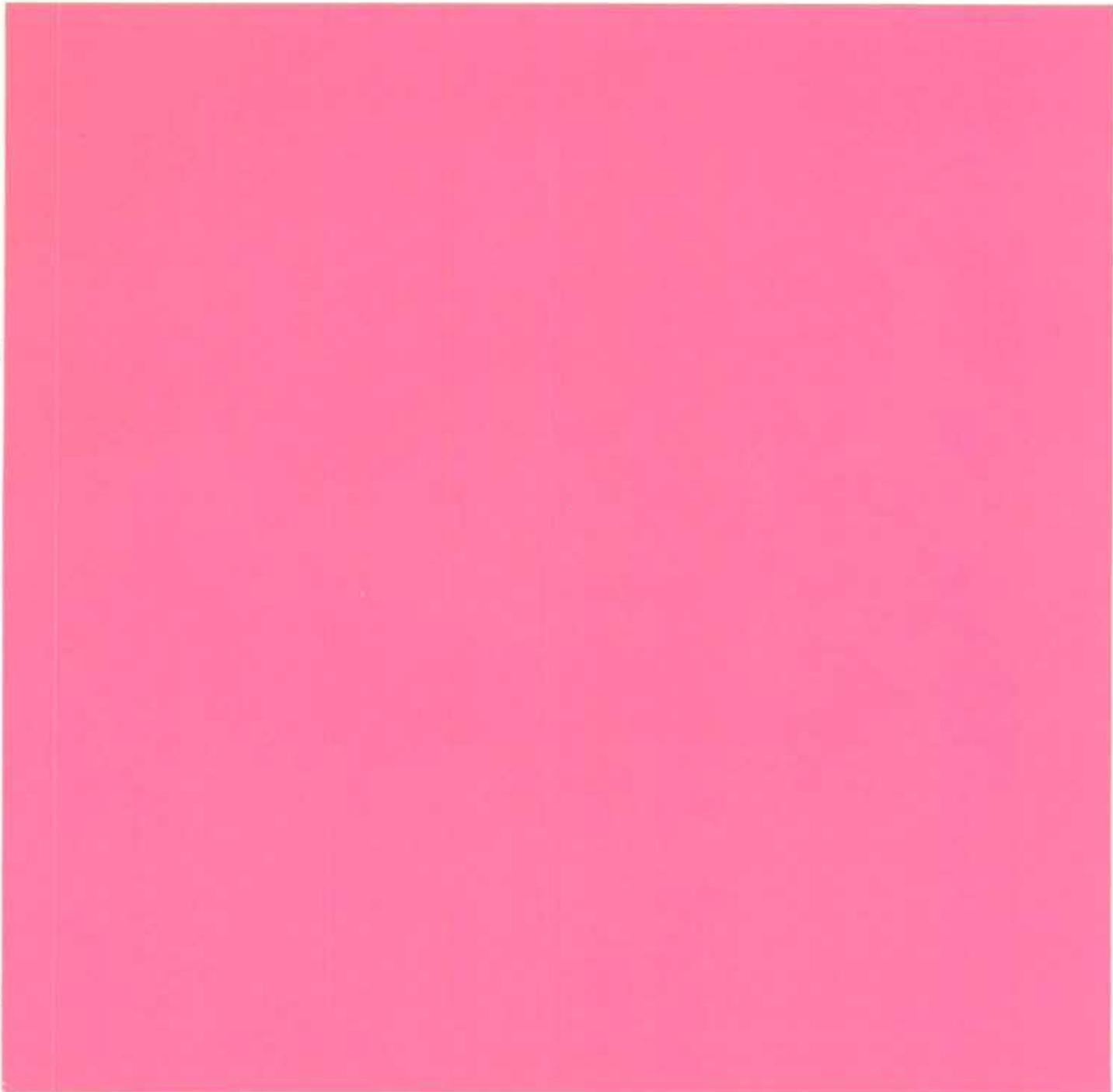


Department store sales and stocks

August 1983

Ventes et stocks des grands magasins

Août 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)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (992-4734)	Edmonton (420-3027)
Toronto (966-6586)	Vancouver (666-3691)

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	Zénith 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 NorthwTel Inc.)	Zénith 0-8913
Northwest Territories (area served by NorthwTel Inc.)	Zénith 2-2015

How to Order Publications

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

Des données sous plusieurs formes...

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

Comment obtenir d'autres renseignements

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

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

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

St. John's (772-4073)	Sturgeon Falls (753-4888)
Halifax (426-5331)	Winnipeg (949-4020)
Montréal (283-5725)	Regina (359-5405)
Ottawa (992-4734)	Edmonton (420-3027)
Toronto (966-6586)	Vancouver (666-3691)

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 NorthwTel Inc.)	Zénith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la NorthwTel Inc.)	Zénith 2-2015

Comment commander les publications

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

Statistics Canada

Merchandising and Services Division
Retail Trade Section

Department store sales and stocks

August 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

November 1983
5-3406-503

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

Catalogue 63-002, Vol. 48, No. 8

ISSN 0380-7045

Ottawa

Statistique Canada

Division du commerce et des services
Section du commerce de détail

Ventes et stocks des grands magasins

Août 1983

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

Novembre 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° 8

ISSN 0380-7045

Ottawa

SYMBOLS

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

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

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.
- F 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^o 112) et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports sous une forme lisible par une machine. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM, Division de l'analyse de conjoncture, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-995-7406), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

TABLE OF CONTENTS

	Page
Introduction	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	xvi
Explanatory Notes	xvi
 Charts	
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
 Highlights	xxiii
 Table	
1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1982 and 1983	2

TABLE DES MATIÈRES

	Page
Introduction	vii
Définitions	viii
Méthodologie	ix
Fiabilité des données	x
Erreurs non liées à l'échantillonnage	x
Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage	xi
Désaisonnalisation	xiii
Estimations en dollars constants	xiv
Confidentialité des données	xvi
Notes explicatives	xvi
 Graphiques	
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
 Points saillants	xxiii
 Tableau	
1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1982 et 1983	2

TABLE OF CONTENTS - Continued

	Page
Table	
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

TABLES DES MATIÈRES - suite

	Page
Tableau	
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 - Concluded

	Page
Table	
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 and Stocks MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1983	34
List of Department Store Organizations	36
Selected Publications	37

TABLES DES MATIÈRES - fin

	Page
Tableau	
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 et stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1983	34
Liste des organisations de grands magasins	36
Choix de publications	37

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 enquêtés retardataires sont estimées comme suit: on calcule d'abord la variation en pourcentage des comptes à recevoir des firmes déclarantes, puis on la fait porter sur les chiffres du mois précédent de la firme retardataire.

Fiabilité des données

Erreurs non liées à l'échantillonnage

L'enquête mensuelle sur les ventes et les stocks des grands magasins porte sur tous les points de vente des 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
August

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

	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	95.8	99.9
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	58.3	87.2
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	41.7	60.8
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	100.0	100.0

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) These procedures, used to determine the seasonal factors necessary to calculate the final seasonally adjusted data, are, since May 1983, executed every month instead of once a year. This permits

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

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

(3) See next page.

Désaisonnalisation

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

Afin de favoriser l'interprétation exacte de l'évolution fondamentale d'un phénomène économique et de produire une meilleure prédiction, Statistique Canada rajuste les séries temporelles au moyen de la méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI(2) afin de justement minimiser l'impact des variations saisonnières sur les séries. Cette technique consiste essentiellement à ajouter une année de données brutes à chacune des deux extrémités de la série initiale avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Les données estimatives proviennent d'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). Ces étapes déterminant les facteurs saisonniers nécessaires au calcul des données désaisonnalisées finales, sont depuis mai 1983, exécutées à chaque mois au lieu d'une seule fois par an. Il nous est donc possible de mettre

(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.

us to update each month the reference series from which we derive the final estimations of the seasonal factors with the previous month's revised data. However, in order to obtain the preliminary seasonally adjusted value for the current month's sales, a projected seasonal factor is used (derived from previous month's data.)

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

⁽³⁾ See Tables 30.

à jour mensuellement les séries de référence desquelles on dérive les estimations finales des facteurs saisonniers, en employant les données les plus récentes disponibles. Toutefois, afin d'obtenir la valeur préliminaire des ventes désaisonnalisées pour le mois courant, on utilise une prévision du facteur saisonnier fondée sur les données disponibles le mois précédent.

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 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.

⁽³⁾ Voir les tableaux 30.

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-saisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1971 non-saisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année
		'000	%	'000	%
1981:					
January - Janvier	185.2	643,821	+ 14.5	347,636	+ 4.0
February - Février	189.3	568,767	+ 9.1	300,458	- 0.7
March - Mars	190.0	688,718	+ 11.3	362,483	+ 2.0
April - Avril	192.1	793,595	+ 16.0	413,116	+ 6.4
May - Mai	193.5	822,881	+ 7.1	425,261	- 1.0
June - Juin	193.3	835,934	+ 20.8	432,454	+ 12.0
July - Juillet	193.2	757,743	+ 6.8	392,207	- 1.5
August - Août	195.2	786,492	+ 7.5	402,915	- 0.9
September - Septembre	195.7	848,390	+ 5.3	433,516	- 2.6
October - Octobre	198.1	892,549	+ 8.3	450,555	- 0.6
November - Novembre	199.0	1,036,498	+ 4.6	520,853	- 3.1
December - Décembre	198.1	1,542,685	+ 5.8	778,741	- 1.7
Year - Année	194.3	10,218,073	+ 9.1	5,260,195	+ 0.6
1982:					
January - Janvier	198.6	600,051	- 6.8	302,140	- 13.1
February - Février	204.8	578,049	+ 1.6	282,250	- 6.1
March - Mars	204.1	694,137	+ 0.8	340,097	- 6.2
April - Avril	206.4	788,971	- 0.6	382,253	- 7.5
May - Mai	208.5	813,933	- 1.1	390,376	- 8.2
June - Juin	207.4	790,853	- 5.4	381,318	- 11.8
July - Juillet	205.7	763,949	+ 0.8	371,390	- 5.3
August - Août	207.2	775,727	- 1.4	374,386	- 7.1
September - Septembre	205.2	861,179	+ 1.5	419,678	- 3.2
October - Octobre	208.1	859,187	- 3.7	412,872	- 8.4
November - Novembre	208.8	1,073,558	+ 3.6	514,156	- 1.3
December - Décembre	208.4	1,608,478	+ 4.3	771,822	- 0.9
Year - Année	206.5	10,208,072	- 0.1	4,942,738	- 6.0
1983:					
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	211.9	787,578	+ 13.5	371,674	+ 9.3
April - Avril	215.4	775,268	- 1.7	359,920	- 5.8
May - Mai	215.8	840,268	+ 3.2	389,373	- 0.3
June - Juin	214.9	920,164	+ 16.4	428,182	+ 12.3
July - Juillet	212.9	813,792	+ 6.5	382,241	+ 2.9
August - Août	..	850,941	+ 9.7
September - Septembre					
October - Octobre					
November - Novembre					
December - Décembre					
Year - Année					

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 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.

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

(5) See Table 26.

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 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'agréger 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.

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

(5) Voir tableau 26.

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.

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.

(6) See Table 27.

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.

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.

(6) Voir tableau 27.

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

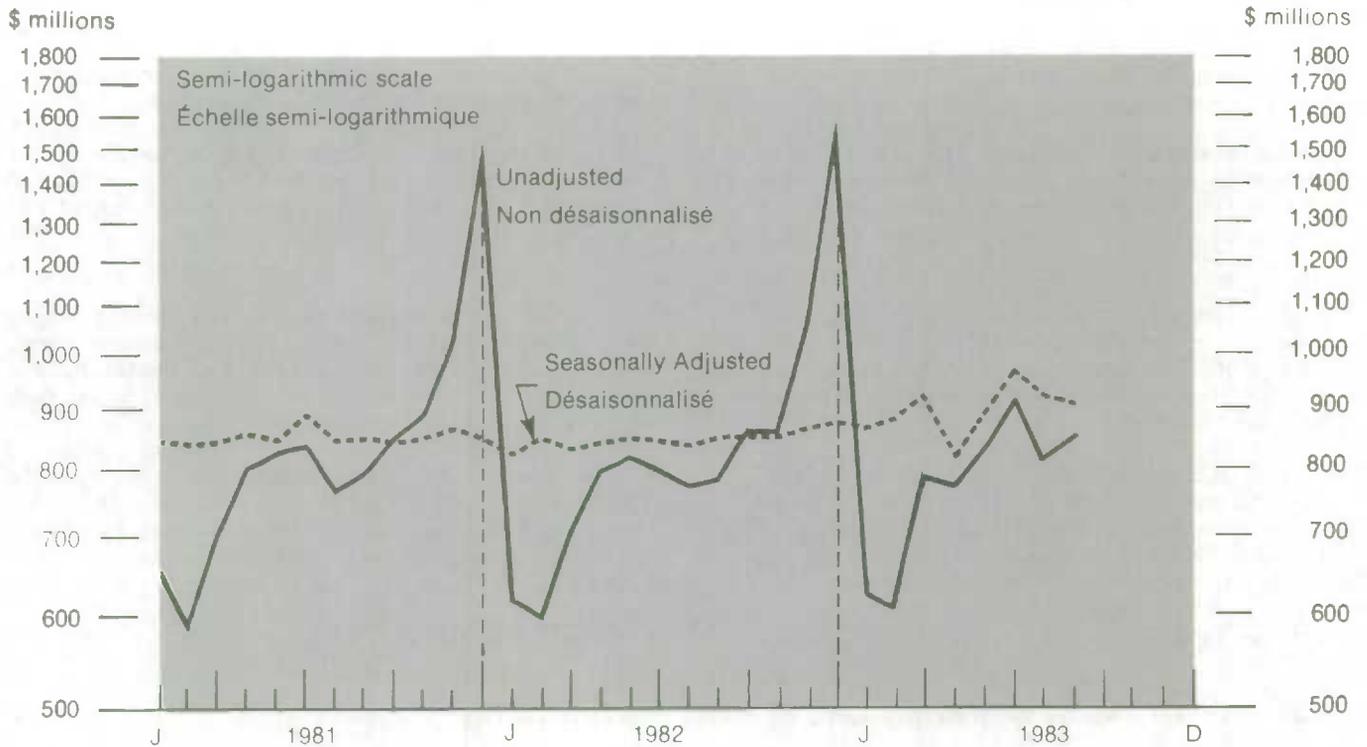


Chart — 2

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

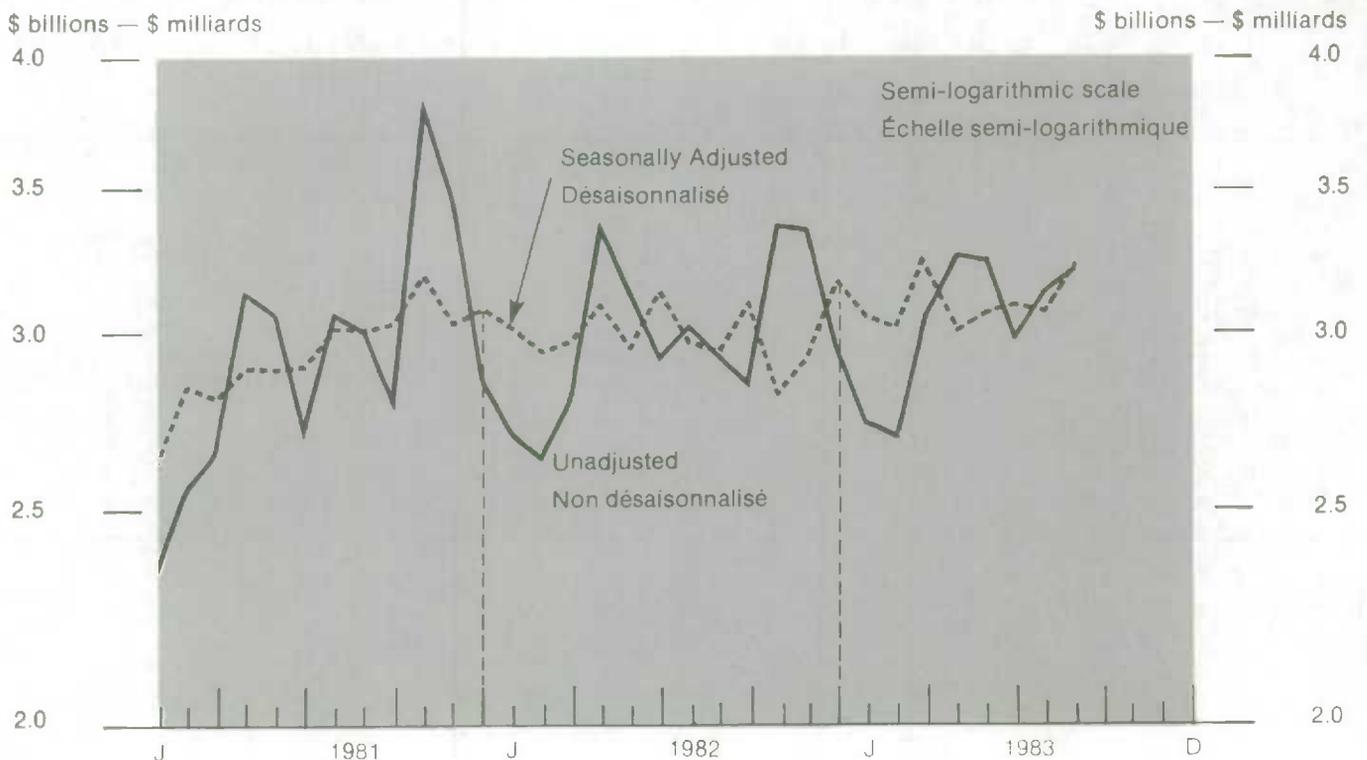


Chart — 3

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

Graphique — 3

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

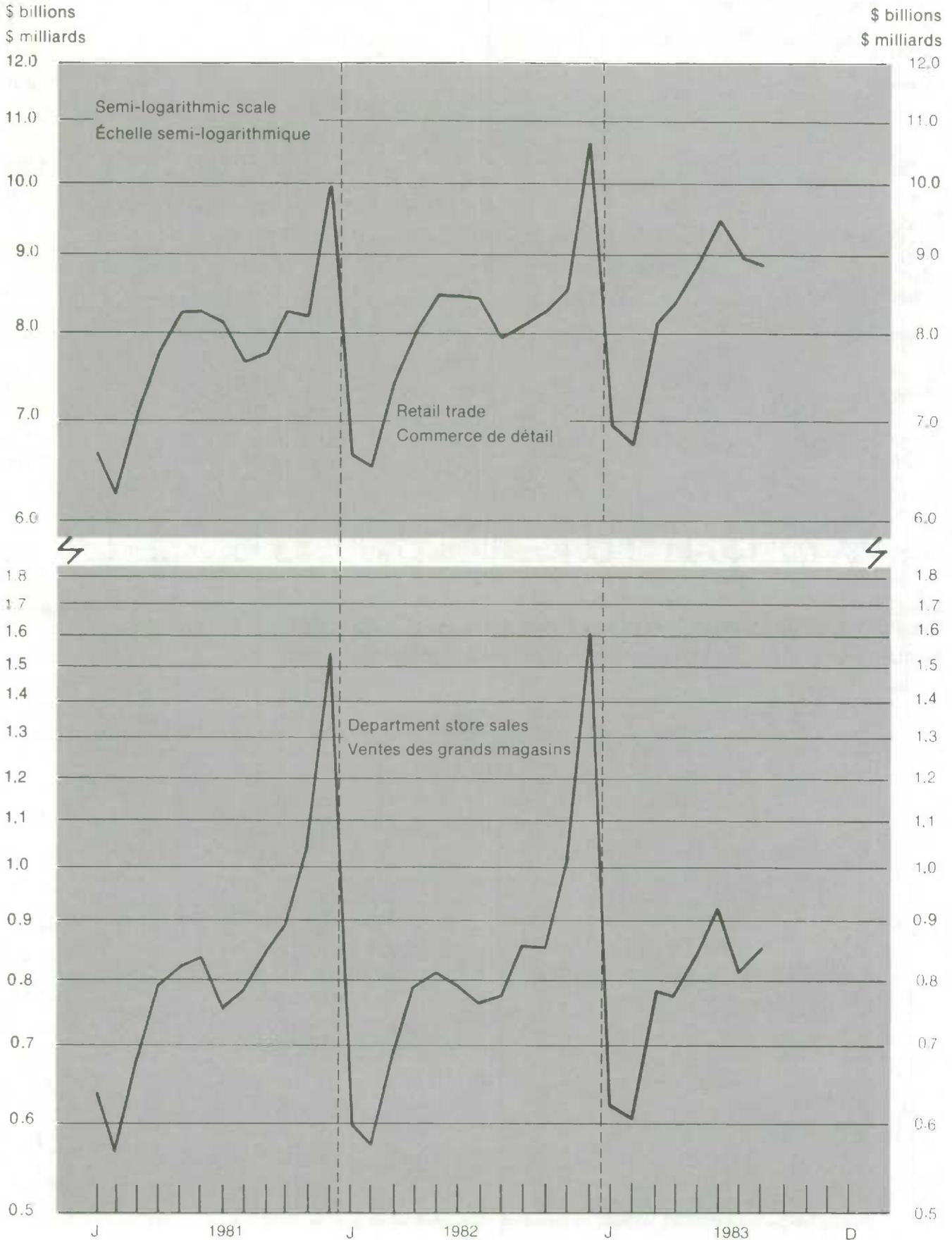


Chart — 4

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

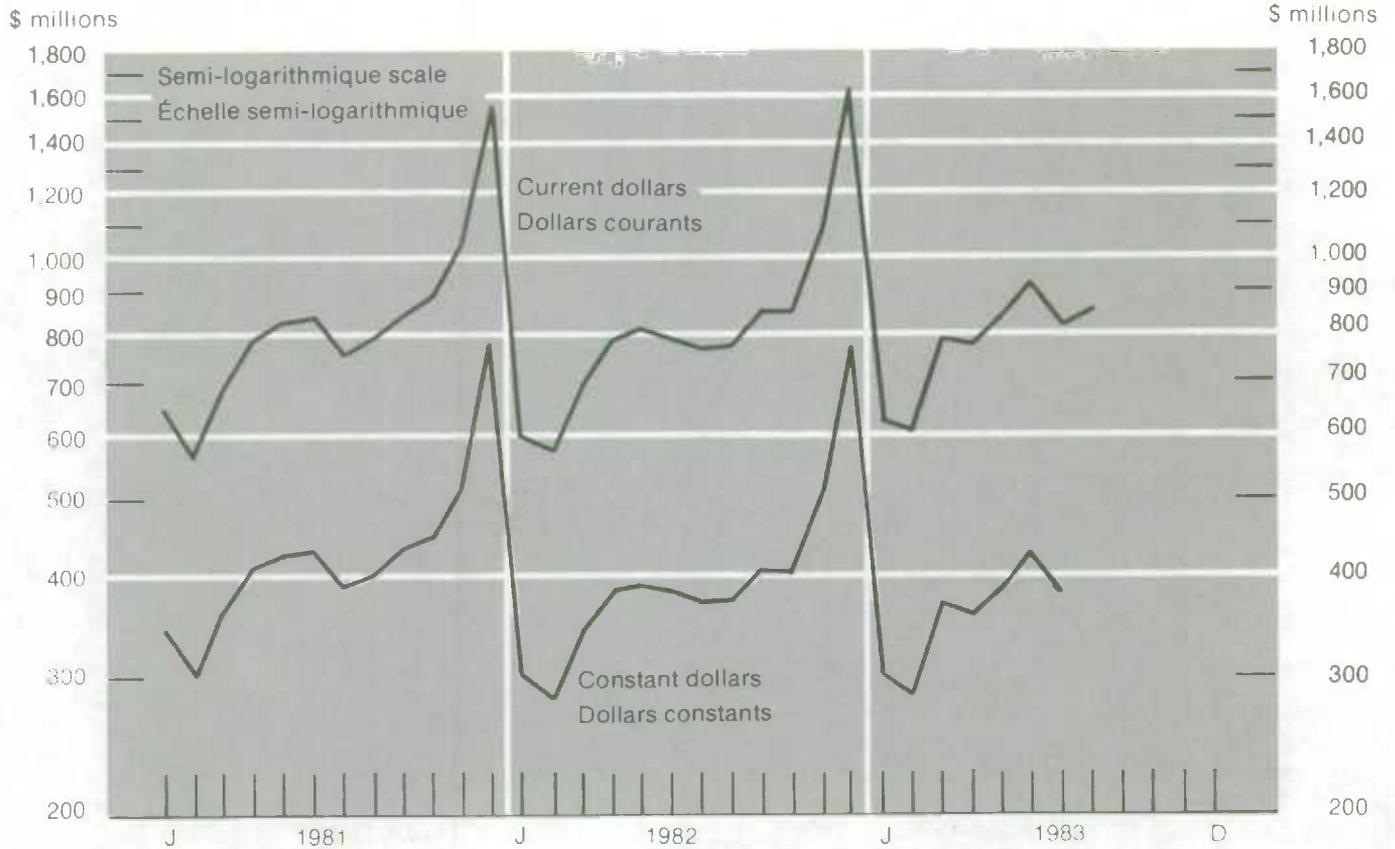
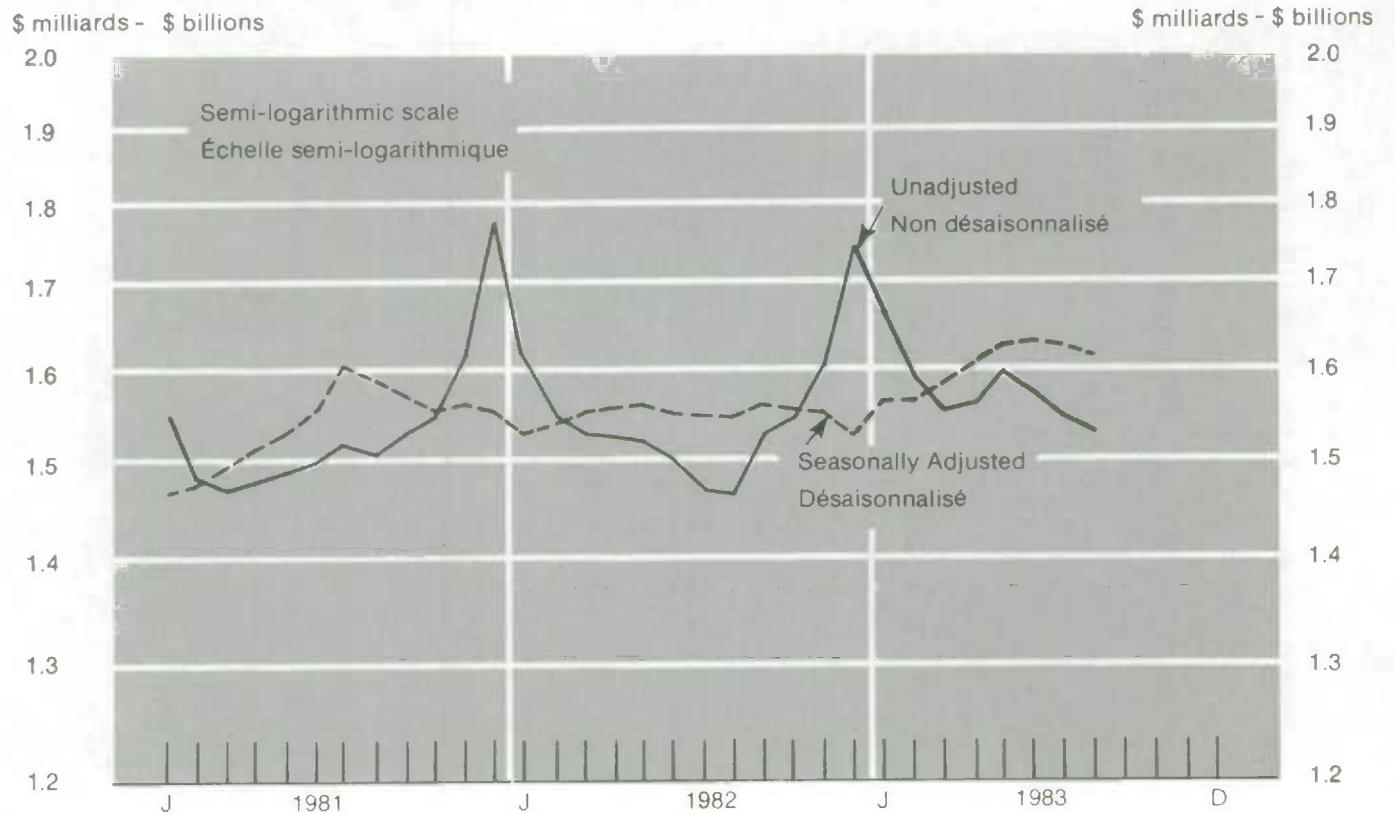


Chart — 5

Graphique — 5

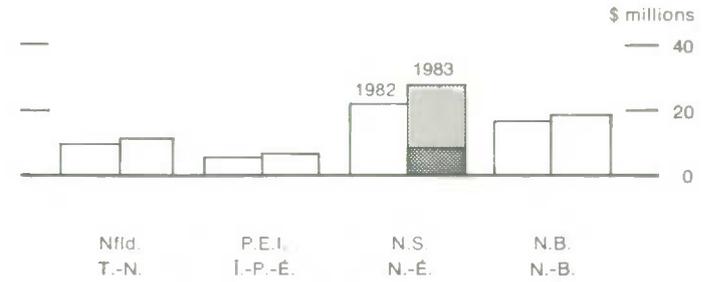
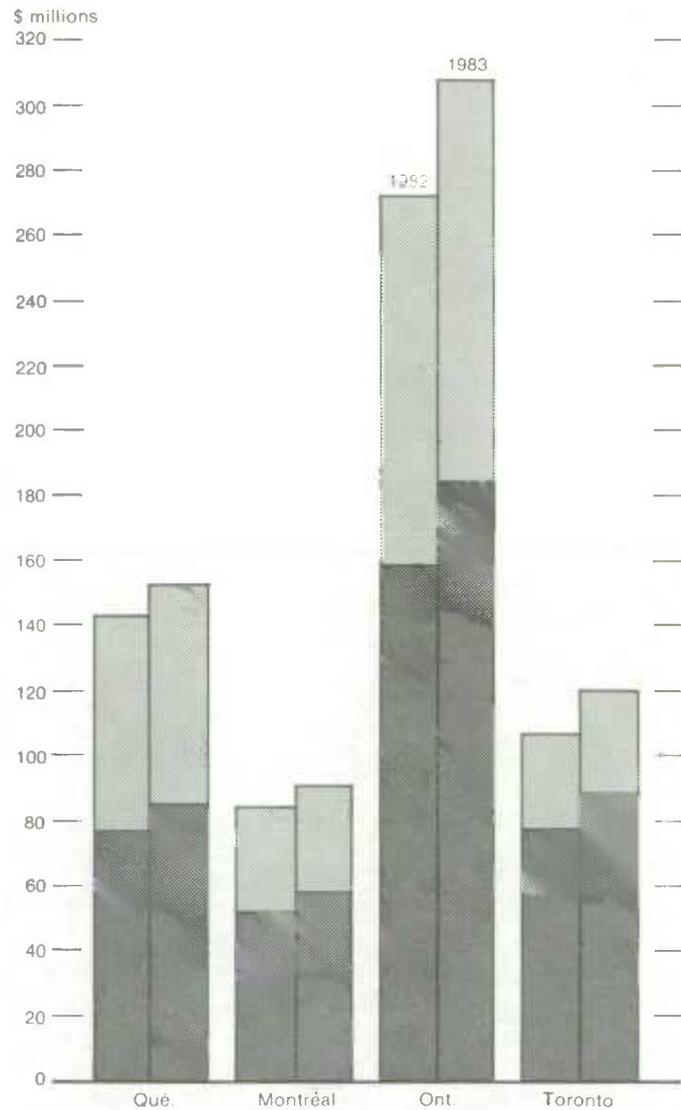
Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1981 – 1983

Montant à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1981 – 1983

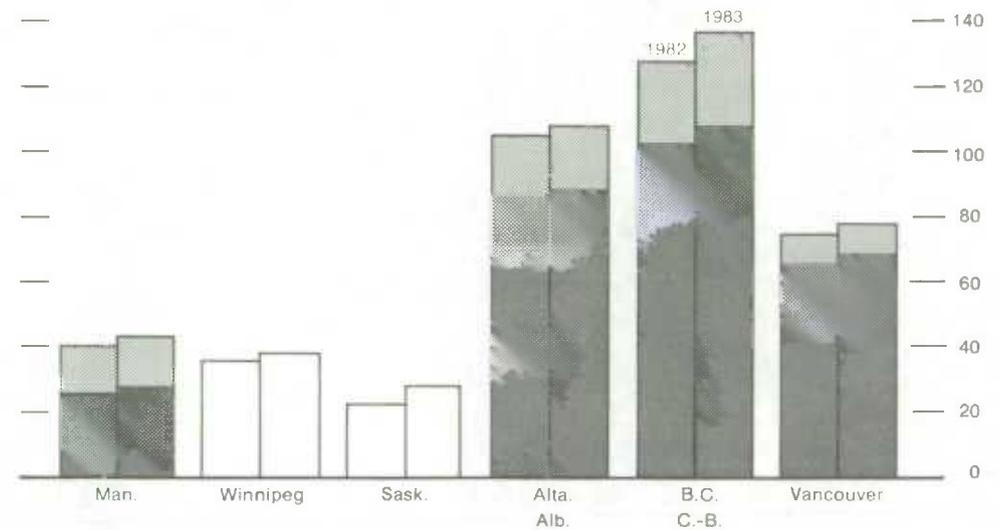


Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization
Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisations

August — Août
 1982, 1983



Legend — Légende



(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 mentionons pas pour certaines régions la subdivision en deux groupes (Traditionnels-Populaires).

HIGHLIGHTS

Seasonally adjusted sales

August 1983 department store sales, adjusted for seasonal variations and the number of trading days, decreased 2.3% over July 1983 sales to \$928.9 million. Of the 40 departments surveyed, 27 had lower sales with the largest drop in women's and girls' hosiery (- 15.5%), followed by women's and girls' gloves, mitts and accessories (- 8.0%) and hardware, paints, wallpaper, etc. (- 7.6%). On the other hand, the largest increases were registered in lingerie and women's sleepwear (+ 10.6%), women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms (+ 8.9%) and girls' and teenage girls' wear (+ 6.4%).

Unadjusted sales

Total department store sales in August 1983, without seasonal adjustment, increased 7.7% over the same month a year earlier to \$850.9 million. Among the 32 departments registering increased sales the largest gains were reported by repairs and services (+ 40.8%) and major appliances and furniture (both + 38.3%), while the most notable decreases were in women's and girls' hosiery (- 7.5%), sporting goods and luggage (- 4.6%) and women's and misses' coats and suits (- 3.9%).

With the exception of the Yukon and Northwest Territories which showed lower sales (- 6.4%) compared to the same month the preceding year, every province reported sales increases ranging from 2.8% in Alberta to 27.6% in Nova Scotia. The 10 metropolitan areas covered by this survey recorded sales increases ranging from 0.9% in Calgary to 38.6% in Halifax-Dartmouth.

Total sales by major department store organizations went up by 10.1% from the same month a year earlier to \$529.0 million, while junior department store organizations had sales of \$322.0 million, an increase of 9.0% from a year earlier.

Cumulative unadjusted sales for all department stores for the first eight months of 1983 totalled \$6,215.5 million, 7.1% higher than the January-August 1982 period.

POINTS SAILLANTS

Ventes désaisonnalisées

Les ventes des grands magasins, corrigées en fonction des variations saisonnières et du nombre de journées d'affaires, ont reculé de 2.3% par rapport à celles de juillet pour se chiffrer à \$928.9 millions. Des 40 rayons pour lesquels on recueille de l'information 27 ont indiqué des baisses de ventes. Les diminutions les plus importantes ont été enregistrées par les rayons de bas pour dames et fillettes (- 15.5%), de gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes (- 8.0%) et de quincaillerie, peinture, papier-teinture, etc. (- 7.6%). D'autre part, les gains les plus remarquables ont été signalés par les rayons de lingerie et vêtements de nuit pour dames (+ 10.6%), de robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles (+ 8.9%) et de vêtements de fillettes et d'adolescentes (+ 6.4%).

Ventes non-désaisonnalisées

Les ventes des grands magasins, sans ajustements saisonniers, a augmenté de 9.7% par rapport au même mois l'an dernier et ont totalisé \$850.9 millions. Des 32 rayons enregistrant des hausses de ventes, on a constaté les hausses les plus marquées pour les rayons de service et travaux de réparation (+ 40.8%), de gros appareils ménagers et de meubles (chacun + 38.3%) tandis que les diminutions les plus notables ont été rapportées pour les rayons de bas pour dames et fillettes (- 7.5%), d'articles de sport et valises (- 4.6%) manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles (- 3.9%).

À l'exception du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest qui ont enregistré un recul de leurs ventes par rapport à celles du même mois un an plus tôt, toutes les provinces ont montré des accroissements variant de 2.8% en Alberta à 27.6% en Nouvelle-Écosse. Les 10 régions métropolitaines couvertes par cette enquête ont toutes montré des augmentations de ventes variant de 0.9% pour Calgary à 38.6% pour Halifax-Dartmouth.

Le total des ventes par les chaînes de grands magasins traditionnels a augmenté de 10.1% par rapport au même mois l'année dernière tandis que celui des chaînes de grands magasins populaires s'est élevé à \$322.0 millions, soit une hausse de 9.0% par rapport à l'an passé.

Les ventes cumulatives pour l'ensemble des rayons, pour les huit premiers mois de 1983, ont totalisé \$6,215.5 millions soit 7.1% de plus que la même période en 1982.

In August 1983, there were 804 retail locations operated by department store organizations, nine more than in August 1982 and six more than in July 1983. Of this number, 338 were listed as major department store organizations and 466 were operated by junior department store organizations.

In relation to retail trade, total department store sales in August 1983 accounted for 9.6% of all retail sales in Canada, a slight decrease over the 9.7% calculated in August 1982.

Stocks

The selling value of stocks (unadjusted) held in August 1983 registered an increase of 10.2% over the same month a year earlier and reached \$3,213.6 million while the seasonally adjusted value of stocks was 4.9% higher than last month when it totalled \$3,239.5 million.

En août 1983 les chaînes de grands magasins ont opéré 804 points de ventes au détail, soit neuf de plus qu'en août 1982 et six de plus qu'en juillet 1983. De ce nombre, 338 ont été opérés par les chaînes de grands magasins traditionnels et 466 l'ont été par les chaînes de grands magasins populaires.

Les ventes totales des grands magasins ont contribué à 9.6% de l'ensemble du commerce de détail au Canada en août 1983 soit une faible diminution par rapport au 9.7% mesuré en août 1982.

Stocks

La valeur marchande (non-désaisonnalisée) des stocks détenus en août 1983 a augmenté de 10.2% par rapport au mois correspondant l'année dernière pour atteindre \$3,213.6 millions tandis que la valeur désaisonnalisée des stocks a enregistré un gain de 4.9% par rapport au mois précédent et s'est élevée à \$3,239.5 millions.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

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

Department	1983							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.	thousands of dollars							
	milliers de dollars							
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	8,000	9,881	13,471	16,112	19,700	19,845	13,603	14,749
2 Women's and misses' coats and suits	10,723	10,458	15,580	14,203	8,559	6,324	6,200	16,260
3 Women's and misses' sportswear	28,150	33,825	46,361	45,564	53,968	56,195	42,293	48,126
4 Furs	4,549	3,129	2,185	888	265	507	1,102	1,792
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	16,675	16,265	21,393	20,181	20,894	22,096	19,934	24,852
6 Girls' and teenage girls' wear	8,145	10,262	17,871	13,778	14,364	14,684	11,191	22,437
7 Lingerie and women's sleepwear	10,209	11,139	13,859	14,299	16,315	18,332	15,129	14,678
8 Intimate apparel	7,304	6,903	9,839	10,031	10,127	11,519	9,573	10,245
9 Millinery	1,248	1,014	996	1,265	1,068	1,147	1,056	1,099
10 Women's and girls' hosiery	8,084	7,388	10,198	10,279	10,275	9,348	7,186	7,565
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	8,462	8,016	11,913	12,530	13,478	13,170	9,886	10,833
12 Women's, misses' and children's footwear	13,164	13,026	21,320	22,975	24,045	25,623	17,559	23,014
13 Men's clothing	20,728	20,022	33,035	30,355	28,958	36,956	24,291	28,664
14 Men's furnishings	27,542	27,525	32,921	31,197	35,442	53,679	33,979	33,139
15 Boys' clothing and furnishings	6,444	7,563	10,928	11,588	11,500	12,330	9,712	18,825
16 Men's and boys' footwear	8,865	9,036	14,914	14,367	15,372	17,292	13,817	14,406
17 Food and kitchen products	47,381	58,181	58,828	56,437	57,862	51,993	48,532	54,098
18 Toiletries, cosmetics and drugs	37,336	37,500	44,134	43,159	44,391	46,218	43,100	46,212
19 Photographic equipment and supplies	9,261	8,365	10,481	10,264	11,237	14,196	13,340	13,553
20 Piece goods	3,456	3,554	4,753	4,123	4,364	4,380	3,662	4,553
21 Linens and domestics	28,304	16,064	22,030	22,807	23,457	30,297	28,701	28,311
22 Smallwares and notions	9,028	7,082	7,891	7,292	6,446	6,917	7,066	7,478
23 China and glassware	7,526	8,433	11,208	8,917	12,170	10,081	10,467	9,831
24 Floor coverings	9,403	9,453	13,007	11,602	11,751	12,583	13,920	13,673
25 Draperies, curtains and furniture coverings	10,267	10,307	13,881	14,587	15,618	16,771	16,049	14,904
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6,757	5,517	8,098	7,082	6,813	7,067	7,599	7,673
27 Furniture	38,133	30,277	42,496	36,181	45,869	47,511	58,663	48,979
28 Major appliances	33,665	27,750	36,223	32,836	39,210	53,928	58,752	44,733
29 Television, radio and music	35,142	28,086	37,902	29,958	31,154	32,163	35,899	37,362
30 Housewares and small electrical appliances	25,485	29,189	27,641	30,264	31,637	35,622	32,479	32,248
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	17,735	16,407	21,138	24,991	34,066	32,643	25,960	22,155
32 Plumbing, heating and building materials	7,215	7,741	8,596	10,769	12,333	15,973	13,417	11,092
33 Jewellery	9,595	11,087	15,406	15,614	17,180	18,072	14,677	16,015
34 Toys and games	8,046	9,298	13,446	14,515	14,056	15,753	16,345	16,442
35 Sporting goods and luggage	18,064	14,512	20,091	24,452	29,577	35,179	29,539	22,668
36 Stationery, books and magazines	19,259	19,368	24,920	22,491	22,491	25,105	22,438	31,265
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	12,734	11,080	15,085	16,239	18,953	20,334	17,292	16,743
38 Meals and lunches	18,021	16,954	20,384	19,454	19,412	21,151	20,508	21,458
39 Repairs and services	7,763	8,193	10,091	9,431	9,417	10,331	9,075	9,563
40 All other departments	20,555	20,812	26,262	31,891	37,266	37,144	29,591	27,182
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	623,426	604,104	787,578	775,268	840,268	920,164	813,792	850,941

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

1982					Change - Variation		Rayon	N ^o
August	September	October	November	December	August/ July 1983	August 1983/1982		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Août/ juillet 1983	Août 1983/1982		
Thousands of dollars					per cent			
milliers de dollars					pourcentage			
14,718	16,227	15,276	18,151	23,253	+ 8.4	+ 0.2	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
16,926	17,648	23,113	25,071	22,116	+ 162.3	- 3.9	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
43,798	57,256	44,244	51,645	69,090	+ 13.8	+ 9.9	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
1,743	2,674	4,132	5,917	6,303	+ 62.6	+ 2.8	Fourrures	4
25,308	24,475	25,038	27,165	37,027	+ 24.7	- 1.8	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
22,913	18,303	14,990	19,628	26,576	+ 100.5	- 2.1	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
13,058	16,874	16,919	25,027	45,884	- 3.0	+ 12.4	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
9,536	10,658	8,922	10,595	14,406	+ 7.0	+ 9.7	Sous-vêtements	8
978	1,584	2,193	3,504	4,528	+ 4.1	+ 12.4	Chapeaux	9
8,178	12,646	11,810	13,049	18,176	+ 5.3	- 7.5	Bas pour dames et fillettes	10
10,543	15,644	15,526	22,465	36,331	+ 9.6	+ 2.8	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillette	11
22,023	28,574	26,119	31,052	30,873	+ 31.1	+ 4.5	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
17,387	38,629	36,168	50,614	66,262	+ 18.0	+ 2.4	Vêtements pour hommes	13
22,171	39,796	37,995	57,827	110,234	- 2.5	+ 3.1	Articles d'habillement pour hommes	14
17,854	11,923	11,355	14,678	24,023	+ 94.8	+ 6.0	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
19,305	17,166	13,128	20,136	24,274	+ 10.7	+ 7.6	Chaussures pour hommes et garçons	16
54,782	49,303	54,958	67,323	81,194	+ 13.2	- 1.2	Produits alimentaires et connexes	17
46,400	41,758	45,864	56,485	110,167	+ 7.2	+ 14.4	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
13,203	12,750	12,113	15,643	32,585	+ 1.6	+ 2.7	Appareils et fournitures photographiques	19
4,435	5,491	5,524	5,561	4,666	+ 24.3	+ 2.7	Tissus à la pièce	20
24,417	28,310	25,651	27,882	43,982	- 1.4	+ 15.9	Literie et linge de maison	21
7,498	10,608	9,814	10,960	12,620	+ 5.8	- 0.3	Meubles	22
9,216	12,425	10,762	16,440	35,009	- 6.1	+ 6.7	Porcelaine et verrerie	23
10,399	11,558	13,841	14,117	11,645	- 1.8	+ 31.5	Revêtements de plancher	24
13,148	13,458	14,406	16,323	18,340	- 7.1	+ 13.4	Tentures, rideaux et housses	25
7,202	8,516	8,908	12,727	21,127	+ 1.0	+ 6.5	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
35,421	38,375	39,213	40,459	42,085	- 16.5	+ 38.3	Meubles	27
32,335	38,400	40,446	42,784	43,480	- 23.9	+ 38.3	Gros appareils ménagers	28
30,750	42,890	37,668	50,778	80,007	+ 4.1	+ 21.5	Télévision, radio et musique	29
30,419	31,966	35,420	43,025	79,674	- 0.7	+ 6.0	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
22,921	23,160	27,832	25,786	35,503	- 14.7	- 3.3	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
8,851	9,471	10,139	10,533	12,214	- 17.3	+ 25.5	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
15,875	21,379	17,987	27,977	65,752	+ 9.1	+ 0.9	Bijouterie	33
12,188	12,368	20,835	44,461	80,677	+ 0.6	+ 34.9	Jouets et jeux	34
23,750	23,490	20,627	27,706	50,879	- 23.3	- 4.6	Articles de sport et valises	35
27,685	27,369	22,381	32,892	68,147	+ 39.3	+ 12.9	Papeterie, livres et revues	36
15,974	15,262	19,495	22,207	22,701	- 3.2	+ 4.8	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
18,627	19,986	20,067	23,939	32,413	+ 4.6	+ 9.3	Repas et casse-croûtes	38
4,789	7,409	8,984	11,908	13,405	+ 5.3	+ 40.8	Services et travaux de réparation	39
25,571	25,400	27,134	28,698	50,850	- 8.2	+ 6.2	Tous autres rayons	40
775,727	861,179	859,187	1,073,558	1,608,478	+ 4.6	+ 9.7	TOTAL, TOUS RAYONS	41

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

Department	1983						
	January	February	March	April	May	June	July ^F
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet ^F
	No.						
	thousands of dollars						
	milliers de dollars						
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	14,131	15,198	15,564	14,465	15,341	17,661	14,385
2 Women's and misses' coats and suits	14,489	14,848	15,034	14,564	15,895	15,772	14,160
3 Women's and misses' sportswear	47,558	52,614	52,261	44,450	49,066	57,230	48,484
4 Furs	2,844	2,872	2,827	3,273	1,503	2,674	2,150
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	24,337	23,921	24,655	19,822	22,654	24,893	22,976
6 Girls' and teenage girls' wear	16,326	16,585	19,204	13,892	15,509	16,544	14,746
7 Lingerie and women's sleepwear	18,785	18,558	18,861	16,727	17,875	20,383	17,712
8 Intimate apparel	9,707	9,798	10,348	9,423	9,700	10,323	10,071
9 Millinery	1,690	1,781	1,711	1,708	1,733	1,878	1,840
10 Women's and girls' hosiery	10,141	10,280	10,967	9,802	10,764	10,985	10,873
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	14,824	14,328	15,459	14,300	15,167	15,887	15,254
12 Women's, misses' and children's footwear	22,540	23,396	23,283	20,850	22,541	26,635	23,436
13 Men's clothing	33,241	33,802	36,438	33,089	33,197	37,074	34,987
14 Men's furnishings	39,818	41,650	40,130	39,840	44,067	49,788	45,779
15 Boys' clothing and furnishings	12,164	12,224	13,488	11,427	10,989	14,481	13,258
16 Men's and boys' footwear	14,571	15,047	17,403	13,446	15,292	16,902	16,444
17 Food and kindred products	57,024	58,483	61,248	54,986	57,007	57,870	57,323
18 Toiletries, cosmetics and drugs	49,914	49,928	51,807	47,513	50,155	51,168	50,999
19 Photographic equipment and supplies	13,569	14,115	14,264	12,725	13,854	13,666	13,638
20 Piece goods	4,179	4,147	4,287	3,900	4,320	4,828	4,801
21 Linens and domestics	27,485	26,588	28,042	27,397	26,984	29,796	27,984
22 Smallware and notions	8,512	8,369	8,603	8,081	8,572	8,883	8,822
23 China and glassware	11,784	13,897	14,421	11,345	13,992	12,328	13,296
24 Floor coverings	11,671	11,499	12,990	11,597	11,736	12,364	13,819
25 Draperies, curtains and furniture coverings	13,934	15,198	14,479	13,859	15,062	15,037	14,933
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	9,074	8,578	9,710	8,821	8,752	8,509	8,918
27 Furniture	38,614	39,805	44,010	38,757	42,345	43,453	50,663
28 Major appliances	36,204	38,211	39,775	36,136	40,131	50,389	48,379
29 Television, radio and music	39,857	40,522	43,772	38,215	42,284	40,997	43,298
30 Housewares and small electrical appliances	37,366	39,460	37,807	34,823	34,413	37,978	36,096
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	24,529	24,300	26,413	23,749	27,900	27,633	26,364
32 Plumbing, heating and building materials	10,650	11,064	10,034	9,831	10,105	12,750	11,612
33 Jewellery	21,132	21,124	21,294	20,167	20,542	20,622	20,121
34 Toys and games	23,283	24,034	27,430	21,371	24,208	25,471	25,572
35 Sporting goods and luggage	25,288	25,712	27,677	24,725	25,183	26,786	26,758
36 Stationery, books and magazines	26,292	27,449	33,459	28,557	29,170	29,932	30,037
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	17,265	16,269	17,028	16,714	18,423	19,434	18,035
38 Meals and lunches	21,168	20,986	20,920	20,539	20,944	21,668	21,912
39 Repairs and services	9,267	10,150	10,372	9,692	9,714	10,576	10,605
40 All other departments	29,940	29,600	31,013	29,065	28,760	32,557	31,867
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	865,148	884,731	928,419	821,620	884,672	963,938	928,977

(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		Rayon	N ^o
Mois	August	September	October	November	December	August/ July 1983			
Août	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Août/ juillet 1983			
Thousands of dollars						per cent			
milliers de dollars						pourcentage			
15,664	16,056	16,052	16,124	16,607	16,309	+ 8.9	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1	
13,946	15,366	13,751	13,959	16,531	14,111	- 1.5	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2	
49,173	45,511	45,353	43,322	44,475	46,435	+ 1.4	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3	
2,162	2,168	2,799	3,154	3,153	2,661	+ 0.6	Fourrures	4	
22,750	24,183	22,348	22,610	23,068	23,259	- 1.0	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5	
15,684	16,230	15,796	15,473	16,227	16,721	+ 6.4	Vêtements de fillette et d'adolescentes	6	
19,581	17,861	18,020	18,209	17,777	17,801	+ 10.6	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7	
10,253	9,710	10,096	9,921	10,509	10,161	+ 1.8	Sous-vêtements	8	
1,759	1,642	1,679	1,583	1,701	1,725	- 4.4	Chapeaux	9	
9,188	10,173	10,759	10,474	11,128	10,704	- 15.5	Bas pour dames et fillettes	10	
14,041	14,111	14,434	14,700	14,907	14,783	- 8.0	Gants, moufles et articles de perure pour dames et fillettes	11	
23,162	22,482	22,750	21,738	24,598	22,882	- 1.2	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12	
33,586	34,026	35,024	32,912	35,017	34,576	- 4.0	Vêtements pour hommes	13	
48,302	43,522	42,309	39,938	38,729	40,997	- 1.2	Articles d'habillement pour hommes	14	
28,300	23,779	22,347	19,812	18,135	17,118	- 3.4	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15	
15,413	14,755	14,816	13,784	16,922	15,109	- 8.3	Chaussures pour hommes et garçons	16	
58,074	56,996	56,332	57,463	57,045	57,362	- 4.9	Produits alimentaires et connexes	17	
20,300	47,292	47,168	48,609	48,701	49,362	+ 2.6	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18	
13,416	13,565	13,681	13,657	13,591	13,602	- 1.6	Appareils et fournitures photographiques	19	
4,695	4,759	4,727	4,623	4,591	4,857	- 2.2	lissus à la pièce	20	
28,399	25,317	25,279	25,598	25,924	26,751	+ 1.5	Literie et linge de maison	21	
8,365	8,777	8,826	8,576	9,095	8,491	- 5.2	Menus articles	22	
12,635	12,489	12,647	12,778	12,014	12,561	- 5.0	Porcelaine et verrerie	23	
14,400	11,346	11,317	11,843	11,501	11,196	+ 4.2	Revêtements de plancher	24	
15,346	13,892	13,124	13,611	14,402	15,668	+ 2.8	Tentures, rideaux et housses	25	
8,910	8,725	8,681	9,122	9,163	9,294	- 0.1	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26	
50,040	36,988	36,888	39,663	38,800	40,930	- 1.2	Meubles	27	
45,595	33,432	35,526	37,364	42,064	38,009	- 5.8	Gros appareils ménagers	28	
41,657	35,610	38,222	36,677	38,252	38,184	- 3.8	Télévision, radio et musique	29	
35,951	34,623	34,655	38,121	34,963	35,896	- 0.4	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30	
24,373	25,912	24,870	25,741	25,158	25,164	- 7.6	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31	
11,218	9,522	9,627	9,142	10,180	12,085	- 3.4	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32	
20,469	21,288	21,284	21,690	20,174	21,202	+ 1.7	Bijouterie	33	
26,972	20,770	20,576	20,847	18,941	21,254	+ 5.5	Jouets et jeux	34	
25,880	27,951	27,915	26,240	25,905	26,233	- 3.3	Articles de sport et valises	35	
28,576	26,301	25,600	25,839	26,065	28,149	- 4.9	Papeterie, livres et revues	36	
17,604	17,223	17,084	16,541	17,430	16,424	- 2.4	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37	
21,503	20,336	20,707	19,945	21,236	22,091	- 1.9	Repas et casse-croûtes	38	
10,906	7,666	7,745	8,301	8,564	10,128	+ 2.8	Services et travaux de réparation	39	
28,931	28,849	29,837	30,129	29,896	30,492	- 6.1	Tous autres rayons	40	
907,380	850,107	850,465	850,418	865,697	876,476	- 2.3	TOTAL, TOUS RAYONS	41	

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

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

Province	1983							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Newfoundland	5,973	6,167	9,133	8,381	10,086	10,965	9,703	10,917
2 Prince Edward Island	4,088	3,308	4,039	4,575	4,841	6,087	6,140	6,146
3 Nova Scotia	15,152	14,552	21,368	20,965	24,109	27,180	25,031	27,825
4 New Brunswick	11,285	11,429	15,670	16,565	18,527	20,380	17,746	19,513
5 Quebec	113,689	105,666	137,559	141,986	159,981	165,359	138,487	152,270
6 Ontario	220,389	209,538	273,189	276,641	298,118	337,849	302,457	307,527
7 Manitoba	30,338	30,908	43,142	41,974	42,817	46,237	41,664	42,761
8 Saskatchewan	18,851	18,137	25,262	24,875	24,929	26,867	25,850	28,145
9 Alberta	92,346	92,023	117,900	110,899	117,794	127,481	113,648	117,283
10 British Columbia	109,447	110,510	137,672	126,114	136,788	148,635	130,347	135,897
11 Yukon and Northwest Territories	1,868	1,866	2,645	2,293	2,279	3,125	2,720	2,659
12 CANADA	623,426	604,104	787,578	775,268	840,268	920,164	813,792	850,941

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

Selected metropolitan areas	1983							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Calgary	35,506	35,568	45,673	42,727	45,841	48,022	42,971	44,043
2 Edmonton	42,323	41,986	53,130	49,747	53,833	57,902	51,913	53,645
3 Halifax-Dartmouth	8,865	8,301	12,425	12,190	12,990	14,192	13,312	15,204
4 Hamilton	16,494	15,417	20,012	20,178	21,246	23,724	21,954	21,836
5 Montreal	69,878	64,081	81,508	85,084	93,559	97,104	78,786	90,637
6 Ottawa-Hull	27,571	24,135	34,541	32,815	37,500	40,591	35,729	37,362
7 Quebec City	15,486	13,658	19,417	20,538	23,196	23,301	19,919	20,699
8 Toronto	91,876	86,317	110,184	112,661	115,270	131,752	118,249	120,034
9 Vancouver	66,859	67,579	82,773	74,498	80,530	88,441	75,390	78,407
10 Winnipeg	27,586	28,058	39,236	38,113	38,730	41,639	37,562	38,547

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

1982					Change - Variation		Province	NO
August	September	October	November	December	August/ July 1983	August 1983/1982		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Août/ juillet 1983	Août 1983/1982		
thousands of dollars - milliers de dollars								
10,021	9,903	11,067	13,775	19,875	+ 12.5	+ 8.9	Terre-Neuve	1
5,098	5,230	5,087	6,019	9,477	+ 0.1	+ 20.6	Ile-du-Prince-Édouard	2
21,808	22,345	23,885	32,319	51,652	+ 11.2	+ 27.6	Nouvelle-Écosse	3
16,964	17,601	19,217	25,692	36,671	+ 10.0	+ 15.0	Nouveau-Brunswick	4
142,459	148,921	154,748	178,929	280,436	+ 10.0	+ 6.9	Québec	5
272,438	305,940	302,675	387,576	598,421	+ 1.7	+ 12.9	Ontario	6
40,344	46,588	44,257	57,953	80,873	+ 2.6	+ 6.0	Manitoba	7
22,792	25,635	25,662	34,468	47,067	+ 8.9	+ 23.5	Saskatchewan	8
114,077	125,582	127,275	158,132	218,739	+ 3.2	+ 2.8	Alberta	9
126,885	150,477	142,202	175,741	260,278	+ 4.3	+ 7.1	Colombie-Britannique	10
2,841	2,958	3,112	2,954	4,990	- 2.2	- 6.4	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
775,727	861,179	859,187	1,073,558	1,608,478	+ 4.6	+ 9.7	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	August/ July 1983	August 1983/1982		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Août/ juillet 1983	Août 1983/1982		
thousands of dollars - milliers de dollars								
43,635	49,280	49,690	61,436	84,142	+ 2.5	+ 0.9	Calgary	1
52,992	57,361	57,129	70,906	97,287	+ 3.3	+ 1.2	Edmonton	2
10,970	12,820	13,419	17,887	27,088	+ 14.2	+ 38.6	Halifax-Dartmouth	3
19,183	22,582	22,156	28,415	46,239	- 0.5	+ 13.8	Hamilton	4
83,891	91,718	93,741	108,605	171,021	+ 15.0	+ 8.0	Montréal	5
32,122	37,009	37,657	44,801	66,060	+ 4.6	+ 16.3	Ottawa-Hull	6
19,805	20,783	21,461	25,300	36,127	+ 3.9	+ 4.5	Ville de Québec	7
107,575	126,985	121,498	156,241	242,771	+ 1.5	+ 11.6	Toronto	8
74,222	91,441	85,071	105,425	156,081	+ 4.0	+ 5.6	Vancouver	9
36,432	42,384	40,028	52,572	72,593	+ 2.6	+ 5.8	Winnipeg	10

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

1982					Change - Variation		Province	No
August	September	October	November	December	August/ July 1983	August 1983/1982		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Août/ juillet 1983	Août 1983/1982		
thousands of dollars - milliers de dollars								
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
x	x	x	x	x	+ 16.8	x	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
76,393	88,670	90,851	106,753	156,587	+ 13.1	+ 10.4	Québec	5
159,603	196,786	189,082	245,792	355,233	- 1.0	+ 15.3	Ontario	6
25,890	33,309	29,310	39,694	52,740	+ 1.7	+ 3.7	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
86,868	100,475	99,298	124,170	168,176	+ 2.1	+ 0.8	Alberta	9
101,750	125,810	115,913	143,087	207,619	+ 4.6	+ 5.5	Colombie-Britannique	10
x	x	x	x	x	x	x	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
480,433	583,300	562,793	708,645	1,009,764	+ 3.6	+ 10.1	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	August/ July 1983	August 1983/1982		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Août/ juillet 1983	Août 1983/1982		
thousands of dollars - milliers de dollars								
33,935	39,815	39,628	49,768	66,511	+ 4.0	+ 0.3	Calgary	1
41,355	46,854	45,456	56,902	76,959	+ 0.4	- 2.3	Edmonton	2
x	x	x	x	x	+ 18.5	x	Halifax-Dartmouth	3
13,980	17,581	16,816	21,663	33,694	- 2.2	+ 19.2	Hamilton	4
51,605	60,960	61,287	73,100	108,220	+ 21.8	+ 12.1	Montréal	5
19,729	24,714	25,375	29,970	40,989	- 4.0	+ 16.0	Ottawa-Hull	6
x	x	x	x	x	x	x	Ville de Québec	7
78,270	98,071	90,285	118,572	175,136	+ 1.2	+ 11.9	Toronto	8
64,649	81,673	74,675	92,093	134,584	+ 4.5	+ 5.0	Vancouver	9
x	x	x	x	x	x	x	Winnipeg	10

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

1982					Change - Variation		Province	NO
August	September	October	November	December	August/ July 1983	August 1983/1982		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Août/ juillet 1983	Août 1983/1982		
thousands of dollars - milliers de dollars								
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Ile-du-Prince-Édouard	2
x	x	x	x	x	+ 8.6	x	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
66,067	60,251	63,898	72,177	123,849	+ 6.3	+ 2.8	Québec	5
112,836	109,154	113,593	141,783	243,188	+ 6.0	+ 9.5	Ontario	6
14,454	13,280	14,947	18,260	28,133	+ 4.2	+ 10.1	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
27,209	25,107	27,977	33,962	50,563	+ 6.7	+ 9.3	Alberta	9
25,135	24,666	26,289	32,654	52,659	+ 3.1	+ 13.4	Colombie-Britannique	10
x	x	x	x	x	x	x	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
295,295	277,880	296,393	364,914	598,714	+ 6.2	+ 9.0	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	August/ July 1983	August 1983/1982		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Août/ juillet 1983	Août 1983/1982		
thousands of dollars - milliers de dollars								
9,700	9,465	10,062	11,668	17,631	- 2.2	+ 3.0	Calgary	1
11,637	10,507	11,674	14,003	20,328	+ 13.4	+ 13.9	Edmonton	2
x	x	x	x	x	+ 9.1	x	Halifax-Dartmouth	3
5,204	5,001	5,341	6,752	12,545	+ 5.3	- 0.5	Hamilton	4
32,286	30,758	32,454	35,505	62,800	+ 4.8	+ 1.6	Montréal	5
12,393	12,295	12,282	14,831	25,070	+ 21.6	+ 16.9	Ottawa-Hull	6
x	x	x	x	x	x	x	Ville de Québec	7
29,305	28,914	31,213	37,669	67,635	+ 2.3	+ 10.7	Toronto	8
9,273	9,768	10,395	13,332	21,496	+ 0.6	+ 9.7	Vancouver	9
x	x	x	x	x	x	x	Winnipeg	10

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

Province	1983						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	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	31	31	32	32	32
4 New Brunswick	25	24	25	25	25	25	25
5 Quebec	164	161	161	161	161	161	161
6 Ontario	301	299	300	300	300	300	300
7 Manitoba	38	38	38	38	38	38	38
8 Saskatchewan	29	29	30	30	30	30	30
9 Alberta	84	84	83	83	84	84	84
10 British Columbia	102	101	101	101	101	101	101
11 Yukon and Northwest Territories	7	6	6	6	6	6	6
12 CANADA	803	795	796	796	798	798	798

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

Selected metropolitan areas	1983						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	number - nombre						
1 Calgary	27	27	27	27	27	27	27
2 Edmonton	32	32	31	31	32	32	32
3 Halifax-Dartmouth	13	13	13	13	13	13	13
4 Hamilton	24	23	23	23	23	23	23
5 Montreal	80	79	79	79	79	79	79
6 Ottawa-Hull	32	31	32	32	32	32	32
7 Quebec City	19	19	19	19	19	19	19
8 Toronto	88	88	88	88	88	88	88
9 Vancouver	42	41	41	41	41	41	41
10 Winnipeg	30	30	30	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
August	August	September	October	November	December		
Août	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
14	14	14	14	14	14	Terre-Neuve	1
7	7	7	7	7	7	Île-du-Prince-Édouard	2
32	31	32	32	32	32	Nouvelle-Écosse	3
26	25	25	25	25	25	Nouveau-Brunswick	4
163	162	162	163	164	164	Québec	5
301	299	299	300	301	301	Ontario	6
38	38	38	38	38	38	Manitoba	7
31	28	28	29	29	29	Saskatchewan	8
85	83	83	84	84	84	Alberta	9
101	101	101	101	102	102	Colombie-Britannique	10
6	7	7	7	7	7	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
804	795	796	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	NO
August	August	September	October	November	December		
Août	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
27	27	27	27	27	27	Calgary	1
33	32	32	32	32	32	Edmonton	2
13	12	13	13	13	13	Halifax-Dartmouth	3
23	24	24	24	24	24	Hamilton	4
81	79	79	80	80	80	Montréal	5
33	32	32	32	32	32	Ottawa-Hull	6
19	17	18	18	19	19	Ville de Québec	7
88	87	87	88	88	88	Toronto	8
41	41	41	41	42	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	1983						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	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	6	6	6
4 New Brunswick	5	4	4	4	4	4	4
5 Quebec	58	55	54	54	54	54	54
6 Ontario	113	111	112	112	112	112	112
7 Manitoba	18	18	18	18	18	18	18
8 Saskatchewan	15	15	15	15	15	15	15
9 Alberta	51	51	50	50	50	50	50
10 British Columbia	60	60	60	60	60	60	60
11 Yukon and Northwest Territories	6	5	5	5	5	5	5
12 CANADA	343	336	334	334	335	335	335

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

Selected metropolitan areas	1983						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	number - nombre						
1 Calgary	15	15	15	15	15	15	15
2 Edmonton	19	19	18	18	18	18	18
3 Halifax-Dartmouth	5	5	5	5	5	5	5
4 Hamilton	15	14	14	14	14	14	14
5 Montreal	31	30	29	29	29	29	29
6 Ottawa-Hull	13	12	13	13	13	13	13
7 Quebec City	7	7	7	7	7	7	7
8 Toronto	40	40	40	40	40	40	40
9 Vancouver	26	26	26	26	26	26	26
10 Winnipeg	13	13	13	13	13	13	13

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

1982						Province	N ^o
August	August	September	October	November	December		
Août	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
8	8	8	8	8	8	Terre-Neuve	1
3	3	3	3	3	3	Île-du-Prince-Édouard	2
6	5	6	6	6	6	Nouvelle-Écosse	3
4	5	5	5	5	5	Nouveau-Brunswick	4
56	57	58	58	58	58	Québec	5
112	112	112	113	113	113	Ontario	6
18	18	18	18	18	18	Manitoba	7
16	15	15	15	15	15	Saskatchewan	8
50	51	51	51	51	51	Alberta	9
60	60	60	60	60	60	Colombie-Britannique	10
5	6	6	6	6	6	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
338	340	342	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	N ^o
August	August	September	October	November	December		
Août	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
15	15	15	15	15	15	Calgary	1
18	19	19	19	19	19	Edmonton	2
5	4	5	5	5	5	Halifax-Dartmouth	3
14	15	15	15	15	15	Hamilton	4
31	31	31	31	31	31	Montréal	5
13	13	13	13	13	13	Ottawa-Hull	6
7	6	7	7	7	7	Ville de Québec	7
40	40	40	40	40	40	Toronto	8
26	26	26	26	26	26	Vancouver	9
13	13	13	13	13	13	Winnipeg	10

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

Province	1983						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	number - nombre						
1 Newfoundland	6	6	6	6	6	6	6
2 Prince Edward Island	4	4	4	4	4	4	4
3 Nova Scotia	26	26	26	26	26	26	26
4 New Brunswick	20	20	21	21	21	21	21
5 Quebec	106	106	107	107	107	107	107
6 Ontario	188	188	188	188	188	188	188
7 Manitoba	20	20	20	20	20	20	20
8 Saskatchewan	14	14	15	15	15	15	15
9 Alberta	33	33	33	33	34	34	34
10 British Columbia	42	41	41	41	41	41	41
11 Yukon and Northwest Territories	1	1	1	1	1	1	1
12 CANADA	460	459	462	462	463	463	463

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

Selected metropolitan areas	1983						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	number - nombre						
1 Calgary	12	12	12	12	12	12	12
2 Edmonton	13	13	13	13	14	14	14
3 Halifax-Dartmouth	8	8	8	8	8	8	8
4 Hamilton	9	9	9	9	9	9	9
5 Montreal	49	49	50	50	50	50	50
6 Ottawa-Hull	19	19	19	19	19	19	19
7 Quebec City	12	12	12	12	12	12	12
8 Toronto	48	48	48	48	48	48	48
9 Vancouver	16	15	15	15	15	15	15
10 Winnipeg	17	17	17	17	17	17	17

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

1982						Province	N ^o
August	August	September	October	November	December		
Août	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
6	6	6	6	6	6	Terre-Neuve	1
4	4	4	4	4	4	Île-du-Prince-Édouard	2
26	26	26	26	26	26	Nouvelle-Écosse	3
22	20	20	20	20	20	Nouveau-Brunswick	4
107	105	104	105	106	106	Québec	5
189	187	187	187	188	188	Ontario	6
20	20	20	20	20	20	Manitoba	7
15	13	13	14	14	14	Saskatchewan	8
35	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
466	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	N ^o
August	August	September	October	November	December		
Août	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
12	12	12	12	12	12	Calgary	1
15	13	13	13	13	13	Edmonton	2
8	8	8	8	8	8	Halifax-Dartmouth	3
9	9	9	9	9	9	Hamilton	4
50	48	48	49	49	49	Montréal	5
20	19	19	19	19	19	Ottawa-Hull	6
12	11	11	11	12	12	Ville de Québec	7
48	47	47	48	48	48	Toronto	8
15	15	15	15	16	16	Vancouver	9
17	17	17	17	17	17	Winnipeg	10

TABLE 15. Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1982 and 1983
January-August

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

No.	Department Rayon	Sales - Ventes		Change 1983/1982
		1982 [†]	1983	Variation 1983/1982
		thousands of dollars		per cent
		milliers de dollars		pourcentage
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	119,071	115,361	- 3.1
2	Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	85,847	88,307	+ 2.9
3	Women's and misses' sportswear - Vêtements sport pour dames et jeunes filles	320,719	354,482	+ 10.5
4	Furs - Fourrures	15,893	14,417	- 9.3
5	Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	161,750	162,290	+ 0.3
6	Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'ado- lescentes	115,021	112,732	- 2.0
7	Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	106,264	113,960	+ 7.2
8	Intimate apparel - Sous-vêtements	70,051	75,541	+ 7.8
9	Millinery - Chapeaux	8,172	8,893	+ 8.8
10	Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	65,794	70,323	+ 6.9
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	82,806	88,288	+ 6.6
12	Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	155,646	160,726	+ 3.3
13	Men's clothing - Vêtements pour hommes	227,772	223,011	- 2.1
14	Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	236,166	265,414	+ 12.4
15	Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habille- ment pour garçons	80,736	87,995	+ 9.0
16	Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	100,742	107,882	+ 7.1
17	Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	429,803	432,644	+ 0.7
18	Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	308,147	341,080	+ 10.7
19	Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photo- graphiques	89,595	90,697	+ 1.2
20	Piece goods - Tissus à la pièce	34,017	32,845	- 3.4
21	Linens and domestics - Literie et linge de maison	174,886	199,971	+ 14.3
22	Smallwares and notions - Menus articles	58,042	59,200	+ 2.0
23	China and glassware - Porcelaine et verrerie	73,903	78,633	+ 6.4
24	Floor coverings - Revêtements de plancher	87,280	95,392	+ 9.3
25	Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	106,190	112,384	+ 5.8
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	54,543	56,606	+ 3.8
27	Furniture - Meubles	300,215	348,109	+ 16.0
28	Major appliances - Gros appareils ménagers	267,702	327,097	+ 22.2
29	Television, radio and music - Télévision, radio et musique	221,851	267,666	+ 20.7
30	Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	227,654	244,565	+ 7.4
31	Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	204,261	195,095	- 4.5
32	Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	75,179	87,136	+ 15.9
33	Jewellery - Bijouterie	121,203	117,646	- 2.9
34	Toys and games - Jouets et jeux	88,231	107,901	+ 22.3
35	Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	211,871	194,082	- 8.4
36	Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	161,999	187,337	+ 15.6
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	132,409	128,460	- 3.0
38	Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	154,357	157,342	+ 1.9
39	Repairs and services - Services et travaux de réparation	56,046	73,861	+ 31.8
40	All other departments - Tous autres rayons	213,836	230,170	+ 7.6
41	ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	5,805,670	6,215,541	+ 7.1

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

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

Province	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^F	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	67,568	71,325	+ 5.6
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	34,576	39,224	+ 13.4
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	145,376	176,182	+ 21.2
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	119,136	131,115	+ 10.1
Québec	1,033,450	1,114,997	+ 7.9
Ontario	2,038,139	2,225,708	+ 9.2
Manitoba	305,090	319,841	+ 4.8
Saskatchewan	165,560	192,916	+ 16.5
Alberta	874,648	889,374	+ 1.7
British Columbia - Colombie-Britannique	1,000,857	1,035,410	+ 3.5
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	21,272	19,455	- 8.5
CANADA	5,805,670	6,215,541	+ 7.1

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

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

Selected metropolitan areas Certaines zones métropolitaines	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^F	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	351,832	340,351	- 3.3
Edmonton	393,921	404,479	+ 2.7
Halifax-Dartmouth	75,241	97,479	+ 29.6
Hamilton	152,178	160,861	+ 5.7
Montréal	619,533	660,637	+ 6.6
Ottawa-Hull	238,113	270,274	+ 13.5
Quebec City - Ville de Québec	139,161	156,214	+ 12.3
Toronto	826,641	886,343	+ 7.2
Vancouver	602,217	614,477	+ 2.0
Winnipeg	276,443	289,471	+ 4.7

TABLE 18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1982 and 1983
January-August

TABLERAU 18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1982 et 1983
Janvier-août

Province	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	x	56,386	x
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	574,347	622,217	+ 8.3
Ontario	1,230,434	1,360,560	+ 10.6
Manitoba	199,491	208,791	+ 4.7
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	683,728	683,480	--
British Columbia - Colombie-Britannique	813,257	834,388	+ 2.6
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	x	x
CANADA	3,725,447	3,972,436	+ 6.6

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

TABLERAU 19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1982 et 1983
Janvier-août

Selected metropolitan areas Certaines zones métropolitaines	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	275,342	266,754	- 3.1
Edmonton	318,178	317,401	- 0.2
Halifax-Dartmouth	x	53,899	x
Hamilton	114,438	123,301	+ 7.7
Montréal	391,291	414,758	+ 6.0
Ottawa-Hull	153,037	175,257	+ 14.5
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	605,645	649,626	+ 7.3
Vancouver	527,658	536,768	+ 1.7
Winnipeg	x	x	x

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

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

Province	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^F	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	x	119,795	x
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	459,102	492,782	+ 7.3
Ontario	807,705	865,148	+ 7.1
Manitoba	105,598	111,051	+ 5.2
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	190,922	205,894	+ 7.8
British Columbia - Colombie-Britannique	187,599	201,022	+ 7.2
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	x	x
CANADA	2,080,223	2,243,105	+ 7.8

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

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

Selected metropolitan areas Certaines zones métropolitaines	Sales - Ventes		Change 1983/1982
	1982 ^F	1983	Variation 1983/1982
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	76,490	73,596	- 3.8
Edmonton	75,745	87,076	+ 15.0
Halifax-Dartmouth	x	43,580	x
Hamilton	37,740	37,561	- 0.5
Montréal	228,241	245,879	+ 7.7
Ottawa-Hull	85,076	95,016	+ 11.7
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	220,998	236,717	+ 7.1
Vancouver	74,558	77,708	+ 4.2
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 Traditionnels		Junior Populaires	
	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution	Sales Ventes	Distri- bution
	'000	%	'000	%	'000	%
1981:						
January - Janvier	643,821	100.0	442,269	68.7	201,552	31.3
February - Février	568,767	100.0	381,684	67.1	187,082	32.9
March - Mars	688,718	100.0	471,588	68.5	217,130	31.5
April - Avril	793,595	100.0	521,698	65.7	271,897	34.3
May - Mai	822,881	100.0	532,820	64.8	290,061	35.2
June - Juin	835,934	100.0	548,803	65.7	287,131	34.3
July - Juillet	757,743	100.0	485,895	64.1	271,848	35.9
August - Août	786,492	100.0	499,216	63.5	287,276	36.5
September - Septembre	848,390	100.0	575,366	67.8	273,024	32.2
October - Octobre	892,549	100.0	591,596	66.3	300,954	33.7
November - Novembre	1,036,498	100.0	686,067	66.2	350,430	33.8
December - Décembre	1,542,685	100.0	972,086	63.0	570,598	37.0
Year - Année	10,218,073	100.0	6,709,088	65.7	3,508,983	34.3
1982:						
January - Janvier	600,051	100.0	404,403	67.4	195,648	32.6
February - Février	578,049	100.0	386,536	66.9	191,513	33.1
March - Mars	694,137	100.0	466,897	67.3	227,240	32.7
April - Avril	788,971	100.0	503,423	63.8	285,547	36.2
May - Mai	813,933	100.0	507,484	62.3	306,449	37.7
June - Juin	790,853	100.0	498,681	63.1	292,172	36.9
July - Juillet	763,949	100.0	477,590	62.5	286,359	37.5
August - Août	775,727	100.0	480,433	61.9	295,295	38.1
September - Septembre	861,179	100.0	583,300	67.7	277,880	32.3
October - Octobre	859,187	100.0	562,793	65.5	296,393	34.5
November - Novembre	1,073,558	100.0	708,645	66.0	364,914	34.0
December - Décembre	1,608,478	100.0	1,009,764	62.8	598,714	37.2
Year - Année	10,208,072	100.0	6,589,949	64.6	3,618,124	35.4
1983:						
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	787,578	100.0	517,527	65.7	270,051	34.3
April - Avril	775,268	100.0	496,451	64.0	278,817	36.0
May - Mai	840,268	100.0	524,432	62.4	315,835	37.6
June - Juin	920,164	100.0	578,356	62.9	341,809	37.1
July - Juillet	813,792	100.0	510,527	62.7	303,265	37.3
August - Août	850,941	100.0	528,963	62.2	321,978	37.8
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
August

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

Province and Selected Metropolitan Areas	Distribution			Change 1983/1982
	1981 ^r	1982 ^r	1983	Variation 1983/1982
	per cent - pourcentage			
Newfoundland - Terre-Neuve	7.3	6.6	6.4	- 3.0
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	13.1	13.3	14.7	+ 10.5
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	8.4	8.3	9.0	+ 8.4
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	8.4	8.3	8.4	+ 1.2
Québec	7.9	7.4	7.2	- 2.7
Ontario	10.0	9.4	9.4	--
Manitoba	13.2	12.9	12.3	- 4.7
Saskatchewan	6.7	6.9	7.7	+ 11.6
Alberta	13.6	13.1	12.5	- 4.6
British Columbia - Colombie-Britannique	13.8	13.4	13.2	- 1.5
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	12.4	11.4	10.2	- 10.5
CANADA	10.3	9.7	9.6	- 1.0
Montréal	10.1	9.1	9.5	+ 4.4
Toronto	11.0	10.5	10.3	- 1.9
Winnipeg	19.3	18.3	17.1	- 6.6
Vancouver	16.5	15.7	15.4	- 1.9

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

Department	1983							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
No.	thousands of dollars							
	milliers de dollars							
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	36,432	39,827	50,212	59,149	53,684	36,711	42,081	43,457
2 Women's and misses' coats and suits	36,868	41,207	41,457	35,693	24,664	23,800	49,565	57,032
3 Women's and misses' sportswear	107,426	114,463	149,791	170,227	155,028	121,651	131,195	150,347
4 Furs	17,836	15,771	16,471	11,029	16,953	16,502	16,626	19,377
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	58,915	64,568	74,045	83,519	79,876	75,769	92,074	87,362
6 Girls' and teenage girls' wear	31,258	37,273	48,282	47,809	44,476	35,746	51,879	43,511
7 Lingerie and women's sleepwear	39,897	39,099	47,104	51,975	49,709	40,490	42,019	47,418
8 Intimate apparel	33,424	29,920	32,831	37,468	34,662	31,439	33,097	33,009
9 Millinery	2,102	1,866	1,419	2,377	1,272	1,207	2,177	2,271
10 Women's and girls' hosiery	26,254	26,790	31,773	35,437	35,235	33,481	34,379	37,846
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	39,618	39,966	46,630	49,543	44,084	36,338	39,828	43,635
12 Women's, misses' and children's footwear	75,549	81,500	102,693	104,725	104,081	81,416	94,407	100,450
13 Men's clothing	111,702	137,579	160,091	148,765	151,819	134,412	146,171	180,451
14 Men's furnishings	119,180	123,058	135,003	153,735	149,872	125,302	129,761	148,000
15 Boys' clothing and furnishings	37,683	39,551	42,311	44,467	41,378	37,897	56,856	40,332
16 Men's and boys' footwear	57,813	68,700	74,273	75,363	87,381	39,512	75,036	75,370
17 Foot and blended products	38,319	44,349	47,006	44,480	34,342	43,524	40,777	38,548
18 Toiletries, cosmetics and drugs	193,004	149,162	169,033	191,342	172,373	181,084	194,026	194,776
19 Photographic equipment and supplies	55,045	49,854	54,360	57,791	61,072	58,920	62,265	57,702
20 Piece goods	23,618	23,824	30,107	25,966	34,748	25,447	29,677	32,472
21 Linens and domestics	108,506	112,560	113,998	125,286	135,602	119,765	122,715	120,221
22 Smallwares and notions	35,739	35,053	35,812	41,415	41,569	44,135	45,371	43,584
23 China and glassware	84,102	88,609	91,736	84,773	100,191	94,877	95,614	102,860
24 Floor coverings	48,316	46,440	50,642	47,834	53,084	52,260	49,702	47,731
25 Draperies, curtains and furniture coverings	61,298	57,776	68,398	63,753	66,310	64,039	62,464	64,198
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	43,617	44,175	53,031	49,665	59,162	54,666	55,696	60,450
27 Furniture	181,679	165,287	189,195	198,840	205,478	177,372	167,625	160,010
28 Major appliances	55,572	57,648	63,180	69,351	59,243	47,090	47,595	49,861
29 Television, radio and music	134,764	131,777	151,558	159,265	161,893	158,662	155,018	161,955
30 Housewares and small electrical appliances	170,418	162,985	159,781	188,257	177,327	185,823	181,255	189,186
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	112,354	108,723	142,575	125,815	141,078	141,086	134,833	127,013
32 Plumbing, heating and building materials	39,957	34,939	39,448	41,778	39,941	36,465	38,431	38,074
33 Jewellery	117,632	110,023	120,944	120,272	121,509	113,997	116,291	116,363
34 Toys and games	75,546	72,948	82,299	97,260	90,069	95,757	101,149	114,820
35 Sporting goods and luggage	107,199	108,929	129,534	153,593	157,055	141,320	136,862	123,873
36 Stationery, books and magazines	90,122	86,102	87,617	116,391	121,986	125,228	143,469	135,751
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	52,060	50,341	50,900	53,909	53,541	48,817	50,965	52,143
38 Meals and lunches	1,275	1,192	1,450	1,450	1,161	1,355	1,311	1,111
39 Repairs and services	4,872	4,284	4,865	4,625	4,140	4,530	4,588	4,777
40 All other departments	53,646	53,321	65,753	88,638	72,619	63,374	62,179	65,439
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	2,724,419	2,686,842	3,052,108	3,261,632	3,235,347	2,981,366	3,136,849	3,213,616

(1) At selling value.

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

1982					Change - Variation		Rayon	N ^o
August	September	October	November	December	August/ July 1983	August 1983/1982		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Août/ juillet 1983	Août 1983/1982		
thousands of dollars					per cent			
milliers de dollars					pourcentage			
42,355	43,320	54,009	50,828	38,810	+ 3.3	+ 2.6	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
56,427	68,743	66,218	52,222	40,267	+ 15.1	+ 1.1	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
117,688	114,010	133,971	138,538	110,563	+ 14.6	+ 27.8	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
18,258	17,588	22,827	20,360	19,452	+ 16.5	+ 6.1	Fourrures	4
70,437	70,942	83,526	72,897	69,554	- 5.1	+ 24.0	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
47,566	51,960	50,778	52,112	34,263	- 16.1	- 8.5	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
46,257	46,325	59,780	64,918	42,026	+ 12.8	+ 2.5	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
29,948	26,105	33,155	32,173	31,988	- 0.3	+ 10.2	Sous-vêtements	8
1,708	1,918	3,268	3,766	3,533	+ 4.3	+ 33.0	Chapeaux	9
30,283	26,946	31,556	31,492	29,650	+ 10.1	+ 25.0	Bas pour dames et fillettes	10
42,880	44,167	56,141	59,220	41,659	+ 9.6	+ 1.8	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
101,987	99,683	109,058	97,074	91,924	+ 6.4	- 1.5	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
183,462	161,644	105,614	179,517	161,113	+ 23.5	- 1.6	Vêtements pour hommes	13
138,213	129,387	129,532	178,894	179,128	+ 14.3	- 1.3	Articles d'habillement pour hommes	14
35,990	39,772	49,442	42,863	32,581	- 27.7	- 23.8	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
75,912	87,324	77,139	75,798	76,433	- 0.4	+ 8.7	Chaussures pour hommes et garçons	16
18,536	32,626	36,832	44,862	34,859	- 5.5	+ 35.1	Produits alimentaires et connexes	17
145,235	147,765	194,071	215,162	167,598	+ 0.4	+ 25.5	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
54,853	50,093	67,887	62,550	48,135	- 7.3	+ 5.2	Appareils et fournitures photographiques	19
28,841	23,364	29,943	25,946	28,235	+ 9.4	+ 12.6	Tissus à la pièce	20
89,225	84,968	98,419	113,712	121,738	- 2.0	+ 34.7	Literie et linge de maison	21
38,478	35,601	37,288	35,301	45,003	- 3.9	+ 13.3	Menus articles	22
91,111	86,481	91,220	101,865	105,581	+ 7.6	+ 12.9	Porcelaine et verrerie	23
57,868	52,400	54,803	48,227	56,021	+ 4.0	- 17.5	Revêtements de plancher	24
58,951	56,532	65,384	62,606	67,382	+ 2.8	+ 8.9	Tentures, rideaux et housses	25
51,370	48,692	59,624	56,218	45,756	+ 8.5	+ 17.7	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
182,097	170,228	189,974	187,000	223,087	- 4.5	- 12.1	Meubles	27
60,083	56,445	56,357	58,759	63,148	+ 4.8	- 17.0	Gros appareils ménagers	28
123,830	114,122	146,700	154,829	152,008	+ 4.5	+ 30.8	Télévision, radio et musique	29
134,753	134,500	147,675	178,026	153,913	+ 4.4	+ 40.4	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
138,025	121,437	140,109	127,397	129,807	- 5.8	- 8.0	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
33,434	33,790	34,995	39,477	49,311	- 0.9	+ 13.9	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
114,052	107,112	135,171	150,622	115,806	+ 0.1	+ 2.0	Bijouterie	33
93,490	109,355	143,875	117,303	59,061	+ 13.5	+ 22.8	Jouets et jeux	34
116,642	119,700	158,309	142,524	121,635	- 9.5	+ 6.2	Articles de sport et valises	35
97,897	90,189	105,329	112,896	83,094	- 5.4	+ 38.7	Papeterie, livres et revues	36
49,511	50,786	56,012	52,276	62,805	+ 2.3	+ 5.3	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
640	861	817	896	1,008	- 15.3	+ 73.6	Repas et casse-croûtes	38
4,710	4,794	5,080	5,409	4,925	+ 4.2	+ 1.5	Services et travaux de réparation	39
39,999	61,378	75,695	79,189	61,884	+ 4.6	+ 8.4	Tous autres rayons	40
2,215,304	2,832,683	3,341,605	3,325,596	2,939,884	+ 2.4	+ 10.2	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Valeur de vente.

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

Department	1983						
	January	February	March	April	May	June	July ^F
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet ^F
No.	thousands of dollars						
	milliers de dollars						
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	41,188	40,919	48,271	46,779	49,034	42,302	44,948
2 Women's and misses' coats and suits	51,920	50,338	49,709	45,984	37,226	35,751	39,223
3 Women's and misses' sportswear	128,912	125,274	146,610	140,711	136,730	132,611	131,569
4 Furs	18,224	17,763	19,730	12,448	18,893	18,268	18,439
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	71,097	74,423	85,443	73,710	78,482	82,101	76,321
6 Girls' and teenage girls' wear	43,119	43,352	51,429	42,964	42,337	40,395	42,075
7 Lingerie and women's sleepwear	49,422	47,001	51,050	47,496	47,003	45,609	45,448
8 Intimate apparel	32,718	31,986	35,155	35,112	33,245	33,795	33,559
9 Millinery	2,347	2,356	2,146	2,661	1,320	1,794	2,908
10 Women's and girls' hosiery	29,350	29,452	32,598	31,977	32,421	34,487	33,209
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	47,052	45,003	48,142	45,604	43,320	42,629	42,474
12 Women's, misses' and children's footwear	92,144	89,992	99,345	88,254	93,485	83,513	93,242
13 Men's clothing	151,274	151,895	171,569	143,937	150,917	156,744	152,754
14 Men's furnishings	43,734	43,481	47,813	43,841	43,472	43,411	43,581
15 Boys' clothing and furnishings	43,734	43,481	47,813	43,841	43,472	43,411	43,581
16 Men's and boys' footwear	75,570	68,576	75,381	66,900	73,061	70,832	72,877
17 Food and kindred products
18 Toiletries, cosmetics and drugs	189,619	174,578	188,758	183,142	169,970	186,419	194,660
19 Photographic equipment and supplies	55,614	56,232	64,286	54,606	57,775	64,817	62,575
20 Piece goods	26,095	24,385	29,715	24,410	32,937	25,977	27,957
21 Linens and domestics	114,704	116,166	116,622	113,891	121,330	118,142	125,032
22 Smallwares and notions	39,803	40,576	39,880	38,000	37,580	40,594	40,593
23 China and glassware	94,850	96,714	96,453	86,216	95,189	96,680	96,164
24 Floor coverings	49,883	48,945	53,504	47,376	49,895	49,138	47,851
25 Draperies, curtains and furniture coverings	60,893	59,884	70,820	60,208	63,443	65,733	62,315
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	49,398	49,264	56,876	49,729	53,616	54,323	54,248
27 Furniture	190,432	174,822	195,753	178,665	188,322	179,954	170,706
28 Major appliances	57,173	56,664	64,136	63,740	59,099	51,790	49,521
29 Television, radio and music	143,176	145,912	158,683	147,416	155,144	158,997	159,860
30 Housewares and small electrical appliances	181,014	184,732	166,456	172,893	169,441	184,866	182,150
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	131,975	124,757	151,450	118,774	127,355	134,848	127,581
32 Plumbing, heating and building materials
33 Jewellery	129,398	118,199	125,370	111,683	117,289	120,157	120,995
34 Toys and games	88,995	89,707	101,179	96,912	100,161	117,408	114,294
35 Sporting goods and luggage	138,968	132,646	140,783	130,653	134,818	139,685	138,189
36 Stationery, books and magazines	100,605	101,051	101,774	113,122	114,364	123,704	128,026
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	56,573	55,477	57,861	49,971	50,561	52,001	52,146
38 Meals and lunches
39 Repairs and services	5,405	5,282	5,942	4,826	4,307	4,673	4,421
40 All other departments	74,267	67,776	63,474	73,294	63,966	63,764	61,340
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,040,777	3,006,135	3,253,500	3,006,794	3,064,526	3,144,395	3,088,540

(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		Rayon	NP
AugustP	August	September	October	November	December	August/ July 1983			
AoûtP	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Août/ juillet 1983			
Thousands of dollars						per cent			
milliers de dollars						pourcentage			
49,586	48,491	49,698	45,887	44,435	43,000	+ 10.3	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1	
44,286	42,996	51,326	42,969	43,029	49,588	+ 12.9	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2	
153,588	119,337	126,199	119,758	121,394	135,994	+ 16.7	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3	
19,225	17,628	15,280	17,583	16,928	18,011	+ 4.3	Fourrures	4	
84,702	68,120	73,923	69,912	67,729	76,613	+ 11.0	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5	
39,736	43,545	52,262	42,814	45,226	46,232	- 5.6	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6	
48,960	48,002	49,779	44,138	47,892	52,978	+ 7.7	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7	
33,683	30,340	31,195	30,745	27,016	31,652	+ 0.4	Sous-vêtements	8	
2,748	2,027	2,330	2,377	2,239	2,327	- 5.5	Chapeaux	9	
34,247	27,123	29,454	29,075	29,227	34,191	+ 3.1	Bas pour dames et fillettes	10	
45,806	45,161	48,821	42,232	45,425	49,461	+ 7.8	Gants, moufles et articles de pature pour dames et fillettes	11	
98,625	98,291	108,197	99,109	97,852	99,145	+ 5.8	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12	
154,682	150,716	162,732	145,674	148,824	164,501	+ 2.6	Vêtements pour hommes	13	
146,880	147,488	159,730	146,380	147,409	156,854	+ 11.6	Articles d'habillement pour hommes	14	
47,817	39,341	46,770	38,305	39,105	47,722	- 0.4	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15	
34,278	34,422	34,840	64,278	71,807	77,083	+ 1.9	Chaussures pour hommes et garçons	16	
...	Produits alimentaires et connexes	17	
216,010	174,144	171,757	154,042	164,851	180,981	+ 11.1	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18	
58,480	56,700	56,734	51,393	49,077	55,299	- 6.5	Appareils et fournitures photographiques	19	
32,100	28,596	25,822	27,296	25,920	28,293	+ 14.8	Tissus à la pièce	20	
131,894	97,468	102,905	94,407	103,756	117,977	+ 5.5	Literie et linge de maison	21	
42,792	37,767	39,180	36,014	37,454	44,053	+ 5.4	Menus articles	22	
104,522	92,482	93,977	83,876	89,920	94,736	+ 8.7	Porcelaine et verrerie	23	
46,238	56,263	59,229	52,658	50,595	51,900	- 3.4	Revêtements de plancher	24	
67,315	62,068	66,293	61,412	61,418	63,613	+ 8.0	Tentures, rideaux et housses	25	
58,282	49,514	52,213	49,029	49,831	54,430	+ 7.4	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'aménagement pour la maison	26	
169,808	191,967	202,524	189,204	187,444	201,135	- 0.5	Meubles	27	
53,356	64,883	67,370	54,945	53,734	56,357	+ 7.7	Gros appareils ménagers	28	
173,195	131,532	131,297	131,298	131,154	144,869	+ 8.3	Télévision, radio et musique	29	
197,028	139,024	146,847	128,739	153,799	172,142	+ 8.2	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30	
116,912	129,279	137,286	125,977	118,978	139,660	- 8.4	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31	
...	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32	
122,474	119,454	123,943	115,049	120,860	126,772	+ 1.2	Bijouterie	33	
106,829	87,474	88,439	83,479	85,915	103,238	- 6.5	Jouets et jeux	34	
133,844	123,707	125,853	123,082	126,813	139,118	- 3.1	Articles de sport et valises	35	
128,564	93,379	93,881	85,544	92,777	101,561	+ 0.4	Papeterie, livres et revues	36	
52,431	49,583	53,058	46,334	46,212	66,374	+ 0.5	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37	
...	Repas et casse-croûtes	38	
4,503	4,297	4,600	3,968	4,800	5,487	+ 1.9	Services et travaux de réparation	39	
67,810	60,033	64,393	63,120	67,745	82,731	+ 10.5	Tous autres rayons	40	
3,219,532	2,927,499	3,083,081	2,804,523	2,915,066	3,156,073	+ 4.9	TOTAL, TOUS RAYONS	41	

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

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

No.	Department	1983						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	4.55	4.03	3.73	3.67	2.73	1.85	3.09
2	Women's and misses' coats and suits	3.44	3.94	2.66	2.51	2.88	3.76	7.99
3	Women's and misses' sportswear	3.82	3.38	3.23	3.74	2.87	2.16	3.10
4	Furs	3.92	5.04	7.54	12.42	63.97	32.55	15.09
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.53	3.97	3.46	4.14	3.82	3.43	4.62
6	Girls' and teenage girls' wear	3.84	3.63	2.70	3.47	3.10	2.43	4.64
7	Lingerie and women's sleepwear	3.91	3.51	3.40	3.63	3.05	2.21	2.78
8	Intimate apparel	4.58	4.33	3.34	3.74	3.42	2.73	3.46
9	Millinery	1.68	1.84	1.42	1.88	1.19	1.05	2.06
10	Women's and girls' hosiery	3.25	3.63	3.12	3.45	3.43	3.58	4.78
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4.68	4.99	3.91	3.95	3.27	2.76	4.03
12	Women's, misses' and children's footwear	5.74	6.26	4.82	4.56	4.33	3.18	5.38
13	Men's clothing	5.39	6.87	4.85	4.90	5.24	3.64	6.02
14	Men's furnishings	5.29	5.46	4.10	4.93	4.23	2.33	3.82
15	Boys' clothing and furnishings	5.75	6.03	3.87	3.84	3.59	3.07	5.83
16	Men's and boys' footwear	7.04	6.44	5.14	5.04	5.41	3.87	5.77
17	Food and kindred products	0.80	0.69	0.73	0.79	0.60	0.84	0.88
18	Toiletries, cosmetics and drugs	5.17	3.97	3.83	4.43	3.88	4.00	4.20
19	Photographic equipment and supplies	5.94	5.96	5.19	5.63	5.43	4.15	4.67
20	Piece goods	6.83	6.70	6.33	6.30	7.96	5.81	8.10
21	Linens and domestics	3.83	7.01	5.17	5.49	5.78	3.95	4.28
22	Smallwares and notions	3.96	4.95	4.54	5.68	6.45	6.38	6.42
23	China and glassware	11.17	10.51	8.18	9.51	8.23	9.41	9.13
24	Floor coverings	5.14	4.91	3.89	4.12	4.52	4.15	3.57
25	Draperies, curtains and furniture coverings	5.97	5.61	4.93	4.37	4.25	3.82	3.89
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6.46	8.01	6.55	7.01	8.68	7.74	7.33
27	Furniture	4.76	5.46	4.45	5.50	4.48	3.73	2.86
28	Major appliances	1.65	2.08	1.74	2.11	1.51	0.87	0.81
29	Television, radio and music	3.83	4.69	4.00	5.32	5.20	4.93	4.32
30	Housewares and small electrical appliances	6.69	5.58	5.78	6.22	5.61	5.22	5.58
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	6.34	6.63	6.74	5.03	4.14	4.32	5.19
32	Plumbing, heating and building materials	5.54	4.51	4.59	3.88	3.24	2.28	2.86
33	Jewellery	12.26	9.92	7.85	7.70	7.07	6.31	7.92
34	Toys and games	9.39	7.85	6.12	6.70	6.41	6.08	6.19
35	Sporting goods and luggage	5.93	7.51	6.45	6.28	5.31	4.02	4.63
36	Stationery, books and magazines	4.68	4.45	3.52	5.17	5.42	4.99	6.39
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	4.09	4.54	3.37	3.32	2.82	2.40	2.95
38	Meals and lunches	0.07	0.07	0.07	0.07	0.06	0.06	0.06
39	Repairs and services	0.63	0.52	0.48	0.49	0.44	0.44	0.51
40	All other departments	2.61	2.63	2.50	2.78	1.95	1.71	2.10
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.25	4.35	3.81	4.16	3.74	3.16	3.68

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

1982						Rayon	N ^o
August	August	September	October	November	December		
Août	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
2.95	2.88	2.67	3.54	2.80	1.67	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
3.51	3.33	3.90	2.86	2.08	1.82	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
3.12	2.69	1.99	3.03	2.68	1.60	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
10.81	10.47	6.58	5.52	3.44	3.09	Fourrures	4
3.52	2.78	2.90	3.34	2.68	1.88	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
1.94	2.08	2.84	3.39	2.66	1.29	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
3.23	3.54	2.75	3.53	2.59	0.92	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3.22	3.21	2.45	3.72	3.04	2.22	Sous-vêtements	8
2.07	1.75	1.21	1.49	1.07	0.78	Chapeaux	9
5.00	3.70	2.13	2.67	2.41	1.63	Bas pour dames et fillettes	10
4.03	4.07	2.82	3.62	2.64	1.15	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
4.36	4.63	3.49	4.18	3.13	2.98	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
6.29	6.56	4.18	5.13	3.55	2.43	Vêtements pour hommes	13
4.49	4.69	4.00	5.09	3.09	1.08	Articles d'habillement pour hommes	14
2.16	2.02	3.34	4.28	2.92	1.40	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
5.23	5.67	3.91	5.07	3.69	2.90	Chaussures pour hommes et garçons	16
0.89	0.50	0.66	0.67	0.66	0.43	Produits alimentaires et connexes	17
4.21	3.84	3.54	4.22	3.81	1.52	Articles de toilettes, cosmétiques et médi- caments	18
4.26	4.15	3.93	5.60	4.00	1.48	Appareils et fournitures photographiques	19
7.13	6.50	4.25	5.42	4.67	6.05	Tissus à la pièce	20
4.25	3.65	3.00	3.84	4.08	2.77	Literie et linge de maison	21
5.83	5.13	3.36	3.80	3.22	3.57	Menus articles	22
10.46	9.89	6.96	8.48	6.20	3.02	Porcelaine et verrerie	23
3.49	5.56	4.53	3.96	3.42	4.81	Revêtements de plancher	24
4.31	4.48	4.20	4.54	3.84	3.67	Tentures, rideaux et housses	25
7.88	7.13	5.72	6.69	4.42	2.17	Lampes, tableaux, miroir et autres articles d'ameublement pour la maison	26
3.27	5.14	4.44	4.84	4.62	5.30	Meubles	27
1.11	1.86	1.47	1.39	1.37	1.45	Gros appareils ménagers	28
4.33	4.03	2.66	3.89	3.05	1.90	Télévision, radio et musique	29
5.87	4.43	4.21	4.17	4.14	1.93	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
5.73	6.02	5.24	5.03	4.94	3.66	Quincallerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
3.43	3.78	3.57	3.45	3.82	4.04	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
7.27	7.18	5.01	7.51	5.39	1.76	Bijouterie	33
6.98	7.67	8.84	6.91	2.64	0.73	Jouets et jeux	34
5.46	4.91	5.10	7.67	5.14	2.39	Articles de sport et valises	35
4.34	3.54	3.30	4.71	3.43	1.22	Papeterie, livres et revues	36
3.11	3.10	3.33	2.87	2.35	2.77	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
3.05	0.03	0.04	0.04	0.04	0.03	Repas et casse-croûtes	38
3.30	0.69	0.65	0.57	0.45	0.37	Services et travaux de réparation	39
4.39	2.35	2.42	2.79	2.76	1.22	Tous autres rayons	40
3.64	3.65	3.23	3.81	3.06	1.80	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

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

Department No.	1983						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	0.21	0.26	0.30	0.29	0.35	0.44	0.35
2 Women's and misses' coats and suits	0.28	0.27	0.38	0.37	0.28	0.26	0.17
3 Women's and misses' sportswear	0.26	0.30	0.35	0.28	0.33	0.41	0.33
4 Fur	0.24	0.19	0.14	0.06	0.02	0.03	0.07
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	0.26	0.26	0.31	0.26	0.26	0.28	0.24
6 Girls' and teenage girls' wear	0.25	0.30	0.42	0.29	0.31	0.37	0.26
7 Lingerie and women's sleepwear	0.25	0.28	0.32	0.29	0.32	0.41	0.37
8 Intimate apparel	0.22	0.22	0.31	0.29	0.28	0.35	0.30
9 Millinery	0.44	0.51	0.61	0.67	0.59	0.93	0.62
10 Women's and girls' hosiery	0.29	0.28	0.35	0.31	0.29	0.27	0.21
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	0.21	0.20	0.28	0.26	0.29	0.33	0.26
12 Women's, misses' and children's footwear	0.16	0.17	0.23	0.22	0.23	0.28	0.20
13 Men's clothing	0.15	0.16	0.22	0.20	0.19	0.26	0.17
14 Men's furnishings	0.19	0.19	0.26	0.22	0.23	0.39	0.27
15 Boys' clothing and furnishings	0.18	0.17	0.27	0.27	0.27	0.31	0.21
16 Men's and boys' footwear	0.13	0.15	0.22	0.20	0.20	0.24	0.18
17 Food and kindred products	1.30	1.48	1.38	1.32	1.45	1.34	1.34
18 Toiletries, cosmetics and drugs	0.21	0.22	0.28	0.24	0.24	0.26	0.31
19 Photographic equipment and supplies	0.18	0.16	0.20	0.18	0.19	0.24	0.22
20 Piece goods	0.13	0.15	0.18	0.15	0.14	0.15	0.13
21 Linens and domestics	0.25	0.15	0.19	0.19	0.18	0.24	0.24
22 Smallwares and notions	0.22	0.20	0.22	0.19	0.16	0.16	0.16
23 China and glassware	0.08	0.10	0.12	0.10	0.13	0.10	0.11
24 Floor coverings	0.18	0.20	0.27	0.24	0.23	0.24	0.27
25 Draperies, curtains and furniture coverings	0.16	0.17	0.22	0.22	0.24	0.26	0.25
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	0.15	0.13	0.17	0.14	0.13	0.12	0.14
27 Furniture	0.19	0.17	0.24	0.19	0.23	0.25	0.34
28 Major appliances	0.57	0.49	0.60	0.50	0.61	1.01	1.24
29 Television, radio and music	0.24	0.21	0.27	0.19	0.19	0.20	0.23
30 Housewares and small electrical appliances	0.16	0.18	0.17	0.17	0.17	0.20	0.18
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	0.15	0.15	0.17	0.19	0.26	0.23	0.19
32 Plumbing, heating and building materials	0.16	0.21	0.23	0.27	0.30	0.42	0.36
33 Jewellery	0.08	0.10	0.13	0.13	0.14	0.15	0.13
34 Toys and games	0.12	0.13	0.17	0.16	0.15	0.17	0.17
35 Sporting goods and luggage	0.16	0.13	0.17	0.17	0.19	0.24	0.21
36 Stationery, books and magazines	0.22	0.22	0.29	0.22	0.19	0.20	0.17
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	0.22	0.22	0.30	0.31	0.35	0.40	0.35
38 Meals and lunches	15.77	13.74	15.43	13.42	14.87	16.81	15.38
39 Repairs and services	1.45	1.79	2.21	1.99	2.15	2.38	1.99
40 All other departments	0.35	0.38	0.44	0.41	0.46	0.55	0.47
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	0.22	0.22	0.27	0.25	0.26	0.30	0.27

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

1982						Rayon	N ^o
August	August	September	October	November	December		
Août	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
0.34	0.32	0.38	0.31	0.35	0.52	Robes, robes de ménage, tabliers et uni- formes pour dames et jeunes filles	1
0.31	0.31	0.28	0.34	0.42	0.48	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
0.34	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
0.28	0.33	0.35	0.32	0.35	0.52	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
0.47	0.44	0.37	0.29	0.38	0.62	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
0.33	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	0.32	0.45	Sous-vêtements	8
0.49	0.68	0.87	0.85	1.00	1.24	Chapeaux	9
0.21	0.27	0.44	0.40	0.41	0.59	Bes pour dames et fillettes	10
0.26	0.25	0.36	0.31	0.39	0.72	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
0.24	0.21	0.28	0.25	0.30	0.33	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
0.18	0.17	0.22	0.21	0.28	0.39	Vêtements pour hommes	13
0.24	0.22	0.26	0.22	0.31	0.74	Articles d'habillement pour hommes	14
0.39	0.41	0.31	0.26	0.32	0.63	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
0.19	0.17	0.24	0.21	0.27	0.33	Chaussures pour hommes et garçons	16
1.41	1.82	1.61	1.58	1.65	2.04	Produits alimentaires et connexes	17
0.24	0.25	0.28	0.27	0.28	0.58	Articles de toilette, cosmétiques et médi- caments	18
0.13	0.24	0.24	0.21	0.24	0.59	Appareils et fournitures photographiques	19
0.15	0.15	0.21	0.21	0.20	0.17	Tissus à la pièce	20
0.23	0.26	0.33	0.28	0.26	0.37	Literie et linge de maison	21
0.17	0.18	0.29	0.27	0.30	0.31	Menus articles	22
0.10	0.10	0.14	0.12	0.17	0.34	Porcelaine et verrerie	23
0.28	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
0.13	0.14	0.17	0.16	0.22	0.41	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
0.30	0.19	0.22	0.22	0.21	0.21	Meubles	27
0.92	0.53	0.66	0.72	0.74	0.71	Gros appareils ménagers	28
0.24	0.24	0.36	0.29	0.34	0.52	Télévision, radio et musique	29
0.17	0.22	0.24	0.25	0.26	0.48	Articles de ménage et petits appareils élec- triques	30
0.17	0.17	0.18	0.21	0.19	0.28	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
0.29	0.26	0.28	0.29	0.28	0.28	Matériel de plomberie, chauffage et cons- truction	32
0.14	0.14	0.19	0.15	0.20	0.49	Bijouterie	33
0.15	0.14	0.12	0.16	0.34	0.91	Jouets et jeux	34
0.17	0.19	0.20	0.15	0.18	0.39	Articles de sport et valises	35
0.22	0.28	0.29	0.23	0.30	0.70	Papeterie, livres et revues	36
0.32	0.33	0.30	0.37	0.41	0.39	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
19.72	29.56	26.63	23.92	27.95	34.05	Repas et casse-croûtes	38
0.04	1.45	1.56	1.82	2.27	2.59	Services et travaux de réparation	39
0.43	0.40	0.42	0.40	0.37	0.72	Tous autres rayons	40
0.27	0.26	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	1981	1982	1983	Change from previous month	Change 1983/1982
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1983/1982
	thousands of dollars			per cent	
	milliers de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,554,350	1,624,889	1,668,020	- 5.0	+ 2.7
February - Février	1,488,706	1,554,529	1,599,438	- 4.1	+ 2.9
March - Mars	1,476,287	1,537,740	1,566,508	- 2.1	+ 1.9
April - Avril	1,483,717	1,536,243	1,583,987	+ 1.1	+ 3.1
May - Mai	1,493,281	1,527,443	1,601,258	+ 1.1	+ 4.8
June - Juin	1,501,535	1,505,203	1,585,200	- 1.0	+ 5.3
July - Juillet	1,523,351	1,477,266	1,553,254	- 2.0	+ 5.1
August - Août	1,512,048	1,476,402	1,541,395	- 0.1	+ 4.4
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			

(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	1981	1982	1983	Change from previous month	Change 1983/1982
Mois				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1983/1982
	millions of dollars			per cent	
	millions de dollars			pourcentage	
January - Janvier	1,470.0	1,538.5	1,576.1	+ 2.5	+ 2.4
February - Février	1,480.0	1,551.8	1,576.4	--	+ 1.6
March - Mars	1,499.0	1,563.8	1,593.1	+ 1.1	+ 1.9
April - Avril	1,515.0	1,566.1	1,614.5	+ 1.3	+ 3.1
May - Mai	1,537.0	1,567.6	1,635.0	+ 1.3	+ 4.3
June - Juin	1,563.0	1,563.0	1,639.0	+ 0.2	+ 4.9
July ^F - Juillet ^F	1,615.0	1,560.6	1,633.3	- 0.3	+ 4.7
August ^P - Août ^P	1,595.0	1,554.2	1,623.2	- 0.6	+ 4.4
September - Septembre	1,581.0	1,569.9			
October - Octobre	1,565.0	1,566.3			
November - Novembre	1,570.0	1,563.8			
December - Décembre	1,563.0	1,537.8			

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandings of acceptance companies which are associated exclusively with them.
 (1) Les montants à recevoir des grands magasins et les créances actives des sociétés d'acceptation de prêts qui travaillent exclusivement avec ces magasins.

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

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

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

Department		Sales - Combined Seasonal and Trading Day Factors			
		Ventes - Coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux			
No.		MCD in July	July ^T	August ^P	September
		MDC en juillet	Juillet ^T	Août ^P	Septembre
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5	94.57	94.16	104.14
2	Women's and misses' coats and suits	8	43.79	116.59	123.94
3	Women's and misses' sportswear	4	87.23	97.87	128.28
4	Furs	12	51.26	82.90	95.92
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	5	86.76	109.24	109.90
6	Girls' and teenage girls' wear	4	75.89	143.06	117.01
7	Lingerie and women's sleepwear	3	85.42	74.96	95.86
8	Intimate apparel	4	95.05	99.92	107.31
9	Millinery	9	57.40	62.47	95.21
10	Women's and girls' hosiery	3	66.09	82.34	121.25
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4	64.81	77.15	109.62
12	Women's, misses' and children's footwear	5	74.92	99.36	128.00
13	Men's clothing	4	69.44	85.35	112.07
14	Men's furnishings	5	75.04	76.36	98.05
15	Boys' clothing and furnishings	5	73.31	147.79	104.98
16	Men's and boys' footwear	6	79.16	93.46	117.15
17	Food and kindred products	4	85.51	101.86	90.12
18	Toiletries, cosmetics and drugs	2	84.51	88.36	89.29
19	Photographic equipment and supplies	4	97.82	101.02	93.57
20	Piece goods	6	76.28	96.97	120.74
21	Linens and domestics	3	102.56	99.69	110.70
22	Smallwares and notions	4	80.10	89.40	122.32
23	China and glassware	5	78.72	77.81	97.26
24	Floor coverings	5	100.73	94.95	102.51
25	Draperies, curtains and furniture coverings	3	107.48	97.12	100.60
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	85.21	86.12	95.28
27	Furniture	4	115.79	97.88	103.40
28	Major appliances	5	121.44	98.11	111.07
29	Television, radio and music	5	82.91	89.69	111.88
30	Housewares and small electrical appliances	3	89.98	89.70	92.07
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	3	98.47	90.90	93.20
32	Plumbing, heating and building materials	6	115.54	98.88	100.86
33	Jewellery	3	72.95	78.24	99.99
34	Toys and games	4	63.92	60.96	60.36
35	Sporting goods and luggage	3	110.39	87.59	85.18
36	Stationery, books and magazines	3	74.70	109.41	107.23
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	5	95.88	95.11	90.20
38	Meals and lunches	3	93.59	99.79	97.96
39	Repairs and services	6	85.57	87.66	96.89
40	All other departments	5	92.86	90.74	88.22
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3	87.60	93.78	102.55

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

Stocks - Seasonal Factors				Rayon	NO
MCD in July	July ^F	August ^P	September		
Stocks - Coefficients des variations saisonnières					
MDC en juillet	Juillet ^F	Août ^P	Septembre		
3	93.62	87.64	87.81	Robes, robes de ménage, tabliers et uni-formes pour dames et jeunes filles	1
4	126.37	128.78	137.03	Manteaux et tailleurs pour dames et jeunes filles	2
3	99.72	97.89	91.81	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
5	90.17	100.79	113.94	Fourrures	4
4	120.64	103.14	95.47	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
4	123.30	109.50	100.18	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
4	92.46	96.85	93.92	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
4	98.62	98.00	83.24	Sous-vêtements	8
6	74.87	82.65	82.97	Chapeaux	9
4	103.52	110.52	92.29	Bas pour dames et fillettes	10
3	93.77	95.26	92.81	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
3	101.25	101.85	91.67	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
4	95.69	115.17	99.44	Vêtements pour hommes	13
3	99.19	101.80	101.04	Articles d'habillement pour hommes	14
4	130.54	94.76	97.28	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
4	102.99	101.47	89.83	Chaussures pour hommes et garçons	16
4	Produits alimentaires et connexes	17
4	99.77	90.17	86.39	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
4	99.50	98.67	89.72	Appareils et fournitures photographiques	19
4	106.15	101.16	88.61	lissus à la pièce	20
3	98.15	91.15	82.50	Literie et linge de maison	21
4	111.77	101.85	91.59	Menus articles	22
3	99.43	98.41	93.00	Porcelaine et verrerie	23
4	103.87	103.23	89.43	Revêtements de plancher	24
3	100.24	95.37	88.01	Tentures, rideaux et housses	25
4	102.67	103.72	94.46	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
2	98.20	94.23	85.04	Meubles	27
4	96.11	93.45	85.04	Gros appareils ménagers	28
3	96.97	93.51	86.45	Télévision, radio et musique	29
3	99.51	96.02	91.42	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
4	105.68	108.64	91.20	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
3	96.11	95.01	86.94	Bijouterie	33
4	88.50	107.48	125.35	Jouets et jeux	34
3	99.04	92.55	94.07	Articles de sport et valises	35
3	112.06	105.59	96.51	Papeterie, livres et revues	36
5	97.74	99.45	95.61	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
	Repas et casse-croûtes	38
9	103.77	106.14	103.10	Services et travaux de réparation	39
5	101.36	95.87	92.64	Tous autres rayons	40
3	101.56	99.20	91.95	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
Hougens Ltd., 305 Main St., Whitehorse, Yukon
Hubert, Magasin J.O., Ltée, 163-165 rue Principale, Maniwaki, Québec
Hudson's Bay Co., 2 Bloor St. E., Toronto, Ontario
Lloydminster & District Agricultural Co-op Association Ltd., 4910-50th St., Lloydminster, Saskatchewan
Ogilvy, Charles, Ltd., 126 Rideau St., Ottawa, Ontario
Ogilvy's, James A., Ltd., Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec
Right House, The, Co. Ltd., 35-41 King St. E., Hamilton, Ontario (Closed February 1983 - Fermée février 1983)
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. 8 pp. First Issue, 1968-69. (ISSN 0380-6286).

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

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

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

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

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

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

Catalogue

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

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

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

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

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

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

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

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

- 63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979. H.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.

STATISTICS CANADA LIBRARY
BIBLIOTHÈQUE STATISTIQUE CANADA



1010737180