756	189,329
14 Men's furnishings	142,186	139,506	145,833	150,597	145,705	137,483	148,795
15 Major electrical and furniture	48,760	46,875	39,812	41,704	46,747	39,833	42,764
16 Men's and boys' footwear	77,172	68,470	80,746	76,930	79,746	78,340	85,132
17 Food and kindred products	...	...	...	...	...	...	...
18 Toiletries, cosmetics and drugs	191,093	175,526	160,371	160,668	166,929	163,497	181,256
19 Photographic equipment and supplies	55,629	55,753	53,116	53,348	60,414	55,204	60,272
20 Piece goods	26,193	24,070	27,755	31,347	30,804	29,915	32,172
21 Linens and domestics	119,539	115,127	106,351	110,531	108,055	101,889	103,575
22 Smallwares and notions	40,315	40,542	38,107	37,158	40,197	38,263	39,306
23 China and glassware	94,656	99,304	94,516	92,974	88,018	90,093	92,572
24 Floor coverings	48,637	49,106	56,610	58,765	63,688	59,017	60,268
25 Draperies, curtains and furniture coverings	64,133	58,154	67,538	67,834	69,516	62,251	65,602
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	49,576	49,160	48,428	47,501	54,225	46,468	50,551
27 Furniture	191,786	171,371	204,819	198,303	207,044	191,957	192,210
28 Major appliances	56,390	55,224	55,197	55,147	60,818	58,796	60,247
29 Television, radio and music	142,517	144,730	124,398	124,785	134,901	130,723	138,505
30 Housewares and small electrical appliances	186,270	180,213	129,060	126,257	136,834	131,839	143,971
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	...	...	...	...	...	...	...
32 Plumbing, heating and building materials	...	...	...	...	...	...	...
33 Jewellery	130,775	117,571	121,003	123,094	124,390	120,943	128,377
34 Toys and games	88,794	91,356	84,958	84,813	92,074	82,367	86,501
35 Sporting goods and luggage	144,027	130,861	131,218	128,880	139,381	129,902	137,602
36 Stationery, books and magazines	101,079	102,772	92,222	90,333	93,022	89,487	98,530
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	...	...	...	...	...	...	...
38 Meals and lunches	...	...	...	...	...	...	...
39 Repairs and services	...	...	...	...	...	...	...
40 All other departments	...	...	...	...	...	...	...
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,071,498	2,958,425	2,882,407	2,920,680	3,131,549	2,930,977	3,109,013

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

TABLEAU 25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1982 et 1983(1)

1982							Change - Variation	
July	August	September	October	November	December	February/ January 1983	Rayon	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Février/ janvier 1983		
<b>Thousands of dollars</b>					per cent			No
<b>milliers de dollars</b>					pourcentage			
54,607	48,060	51,135	45,251	43,764	42,372	- 0.6	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	1
42,422	42,518	51,250	43,044	42,327	51,710	- 6.4	Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	2
120,627	118,330	131,319	117,902	121,256	138,297	- 4.9	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
18,138	16,685	15,205	17,436	16,462	18,120	+ 1.6	Fourrures	4
68,639	66,588	74,527	70,471	67,166	77,763	+ 6.2	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
46,246	43,066	52,630	42,554	45,761	47,494	- 0.5	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
46,579	45,974	50,169	44,707	48,245	54,051	+ 7.7	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
30,853	29,951	31,228	30,550	27,043	31,648	+ 5.7	Sous-vêtements	8
28,786	26,867	29,039	28,816	29,181	34,340	+ 0.1	Chapeaux	9
							Bas pour dames et fillettes	10
43,542	44,536	49,333	41,660	43,924	49,560	- 5.7	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
97,785	91,844	105,619	98,423	97,470	102,134	- 2.5	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
137,788	157,856	162,801	144,753	147,102	176,654	+ 2.0	Vêtements pour hommes	13
146,179	147,166	161,408	145,584	147,898	157,732	+ 1.9	Articles d'habillement pour hommes	14
31,603	32,916	40,550	37,340	38,518	51,759	+ 4.8	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
75,615	72,353	70,888	63,815	71,406	70,180	- 31.3	Chaussures pour hommes et garçons	16
178,693	176,193	176,313	153,866	162,260	169,191	+ 8.1	Produits alimentaires et conserves	17
55,537	58,988	58,059	50,512	47,232	54,638	+ 0.2	Articles de toilette, cosmétiques et déodorants	18
31,276	28,096	25,746	27,786	25,559	28,758	+ 8.1	Appareils et fournitures photographiques	19
							Tissus à la pièce	20
103,787	95,477	103,307	91,746	104,279	121,112	- 3.7	Literie et linge de maison	21
38,852	37,522	39,685	36,171	36,997	44,574	+ 0.6	Meubles	22
92,377	91,890	94,750	82,243	86,439	98,148	+ 4.9	Porcelaine et verrerie	23
57,793	55,401	59,814	52,591	50,097	51,364	+ 1.0	Revêtements de plancher	24
63,991	60,879	66,145	61,738	61,914	65,873	+ 9.3	Tentures, rideaux et housses	25
49,587	49,362	53,197	49,352	50,196	55,260	- 0.8	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'aménagement pour la maison	26
197,154	195,372	205,389	191,224	188,104	202,030	- 10.6	Meubles	27
63,971	67,809	70,498	54,654	54,079	57,953	+ 2.1	Gros appareils ménagers	28
135,539	131,408	132,292	132,495	129,873	146,511	+ 1.6	Télévision, radio et musique	29
140,618	137,931	148,152	130,329	154,646	177,163	+ 3.3	Articles de ménage et petite appareils électriques	30
...	...	...	...	...	...	...	Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.	31
...	...	...	...	...	...	...	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
123,398	117,334	123,689	114,236	120,214	127,434	- 10.1	Bijouterie	33
87,682	87,498	87,491	81,641	86,942	105,975	+ 2.9	Jouets et jeux	34
129,395	120,472	123,959	121,535	126,395	142,576	+ 9.1	Articles de sport et valises	35
97,728	92,503	94,209	84,109	91,219	104,206	+ 1.7	Papeterie, livres et revues	36
...	...	...	...	...	...	...	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
...	...	...	...	...	...	...	Repas et casse-croûtes	38
...	...	...	...	...	...	...	Services et travaux de réparation	39
...	...	...	...	...	...	...	Tous autres rayons	40
2,986,584	2,901,594	3,070,229	2,816,515	2,906,728	3,182,419	+ 3.7	<b>TOTAL, TOUS RAYONS</b>	41

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

TABLE 26. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1982 and 1983

No.	Department	1983		1982				
		January	February	February	March	April	May	June
		Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	4.55	4.03	4.41	3.63	3.51	2.58	2.53
2	Women's and misses' coats and suits	3.44	3.94	3.70	2.62	2.44	4.39	6.23
3	Women's and misses' sportswear	3.82	3.38	3.58	3.05	3.18	2.73	2.60
4	Furs	3.92	5.04	5.06	5.53	23.82	28.14	29.87
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.53	3.97	3.92	3.12	3.37	3.24	3.36
6	Girls' and teenage girls' wear	3.84	3.63	3.93	2.90	3.19	3.16	3.13
7	Lingerie and women's sleepwear	3.91	3.51	3.95	3.66	3.53	3.16	2.97
8	Intimate apparel	4.58	4.33	4.28	3.47	3.44	3.23	3.01
9	Millinery	1.68	1.84	1.54	1.13	1.06	1.36	1.29
10	Women's and girls' hosiery	3.25	3.63	3.21	2.85	2.73	3.04	3.19
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4.68	4.99	4.86	3.93	3.83	3.61	3.42
12	Women's, misses' and children's footwear	5.74	6.26	7.87	9.66	5.12	4.66	4.75
13	Men's clothing	5.39	6.87	6.91	4.84	5.75	5.17	4.35
14	Men's furnishings	5.29	5.46	5.85	4.85	5.11	4.66	3.19
15	Boys' clothing and furnishings	5.75	6.03	6.24	4.04	3.63	3.58	3.42
16	Men's and boys' footwear	7.04	6.44	8.71	6.60	5.58	5.56	5.33
17	Food and kindred products	0.80	0.69	0.58	0.70	0.59	0.58	0.71
18	Toiletries, cosmetics and drugs	5.17	3.97	4.06	3.82	4.28	4.25	4.15
19	Photographic equipment and supplies	5.94	5.96	5.97	4.67	5.54	5.22	3.81
20	Piece goods	6.83	6.70	7.14	6.40	6.91	6.84	7.74
21	Linens and domestics	3.83	7.01	7.16	5.95	5.97	5.50	4.30
22	Smallwares and notions	3.96	4.95	4.66	4.62	5.65	6.93	6.47
23	China and glassware	11.17	10.51	11.27	9.22	8.95	8.74	9.33
24	Floor coverings	5.14	4.91	5.56	4.76	5.50	5.46	5.38
25	Draperies, curtains and furniture coverings	5.97	5.61	7.21	6.87	5.00	4.64	4.03
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6.46	8.01	7.81	6.47	8.11	7.21	7.12
27	Furniture	4.76	5.46	6.34	5.58	6.25	5.27	4.99
28	Major appliances	1.65	2.08	2.09	1.82	2.07	1.89	1.62
29	Television, radio and music	3.83	4.69	4.83	4.19	5.10	5.43	4.88
30	Housewares and small electrical appliances	6.69	5.58	4.64	5.11	5.09	4.46	4.57
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	6.34	6.63	4.76	5.66	5.74	3.94	4.60
32	Plumbing, heating and building materials	5.54	4.51	4.88	4.30	4.05	2.66	3.06
33	Jewellery	12.26	9.92	10.02	7.74	7.90	7.18	6.87
34	Toys and games	9.39	7.85	8.64	7.15	6.26	6.38	5.68
35	Sporting goods and luggage	5.93	7.51	6.79	5.76	5.67	4.32	3.67
36	Stationery, books and magazines	4.68	4.45	4.26	4.25	4.62	4.89	4.60
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	4.09	4.54	3.51	2.74	3.05	2.90	2.64
38	Meals and lunches	0.07	0.07	0.05	0.04	0.04	0.04	0.04
39	Repairs and services	0.63	0.52	0.68	0.56	0.76	0.69	0.76
40	All other departments	2.61	2.63	2.97	2.85	2.82	2.11	2.23
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.25	4.35	4.42	3.94	4.16	3.77	3.62

TABLEAU 26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983

TITRE						Rayon	
July	August	September	October	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
						No	
3.24	2.87	2.66	3.51	2.79	1.65	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	1
7.86	3.32	3.89	2.86	2.08	1.81	Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	2
2.90	2.68	1.99	3.02	2.68	1.60	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
9.70	10.47	6.58	5.52	3.44	3.09	Fourrures	4
4.09	2.78	2.89	3.33	2.68	1.87	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
4.30	2.07	2.83	3.39	2.65	1.29	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
2.97	3.54	2.74	3.55	2.59	0.91	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3.25	3.20	2.44	3.71	3.03	2.21	Sous-vêtements	8
1.23	1.68	1.17	1.58	1.06	0.80	Chapeaux	9
4.27	3.70	2.13	2.66	2.41	1.63	Bas pour dames et fillettes	10
4.36	4.06	2.82	3.58	2.63	1.15	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
5.88	4.62	3.48	4.17	3.12	2.97	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
6.10	6.55	4.18	5.14	3.54	2.43	Vêtements pour hommes	13
4.66	4.68	4.00	5.09	3.09	1.08	Articles d'habillement pour hommes	14
5.73	2.01	3.33	4.28	2.91	1.40	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
5.65	5.67	3.90	5.05	3.69	2.90	Chaussures pour hommes et garçons	16
0.68	0.50	0.66	0.67	0.66	0.43	Produits alimentaires et connexes	17
8.18	3.84	3.54	4.22	3.81	1.52	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
3.95	4.15	3.93	5.60	4.00	1.48	Appareils et fournitures photographiques	19
8.63	6.50	4.25	5.47	4.66	6.09	Tissus à la pièce	20
3.82	3.65	3.00	3.81	4.08	2.76	Litterie et linge de maison	21
6.27	5.13	3.36	3.79	3.22	3.58	Menus articles	22
9.13	9.89	6.96	8.44	6.19	3.03	Porcelaine et verrerie	23
5.03	5.43	4.53	3.93	3.42	4.79	Revêtements de plancher	24
4.29	4.48	4.20	4.54	3.83	3.67	Tentures, rideaux et housses	25
6.66	7.13	5.72	6.69	4.42	2.17	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
4.48	5.14	4.44	4.83	4.62	5.28	Meubles	27
1.47	1.86	1.47	1.39	1.37	1.45	Gros appareils ménagers	28
4.24	4.03	2.66	3.89	3.05	1.90	Télévision, radio et musique	29
4.30	4.43	4.21	4.17	4.14	1.93	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
5.22	6.02	5.24	5.03	4.94	3.66	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
2.94	3.78	3.57	3.45	3.82	4.04	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
7.07	7.18	5.01	7.50	5.38	1.76	Bijouterie	33
5.67	7.66	8.83	6.90	2.64	0.73	Jouets et jeux	34
4.00	4.91	5.10	7.67	5.14	2.39	Articles de sport et valises	35
5.18	3.54	3.30	4.70	3.43	1.22	Papeterie, livres et revues	36
7.80	3.10	3.33	2.87	2.35	2.77	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
0.04	0.03	0.04	0.04	0.04	0.03	Repas et casse-croûtes	38
0.85	0.83	0.65	0.63	0.52	0.43	Services et travaux de réparation	39
7.46	2.35	2.42	2.81	2.76	1.23	Tous autres rayons	40
3.83	3.65	3.23	3.81	3.06	1.80	<b>TOTAL, TOUS RAYONS</b>	41

TABLE 27. Department Store Monthly Sales-stock Ratios, by Department, Canada, 1982 and 1983

No.	Department	1983		1982			
		January	February	January	February	March	April
		Janvier	Février	Février	Mars	Avril	Mai
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	0.21	0.26	0.23	0.29	0.32	0.36
2	Women's and misses' coats and suits	0.28	0.27	0.31	0.38	0.40	0.22
3	Women's and misses' sportswear	0.26	0.30	0.29	0.35	0.34	0.36
4	Furs	0.24	0.19	0.19	0.18	0.04	0.04
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	0.26	0.26	0.25	0.32	0.34	0.29
6	Girls' and teenage girls' wear	0.25	0.30	0.27	0.37	0.34	0.30
7	Lingerie and women's sleepwear	0.25	0.28	0.25	0.29	0.31	0.31
8	Intimate apparel	0.22	0.22	0.22	0.29	0.31	0.30
9	Millinery	0.44	0.51	0.62	0.82	1.03	0.76
10	Women's and girls' hosiery	0.29	0.28	0.32	0.38	0.39	0.33
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	0.21	0.20	0.22	0.27	0.28	0.26
12	Women's, misses' and children's footwear	0.16	0.17	0.13	0.19	0.21	0.20
13	Men's clothing	0.15	0.16	0.16	0.21	0.19	0.18
14	Men's furnishings	0.19	0.19	0.17	0.21	0.21	0.21
15	Boys' clothing and furnishings	0.18	0.17	0.17	0.24	0.30	0.28
16	Men's and boys' footwear	0.13	0.15	0.12	0.16	0.19	0.18
17	Food and kindred products	1.30	1.48	1.57	1.49	1.69	1.68
18	Toiletries, cosmetics and drugs	0.21	0.22	0.22	0.27	0.26	0.23
19	Photographic equipment and supplies	0.18	0.16	0.16	0.21	0.21	0.18
20	Piece goods	0.13	0.15	0.14	0.17	0.15	0.14
21	Linens and domestics	0.25	0.15	0.14	0.17	0.18	0.18
22	Smallwares and notions	0.22	0.20	0.21	0.22	0.20	0.14
23	China and glassware	0.08	0.10	0.09	0.11	0.11	0.12
24	Floor coverings	0.18	0.20	0.17	0.22	0.20	0.18
25	Draperies, curtains and furniture coverings	0.16	0.17	0.13	0.20	0.21	0.20
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	0.15	0.13	0.13	0.16	0.14	0.13
27	Furniture	0.19	0.17	0.16	0.18	0.17	0.18
28	Major appliances	0.57	0.49	0.44	0.55	0.52	0.60
29	Television, radio and music	0.24	0.21	0.20	0.25	0.21	0.18
30	Housewares and small electrical appliances	0.16	0.18	0.21	0.20	0.22	0.22
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	0.15	0.15	0.20	0.19	0.20	0.24
32	Plumbing, heating and building materials	0.16	0.21	0.20	0.23	0.28	0.33
33	Jewellery	0.08	0.10	0.10	0.13	0.13	0.14
34	Toys and games	0.12	0.13	0.11	0.14	0.18	0.14
35	Sporting goods and luggage	0.16	0.13	0.15	0.18	0.20	0.26
36	Stationery, books and magazines	0.22	0.22	0.22	0.24	0.23	0.21
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	0.22	0.22	0.28	0.35	0.37	0.33
38	Meals and lunches	15.77	13.74	15.04	22.85	24.53	24.76
39	Repairs and services	1.45	1.79	1.32	1.81	1.53	1.33
40	All other departments	0.35	0.38	0.33	0.37	0.40	0.46
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	0.22	0.22	0.22	0.26	0.26	0.26

TABLEAU 27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983

1982						Rayon	
July	August	September	October	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	N°	
0.33	0.32	0.38	0.32	0.35	0.52	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	1
0.16	0.31	0.28	0.34	0.43	0.48	Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	2
0.36	0.36	0.49	0.36	0.38	0.55	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
0.10	0.10	0.15	0.20	0.27	0.32	Fourrures	4
0.27	0.33	0.35	0.33	0.35	0.52	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
0.26	0.44	0.37	0.29	0.38	0.62	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
0.34	0.28	0.36	0.32	0.40	0.86	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.31	0.31	0.38	0.30	0.33	0.45	Sous-vêtements	8
0.82	0.70	0.91	0.82	0.99	1.22	Chapeaux	9
0.25	0.27	0.44	0.40	0.42	0.59	Bas pour dames et fillettes	10
0.24	0.25	0.36	0.31	0.39	0.72	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
0.17	0.21	0.28	0.25	0.30	0.33	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
0.16	0.17	0.22	0.21	0.28	0.39	Vêtements pour hommes	13
0.23	0.22	0.26	0.22	0.31	0.74	Articles d'habillement pour hommes	14
0.21	0.41	0.32	0.26	0.32	0.63	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
0.15	0.17	0.24	0.21	0.27	0.33	Chaussures pour hommes et garçons	16
1.87	1.82	1.61	1.58	1.66	2.04	Produits alimentaires et connexes	17
0.24	0.25	0.28	0.27	0.28	0.58	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
0.26	0.24	0.24	0.21	0.24	0.59	Appareils et fournitures photographiques	19
0.11	0.15	0.21	0.21	0.20	0.17	Tissus à la pièce	20
0.26	0.26	0.33	0.28	0.26	0.37	Literie et linge de maison	21
0.16	0.18	0.29	0.27	0.30	0.31	Meubles	22
0.11	0.10	0.14	0.12	0.17	0.34	Porcelaine et verrerie	23
0.19	0.18	0.21	0.26	0.27	0.22	Revêtements de plancher	24
0.24	0.21	0.23	0.24	0.26	0.28	Tentures, rideaux et housses	25
0.15	0.14	0.17	0.16	0.22	0.41	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'aménagement pour la maison	26
0.22	0.19	0.22	0.22	0.22	0.21	Meubles	27
0.70	0.53	0.66	0.72	0.74	0.71	Gros appareils ménagers	28
0.23	0.24	0.36	0.29	0.34	0.52	Télévision, radio et musique	29
0.23	0.22	0.24	0.25	0.26	0.48	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
0.19	0.17	0.18	0.21	0.19	0.28	Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.	31
0.34	0.26	0.28	0.30	0.28	0.28	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
0.14	0.14	0.19	0.15	0.20	0.49	Bijouterie	33
0.18	0.14	0.12	0.16	0.34	0.92	Jouets et jeux	34
0.24	0.19	0.20	0.15	0.18	0.39	Articles de sport et valises	35
0.20	0.28	0.29	0.23	0.30	0.70	Papeterie, livres et revues	36
1.39	0.33	0.30	0.37	0.41	0.39	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
27.61	29.55	26.63	23.80	27.90	33.98	Repas et casse-croûtes	38
1.18	1.22	1.42	1.72	2.01	2.24	Services et travaux de réparation	39
0.40	0.40	0.42	0.39	0.37	0.72	Tous autres rayons	40
0.26	2.62	0.30	0.28	0.32	0.51	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 28. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Unadjusted, Canada, 1981-1983

TABLEAU 28. Montants à recevoir(1), non désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983

Month. Mois	1981	1982	1983	Change from previous month	Change 1983/1982			
				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1983/1982			
thousands of dollars milliers de dollars				per cent pourcentage				
January - Janvier	1,554,350	1,624,889	1,644,028	+ 6.3	+ 1.2			
February - Février	1,488,706	1,554,529	1,571,443	+ 4.4	+ 1.1			
March - Mars	1,476,287	1,537,740						
April - Avril	1,483,717	1,536,243						
May - Mai	1,493,281	1,527,443						
June - Juin	1,501,535	1,505,203						
July - Juillet	1,523,351	1,477,266						
August - Août	1,512,048	1,476,402						
September - Septembre	1,537,138	1,536,070						
October - Octobre	1,550,904	1,554,259						
November - Novembre	1,622,633	1,613,782						
December - Décembre	1,788,145	1,755,331 <sup>r</sup>						

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

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

TABLE 29. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Seasonally Adjusted, Canada, 1981-1983

TABLEAU 29. Montants à recevoir(1), désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981-1983

Month Mois	1981	1982	1983	Change from previous month	Change 1983/1982			
				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1983/1982			
millions of dollars millions de dollars				per cent pourcentage				
January - Janvier	1,470.0	1,538.0	1,553.5	+ 1.3	+ 1.0			
February - Février	1,480.0	1,532.2	1,548.8	+ 0.3	+ 1.1			
March - Mars	1,499.0	1,563.1						
April - Avril	1,515.0	1,573.7						
May - Mai	1,537.0	1,569.7						
June - Juin	1,563.0	1,568.9						
July - Juillet	1,615.0	1,566.6						
August - Août	1,595.0	1,557.7						
September - Septembre	1,581.0	1,579.2						
October - Octobre	1,565.0	1,567.9						
November - Novembre	1,570.0	1,563.1						
December - Décembre	1,563.0	1,534.1						

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

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

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

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

TABLE 30. Department Store Sales, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1982 and 1983

No.	Department	1982						
		MCD	March	April	May	June	July	August
		MDC	Mars	Avril	Mai	Jun	Juillet	Août
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5	86.83	110.01	128.82	115.40	98.71	91.77
2	Women's and misses' coats and suits	6	103.83	98.45	53.75	41.36	47.82	105.31
3	Women's and misses' sportswear	3	88.53	99.35	107.84	98.52	90.23	96.08
4	Furs	12	67.11	26.19	18.47	17.20	47.90	91.86
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	5	85.38	101.02	91.01	87.87	91.36	104.29
6	Girls' and teenage girls' wear	4	91.29	100.97	90.84	87.19	82.53	139.25
7	Lingerie and women's sleepwear	3	73.67	84.09	96.04	88.99	91.88	72.45
8	Intimate apparel	4	93.23	107.40	106.68	112.14	103.39	95.30
9	Millinery	12	57.58	73.52	63.94	60.82	62.19	60.53
10	Women's and girls' hosiery	3	92.17	106.67	97.57	84.53	72.78	81.11
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4	77.06	86.97	89.53	82.70	69.94	74.52
12	Women's, misses' and children's footwear	6	90.00	109.69	104.36	95.02	78.24	97.90
13	Men's clothing	4	92.79	92.57	86.66	95.80	72.81	81.88
14	Men's furnishings	5	69.39	78.14	78.57	103.77	77.70	72.97
15	Boys' clothing and furnishings	6	84.89	98.19	85.90	79.36	78.95	138.31
16	Men's and boys' footwear	5	85.36	111.00	98.91	103.21	85.19	91.11
17	Food and kindred products	7	93.42	106.15	102.06	88.64	89.54	93.57
18	Toiletries, cosmetics and drugs	3	84.09	91.02	91.00	87.50	89.74	85.29
19	Photographic equipment and supplies	4	72.92	81.65	84.71	98.57	103.16	96.08
20	Pieces goods	5	109.03	107.95	104.36	91.00	77.75	90.03
21	Linens and domestics	3	77.07	84.43	89.52	93.71	111.85	95.69
22	Smallwares and notions	4	91.75	93.39	77.68	76.88	84.82	83.84
23	China and glassware	4	73.31	77.63	87.93	84.33	83.31	76.93
24	Floor coverings	5	98.16	98.84	100.15	95.78	102.81	91.04
25	Draperies, curtains and furniture coverings	3	92.69	107.71	101.49	105.86	112.96	93.62
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	83.01	87.59	82.20	80.27	88.88	83.16
27	Furniture	4	94.45	91.17	105.50	100.66	122.83	96.66
28	Major appliances	5	89.95	90.03	101.35	101.15	122.44	101.32
29	Television, radio and music	4	85.20	77.02	75.03	72.82	86.17	87.75
30	Housewares and small electricals appliances	3	75.48	86.01	96.50	89.54	98.55	88.09
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	4	79.73	106.64	121.03	112.69	100.89	89.25
32	Plumbing, heating and building materials	7	85.08	111.89	120.16	126.52	110.00	94.72
33	Jewellery	3	69.88	80.23	87.84	84.76	76.37	75.86
34	Toys and games	4	49.44	66.82	60.54	57.13	66.15	57.84
35	Sporting goods and luggage	3	70.99	102.38	113.79	120.15	115.12	84.05
36	Stationery, books and magazines	4	75.61	79.20	81.52	80.97	75.68	103.11
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	5	86.03	106.75	97.40	101.78	101.19	91.66
38	Meals and lunches	3	95.51	95.34	94.92	96.64	98.83	98.21
39	Repairs and services	7	92.90	91.50	92.77	100.34	91.76	89.33
40	All other departments	4	84.56	114.27	134.63	110.37	101.48	88.11
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3	80.43	93.93	95.37	93.70	91.90	91.75

TABLEAU 30. Ventes des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1982 et 1983

1982						1983	Rayon	N°
September	October	November	December	January	February			
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février			
102.23	95.41	105.80	142.27	56.53	65.80	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	1	
131.00	163.41	149.76	159.25	72.75	68.40	Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	2	
124.99	103.27	116.94	151.12	58.72	63.76	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3	
103.49	127.36	172.25	245.52	169.10	116.20	Fourrures	4	
111.10	113.19	116.66	161.72	67.80	67.55	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5	
117.06	98.74	120.71	159.57	50.35	61.21	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6	
92.29	91.96	141.57	259.37	53.38	58.54	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7	
105.10	89.96	98.17	141.17	76.05	70.02	Sous-vêtements	8	
91.00	141.75	202.05	256.36	79.41	55.47	Chapeaux	9	
115.89	112.55	117.83	165.37	80.51	72.52	Bas pour dames et fillettes	10	
106.35	104.55	149.28	245.83	57.41	57.34	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11	
126.98	121.15	124.33	136.25	59.65	55.15	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12	
110.93	110.20	143.18	191.80	63.06	59.12	Vêtements pour hommes	13	
93.20	94.59	151.55	269.67	57.18	54.24	Articles d'habillement pour hommes	14	
107.17	100.88	120.69	198.55	53.57	53.93	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15	
113.30	110.09	122.42	160.69	60.55	58.37	Chaussures pour hommes et garçons	16	
88.19	95.06	117.44	142.20	82.08	97.09	Produits alimentaires et connexes	17	
89.54	93.59	114.19	224.08	75.50	75.10	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18	
97.49	87.22	118.47	241.53	69.31	59.14	Appareils et fournitures photographiques	19	
116.23	117.64	117.79	96.86	83.93	85.61	Tissus à la pièce	20	
112.17	100.26	108.72	164.14	101.01	61.84	Literie et linge de maison	21	
117.31	114.10	118.97	150.20	105.59	84.66	Menus articles	22	
96.62	83.10	139.69	273.96	65.75	59.59	Porcelaine et verrerie	23	
104.82	118.30	122.66	105.36	80.48	82.08	Revêtements de plancher	24	
105.31	107.69	111.15	118.67	74.32	67.99	Tentures, rideaux et housses	25	
99.71	96.49	137.56	222.19	74.01	66.09	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'aménagement pour la maison	26	
106.96	99.15	102.82	100.25	104.55	74.63	Meubles	27	
110.97	105.24	100.59	112.18	94.64	70.27	Gros appareils ménagers	28	
111.39	104.45	130.92	212.18	87.02	69.99	Télévision, radio et musique	29	
93.14	89.86	123.18	223.38	67.32	71.11	Articles de ménage et petits appareils électriques	30	
96.92	107.06	105.55	142.46	70.71	67.01	Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.	31	
100.05	112.13	98.78	100.63	67.44	69.59	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32	
99.87	80.88	139.35	311.73	46.83	52.35	Bijouterie	33	
60.09	100.24	231.65	383.77	34.02	37.83	Jouets et jeux	34	
83.44	79.40	109.20	194.64	72.58	56.73	Articles de sport et valises	35	
107.65	87.32	126.37	241.57	75.00	68.82	Papeterie, livres et revues	36	
98.26	119.96	124.13	137.57	73.07	68.10	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37	
97.16	100.49	111.65	146.87	84.22	79.92	Repas et casse-croûtes	38	
78.79	110.93	136.45	132.29	83.97	78.66	Services et travaux de réparation	39	
82.55	90.61	96.46	161.17	68.14	67.59	Tous autres rayons	40	
101.89	101.31	123.87	182.98	72.42	67.48	TOTAL, TOUS RAYONS	41	

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

No.	Department	1982							
		MCD	March	April	May	June	July	August	
		MDC	Mars	Avril	May	June	Jullet	Août	
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	4	106.88	120.38	111.23	85.62	91.70	87.62	
2	Women's and misses' coats and suits	4	85.51	78.45	66.95	68.32	126.89	132.10	
3	Women's and misses' sportswear	3	103.59	118.58	114.51	93.12	101.61	99.34	
4	Furs	5	78.68	85.55	86.78	82.52	93.18	109.49	
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	4	88.94	109.33	103.09	90.24	122.61	105.60	
6	Girls' and teenage girls' wear	3	94.26	109.34	107.73	89.61	122.76	110.24	
7	Lingerie and women's sleepwear	4	94.60	111.97	109.79	90.32	93.94	100.43	
8	Intimate apparel	3	94.93	101.43	107.26	91.55	97.47	99.69	
9	Millinery	***	***	***	***	***	***	***	
10	Women's and girls' hosiery	4	97.26	107.71	108.86	93.49	102.01	112.52	
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	3	94.91	107.60	103.71	87.34	94.83	96.11	
12	Women's, misses' and children's footwear	3	101.74	112.77	107.63	96.95	105.48	109.53	
13	Men's clothing	3	93.88	101.36	101.78	81.92	96.30	116.13	
14	Men's furnishings	4	92.75	107.76	108.80	88.86	100.13	102.18	
15	Boys' clothing and furnishings	4	88.38	102.11	95.76	89.12	122.87	98.47	
16	Men's and boys' footwear	4	100.32	112.00	112.48	94.76	102.09	104.15	
17	Food and kindred products	***	***	***	***	***	***	***	
18	Toiletries, cosmetics and drugs	3	90.73	105.78	104.61	92.52	96.78	89.14	
19	Photographic equipment and supplies	4	85.96	102.69	104.38	86.47	97.10	93.06	
20	Piece goods	4	100.43	106.76	104.24	96.64	101.31	102.53	
21	Linens and domestics	3	97.85	109.68	112.50	102.78	97.69	93.42	
22	Smallwares and notions	4	91.93	109.00	116.31	106.84	110.72	102.60	
23	China and glassware	3	94.56	101.78	104.80	95.79	98.87	99.14	
24	Floor coverings	3	95.85	102.52	104.51	103.14	101.85	101.86	
25	Draperies, curtains and furniture coverings	3	97.99	107.54	108.90	97.38	101.70	96.76	
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	95.90	101.70	110.58	99.97	102.59	104.11	
27	Furniture	3	100.61	110.49	111.01	102.24	99.16	94.15	
28	Major appliances	4	103.80	108.03	104.36	95.56	95.17	88.57	
29	Television, radio and music	3	97.55	106.67	103.90	96.79	94.74	94.26	
30	Housewares and small electrical appliances	3	97.78	109.84	108.35	98.41	99.49	97.67	
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	***	***	***	***	***	***	***	
32	Plumbing, heating and building materials	***	***	***	***	***	***	***	
33	Jewellery	3	96.88	107.30	106.63	93.31	95.67	97.21	
34	Toys and games	4	81.93	95.61	91.31	80.77	86.97	106.79	
35	Sporting goods and luggage	4	93.88	114.43	116.58	96.89	98.32	96.87	
36	Stationery, books and magazines	4	86.97	100.25	107.35	96.00	105.67	106.11	
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	***	***	***	***	***	***	***	
38	Meals and lunches	***	***	***	***	***	***	***	
39	Repairs and services	***	***	***	***	***	***	***	
40	All other departments	***	***	***	***	***	***	***	
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	2	95.32	106.17	106.47	93.57	101.35	100.34	

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

1982						1983	Rayon	No
September	October	November	December	January	February			
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février			
84.23	117.96	115.58	90.13	89.88	98.82	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	1	
133.55	152.38	122.79	77.03	70.87	84.64	Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	2	
86.67	113.07	114.13	79.62	82.92	92.89	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3	
115.63	131.27	123.74	107.59	97.80	87.88	Fourrures	4	
94.99	118.41	108.37	89.28	83.33	85.99	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5	
98.51	119.47	113.67	72.03	73.90	88.55	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6	
92.09	133.47	134.34	77.53	78.28	83.08	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7	
83.29	108.22	118.66	100.71	100.95	95.88	Sous-vêtements	8	
...	...	...	...	...	...	Chapeaux	9	
92.58	108.94	107.81	86.05	90.53	92.43	Bal pour dames et fillettes	10	
89.34	132.55	134.65	83.38	84.91	90.86	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11	
92.79	110.72	99.15	90.35	82.01	90.73	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12	
99.15	128.29	121.95	91.17	76.06	91.85	Vêtements pour hommes	13	
98.50	132.80	120.80	75.40	83.82	88.21	Articles d'habillement pour hommes	14	
97.75	130.80	111.05	80.75	86.36	96.76	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15	
...	...	...	...	...	...	Chaussures pour hommes et garçons	16	
...	121.50	106.46	88.13	80.87	84.98	Produits alimentaires et connexes	17	
...	...	...	...	...	...	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18	
125.97	132.39	89.39	101.00	84.98	Appareils et fournitures photographiques	19		
86.38	134.73	112.50	88.30	98.95	98.98	Tissus à la pièce	20	
90.59	108.45	101.41	98.57	90.17				
82.16	106.33	109.00	99.91	90.77	97.77	Literie et linge de maison	21	
89.71	102.91	95.46	101.27	88.65	86.46	Menus articles	22	
91.20	110.44	117.80	107.64	88.85	89.23	Porcelaine et verrerie	23	
87.59	103.62	96.28	108.63	99.34	94.57	Revêtements de plancher	24	
85.35	105.98	101.05	102.31	95.58	99.35	Tentures, rideaux et housses	25	
91.52	120.75	112.05	82.76	87.98	89.86	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'aménagement pour la maison	26	
82.82	98.91	99.38	110.09	94.73	96.45	Meubles	27	
79.99	103.37	108.60	109.15	98.55	104.59	Gros appareils ménagers	28	
86.24	110.98	119.24	103.96	94.56	91.05	Télévision, radio et musique	29	
90.71	113.46	115.09	86.98	91.49	90.44	Articles de ménage et petite appareils électriques	30	
...	...	...	...	...	...	Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.	31	
...	...	...	...	...	...	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32	
86.57	118.05	124.57	90.49	89.95	93.58	Bijouterie	33	
124.87	176.47	134.89	55.78	85.08	79.85	Jeux et jouets	34	
96.56	130.58	112.81	85.51	74.43	83.24	Articles de sport et valises	35	
96.24	124.99	123.82	79.68	89.16	83.78	Papeterie, livres et revues	36	
...	...	...	...	...	...	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37	
...	...	...	...	...	...	Repas et casse-croûtes	38	
...	...	...	...	...	...	Services et travaux de réparation	39	
...	...	...	...	...	...	Tous autres rayons	40	
...	118.52	114.38	92.35	88.70	90.82	TOTAL, TOUS RAYONS	41	

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

MAJOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS TRADITIONNELS

Ayre's Ltd., Water St., St. John's, Newfoundland  
Bowring Bros. Ltd., 281 Water St., St. John's, Newfoundland  
Caplan, C., Ltd., 135 Rideau St., Ottawa, Ontario  
Eaton, T., Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario  
Goudies Ltd., 22 King St. W., Kitchener, Ontario  
Holman, R.T., Ltd., Water St., Summerside, Prince Edward Island  
Hougen's Ltd., 305 Main St., Whitehorse, Yukon  
Hubert, Magasin J.O., Ltée, 163-165 rue Principale, Maniwaki, Québec  
Hudson's Bay Co., 2 Bloor St. E., Toronto, Ontario  
Lloydminster & District Agricultural Co-op Association Ltd., 4910-50th St., Lloydminster, Saskatchewan  
Ogilvy, Charles, Ltd., 126 Rideau St., Ottawa, Ontario  
Ogilvy's, James A., Ltd., Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec  
Right House, The, Co. Ltd., 35-41 King St. E., Hamilton, Ontario  
Robinson, The G.W., Co. Ltd., 18 James St., Hamilton, Ontario  
Simpsons Ltd., 401 Bay St., Toronto, Ontario  
Simpson Sears Ltd., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario  
Smith & Chapple Ltd., 24 Birch St., Chapleau, Ontario  
Woodward Stores (Alta.) Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia  
Woodward Stores (B.C.) Ltd., 101 West Hastings St., Vancouver, British Columbia

JUNIOR DEPARTMENT STORE ORGANIZATIONS - ORGANISATIONS DE GRANDS MAGASINS POPULAIRES

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

## SELECTED PUBLICATIONS

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

### Catalogue

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

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

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

Total sales and percentage changes of sales, by region.

63-005 Retail Trade. M. 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. M. Bil. 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 E.-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. B pp. First Issue, 1968-69. (ISSN 0380-62B6).

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.

63-53B 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 B pages. Premier numéro, 1968-69. (ISSN 0380-62B6).

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.

63-53B Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H.S. 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.S. Bil. 29 pages. Premier numéro, 1974.

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

## Catalogue

The following reports on Operating Results are available.

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

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

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

## Catalogue

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

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

M. - Mensuel A.- Annuel Bil.- Bilingue  
H.S. - 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.



Canada