

APR 13 1984

LIBRARY  
BIBLIOTHÈQUE

# Department store sales and stocks

January 1984

# Ventes et stocks des grands magasins

Janvier 1984



## 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 0T6 (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	Zenith 0-7037
Nova Scotia, New Brunswick and Prince Edward Island	1-800-565-7192
Quebec	1-800-361-2831
Ontario	1-800-268-1151
Manitoba	1-800-282-8006
Saskatchewan	1(112)800-667-3524
Alberta	1-800-222-6400
British Columbia (South and Central)	112-800-663-1551
Yukon and Northern B.C. (area served by NorthwestTel Inc.)	Zenith 0-8913
Northwest Territories (area served by NorthwestTel Inc.)	Zenith 2-2015

## How to Order Publications

This and other Statistics Canada publications may be purchased from local authorized agents and other community bookstores, through the local Statistics Canada offices, or by mail order to Publication Sales and Services, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6.

## Des données sous plusieurs formes...

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

## Comment obtenir d'autres renseignements

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

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

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (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 NorthwestTel Inc.)	Zénith 0-8913
Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.)	Zénith 2-2015

## Comment commander les publications

On peut se procurer cette publication et les autres publications de Statistique Canada auprès des agents autorisés et des autres librairies locales, par l'entremise des bureaux locaux de Statistique Canada, ou en écrivant à la Section des ventes et de la distribution des publications, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6.

**Statistics Canada**  
Merchandising and Services Division  
Retail Trade Section

# Department store sales and stocks

January 1984

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

# Ventes et stocks des grands magasins

Janvier 1984

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 1984

April 1984  
5-3406-503

Price: Canada, \$3.30, \$33.00 a year  
Other Countries, \$3.95, \$39.50 a year

Catalogue 63-002, Vol. 49, No. 1

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par  
le ministre des Approvisionnements et  
Services Canada

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

© Ministre des Approvisionnements  
et Services Canada 1984

Avril 1984  
5-3406-503

Prix: Canada, \$3.30, \$33.00 par année  
Autres pays, \$3.95, \$39.50 par année

Catalogue 63-002, vol. 49, n°1

ISSN 0380-7045

Ottawa

## SYMBOLS

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

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

## NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

## A NOTE ON CANSIM

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

This publication was prepared under the direction of:

- **A.R. Tanner**, Chief, Merchandising and Services Division, Retail Trade Section
- **J.P. Simard and L.M. Kwilecki**, Economists
- **J. Svab**, Unit Head

## SIGNES CONVENTIONNELS

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

- .. nombres indisponibles.
- ... n'ayant pas lieu de figurer.
- néant ou, dans la présente publication, inférieur à la moitié de l'unité exprimée.
- nombres infimes.
- P nombres provisoires.
- R nombres rectifiés.
- x confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique relatives au secret.

## NOTA

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

## NOTE AU SUJET DE CANSIM

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

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

- **A.R. Tanner**, chef, Division du commerce et des services, Section du commerce de détail
- **J.P. Simard et L.M. Kwilecki**, économistes
- **J. Svab**, chef de sous-section

TABLE OF CONTENTS

	Page		Page
<b>Introduction</b>	vii	<b>Introduction</b>	vii
Definitions	viii	Définitions	viii
Methodology	ix	Méthodologie	ix
Data Reliability	x	Fiabilité des données	x
Non-sampling Errors	x	Erreurs non liées à l'échantillonnage	x
Non-sampling Error Measures	xi	Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage	xi
Seasonal Adjustment	xiii	Désaisonnalisation	xiii
Constant Dollar Estimates	xiv	Estimations en dollars constants	xiv
Data Confidentiality	xvi	Confidentialité des données	xvi
Explanatory Notes	xvi	Notes explicatives	xvi
 <b>Charts</b>			
1. Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1982-1984	xviii	1. Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1982-1984	xviii
2. Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1982-1984	xviii	2. Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1982-1984	xviii
3. Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1982-1984	xix	3. Ventes des grands magasins et commerce de détail Total, par mois, Canada, 1982-1984	xix
4. Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1982-1984	xx	4. Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1982-1984	xx
5. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1982-1984	xx	5. Montant à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1982-1984	xx
6. Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization	xxi	6. Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisation	xxi
 <b>Highlights</b>			
	xxiii	<b>Points saillants</b>	xxiii
 <b>Table</b>			
1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1983 and 1984	2	1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1983 et 1984	2

TABLE DES MATIÈRES

	Page		Page
<b>Introduction</b>	vii	<b>Introduction</b>	vii
Définitions	viii	Définitions	viii
Méthodologie	ix	Méthodologie	ix
Fiabilité des données	x	Fiabilité des données	x
Erreurs non liées à l'échantillonnage	x	Erreurs non liées à l'échantillonnage	x
Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage	xi	Estimation des erreurs non liées à l'échantillonnage	xi
Désaisonnalisation	xiii	Désaisonnalisation	xiii
Estimations en dollars constants	xiv	Estimations en dollars constants	xiv
Confidentialité des données	xvi	Confidentialité des données	xvi
Notes explicatives	xvi	Notes explicatives	xvi
 <b>Graphiques</b>			
1. Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1982-1984	xviii	1. Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1982-1984	xviii
2. Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1982-1984	xviii	2. Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1982-1984	xviii
3. Ventes des grands magasins et commerce de détail Total, par mois, Canada, 1982-1984	xix	3. Ventes des grands magasins et commerce de détail Total, par mois, Canada, 1982-1984	xix
4. Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1982-1984	xx	4. Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1982-1984	xx
5. Montant à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1982-1984	xx	5. Montant à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1982-1984	xx
6. Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisation	xxi	6. Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisation	xxi
 <b>Tableau</b>			
1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1983 et 1984	2	1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1983 et 1984	2

## TABLE OF CONTENTS - Continued

Table	Page
2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Depart- ment, Canada, 1983 and 1984	4
3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1983 and 1984	6
4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1983 and 1984	6
5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1983 and 1984	8
6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1983 and 1984	8
7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1983 and 1984	10
8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1983 and 1984	10
9. Number of All Department Store Lo- cations, by Province, 1983 and 1984	12
10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropo- litan Area, 1983 and 1984	12
11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1983 and 1984	14
12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropo- litan Area, 1983 and 1984	14
13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1983 and 1984	16
14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropoli- tan Area, 1983 and 1984	16
15. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1983 and 1984	18
16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1983 and 1984	19
17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1983 and 1984	19

## TABLES DES MATIÈRES - suite

Tableau	Page
2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1983 et 1984	4
3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1983 et 1984	6
4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropo- litaines, 1983 et 1984	6
5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1983 et 1984	8
6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones mé- tropolitaines, 1983 et 1984	8
7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1983 et 1984	10
8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métro- politaines, 1983 et 1984	10
9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1983 et 1984	12
10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1983 et 1984	12
11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1983 et 1984	14
12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1983 et 1984	14
13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1983 et 1984	16
14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1983 et 1984	16
15. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1983 et 1984	18
16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1983 et 1984	19
17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par certaines zones métropoli- taines, 1983 et 1984	19

## TABLE OF CONTENTS - Continued

Table	Page
18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1983 and 1984	20
19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1983 and 1984	20
20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1983 and 1984	21
21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1983 and 1984	21
22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1982-1984	22
23. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1982-1984	23
24. Department Store Monthly Stocks, by Department, Canada, 1983 and 1984	24
25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1983 and 1984	26
26. Department Store Monthly Stock-Sales Ratios, by Department, Canada, 1983 and 1984	28
27. Department Store Monthly Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1983 and 1984	30
28. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted, Canada, 1982-1984	32
29. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Seasonally Adjusted, Canada, 1982-1984	32
30. Department Store Sales and Stocks, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1983 and 1984	34
 List of Department Store Organizations	 36
Selected Publications	37
Department Store Commodity Reference List	40

## TABLES DES MATIÈRES - CSA

Tableau	Page
18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1983 et 1984	20
19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1983 et 1984	20
20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1983 et 1984	21
21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1983 et 1984	21
22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1982-1984	22
23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1982-1984	23
24. Stocks mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1983 et 1984	24
25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1983 et 1984	26
26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1983 et 1984	28
27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1983 et 1984	30
28. Montants à recevoir, non désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1982-1984	32
29. Montants à recevoir, désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1982-1984	32
30. Ventes et stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1983 et 1984	34
 Liste des organisations de grands magasins	 36
Choix de publications	37
Répertoire des marchandises des grands magasins	40

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

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

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

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

**Total net sales and receipts** are defined as the total sales of new 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 offrent 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 listeage 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'il augmente le taux de non-réponse, on s'efforce d'obtenir le meilleur taux de réponse possible.

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

Il est difficile de mesurer les erreurs non liées à l'échantillonnage. En outre, il faut les cerner de sorte qu'elles ne nuisent pas à l'utilisation ou à l'interprétation des chiffres définitifs. 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, 1984**  
**January**

**TABLEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1984**  
**Janvier**

	Response rate		Response fraction
	Taux de réponse		Fraction de réponse
	Survey units	Organizational units	
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	64.4
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 back-casts 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 prédition, Statistique Canada rajuste les séries temporelles au moyen de la méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI(2) afin de justement minimiser l'impact des variations saisonnières sur les séries. Cette technique consiste essentiellement à ajouter une année de données brutes à chacunes des deux extrémités de la série initiale avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Les données estimatives proviennent d'extrapolations prospectives et retrospectives réalisées par des modèles ARMMI (modèles autorégressifs à moyennes mobiles intégrées) du type Box-Jenkins.

La partie X-11 du programme X-11-ARMMI fait surtout appel à la méthode de rapport aux moyennes mobiles pour effectuer le lissage de la série modifiée et obtenir une estimation provisoire de la tendance-cycle, pour calculer les rapports de la série initiale (ajustée) aux estimations de la tendance-cycle et pour estimer les facteurs saisonniers à partir de ces dits rapports. Les facteurs saisonniers définitifs ne sont produits que lorsque ces opérations ont été exécutées à plusieurs reprises(3). 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, 1982-1984

TABLEAU EXPLICATIF II. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1982-1984

Period	Price index	Current dollars unadjusted	Year/year per cent change	Constant 1971 dollars unadjusted	Year/year per cent change
Période	Indice des prix	Dollars courants non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année	Dollars constants 1971 non-désaisonnalisés	Variation en pourcentage pour l'année
		'000	%	'000	%
<b>1982:</b>					
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	10,298,972	- 0.1	4,942,732	- 6.0
<b>1983:</b>					
January - Janvier	206.6	623,426	+ 3.9	301,755	- 0.1
February - Février	213.2	604,104	+ 4.5	283,351	+ 0.4
March - Mars	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	213.8	850,941	+ 9.7	398,008	+ 6.3
September - Septembre	211.1	922,067	+ 7.1	436,792	+ 4.1
October - Octobre	214.3	922,014	+ 7.3	430,245	+ 4.2
November - Novembre	215.1	1,138,763	+ 6.1	529,411	+ 3.0
December - Décembre	213.6	1,731,121	+ 7.6	810,450	+ 5.0
Year - Année	213.4	10,929,506	+ 7.1	5,121,402	+ 3.6
<b>1984:</b>					
January - Janvier	214.3	649,360	+ 4.2	303,014	+ 0.4
February - Février					
March - Mars					
April - Avril					
May - Mai					
June - Juin					
July - Juillet					
August - Août					
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.

TEXT TABLE III. Number of Shopping Days, by Month, 1983 and 1984

TABLEAU EXPLICATIF III. Nombre de jours commerciaux, par mois, 1983 et 1984

	1984		1983	
	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	26	4	25	4
February - Février	25	4	24	4
March - Mars	27	5	27	4
April - Avril	24	4	25	5
May - Mai	26	4	25	4
June - Juin	26	5	26	4
July - Juillet	26	4	25	5
August - Août	26	4	26	4
September - Septembre	24	5	25	4
October - Octobre	26	4	25	5
November - Novembre	26	4	26	4
December - Décembre	25	5	26	5

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.

Chart — 1

Graphique — 1

**Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1982-1984**  
**Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1982-1984**

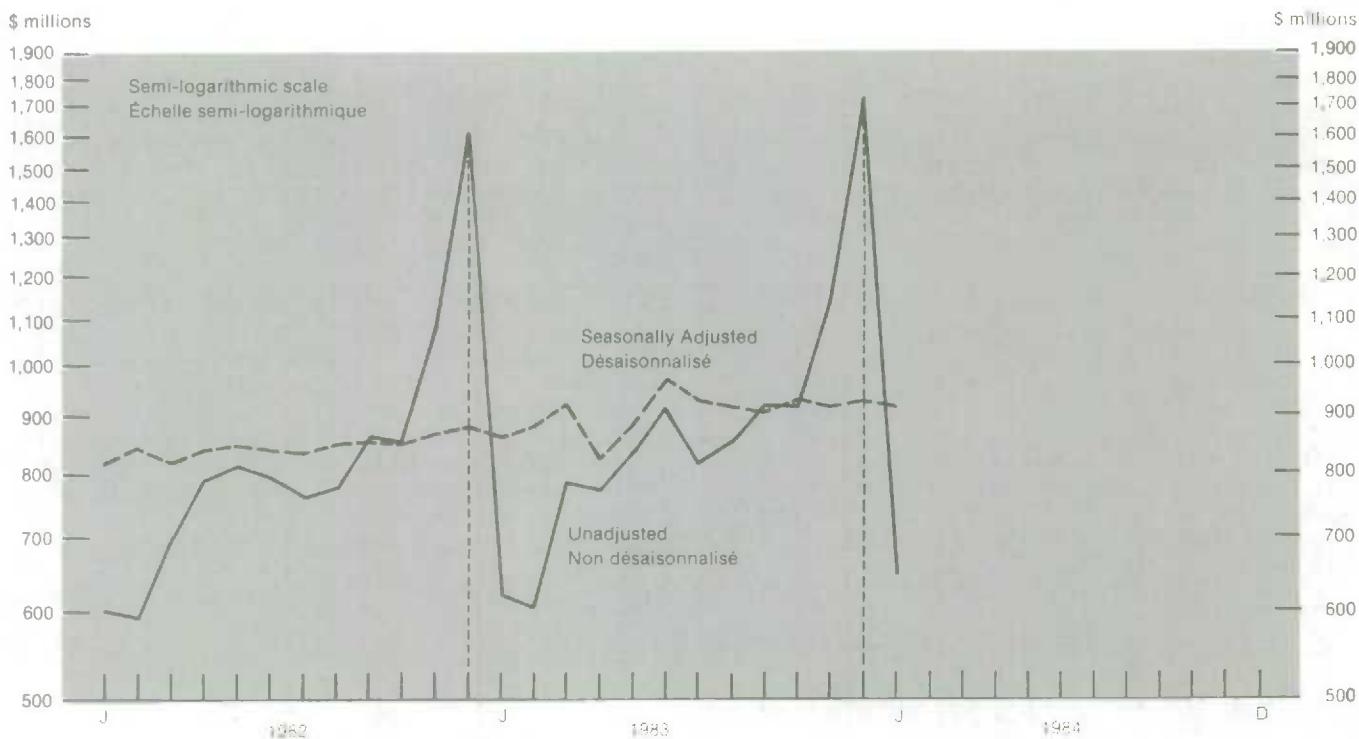


Chart — 2

Graphique — 2

**Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1982-1984**  
**Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1982-1984**

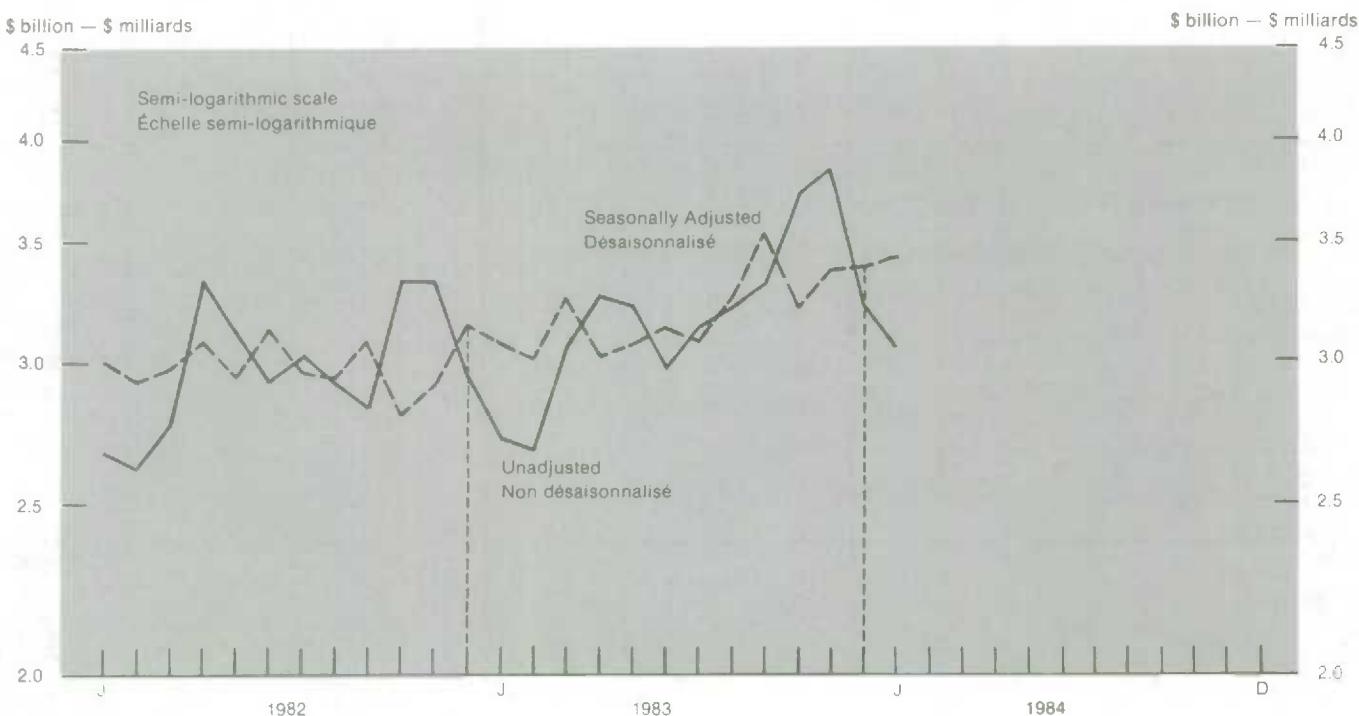


Chart — 3

Graphique — 3

## Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1982-1984

Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1982-1984

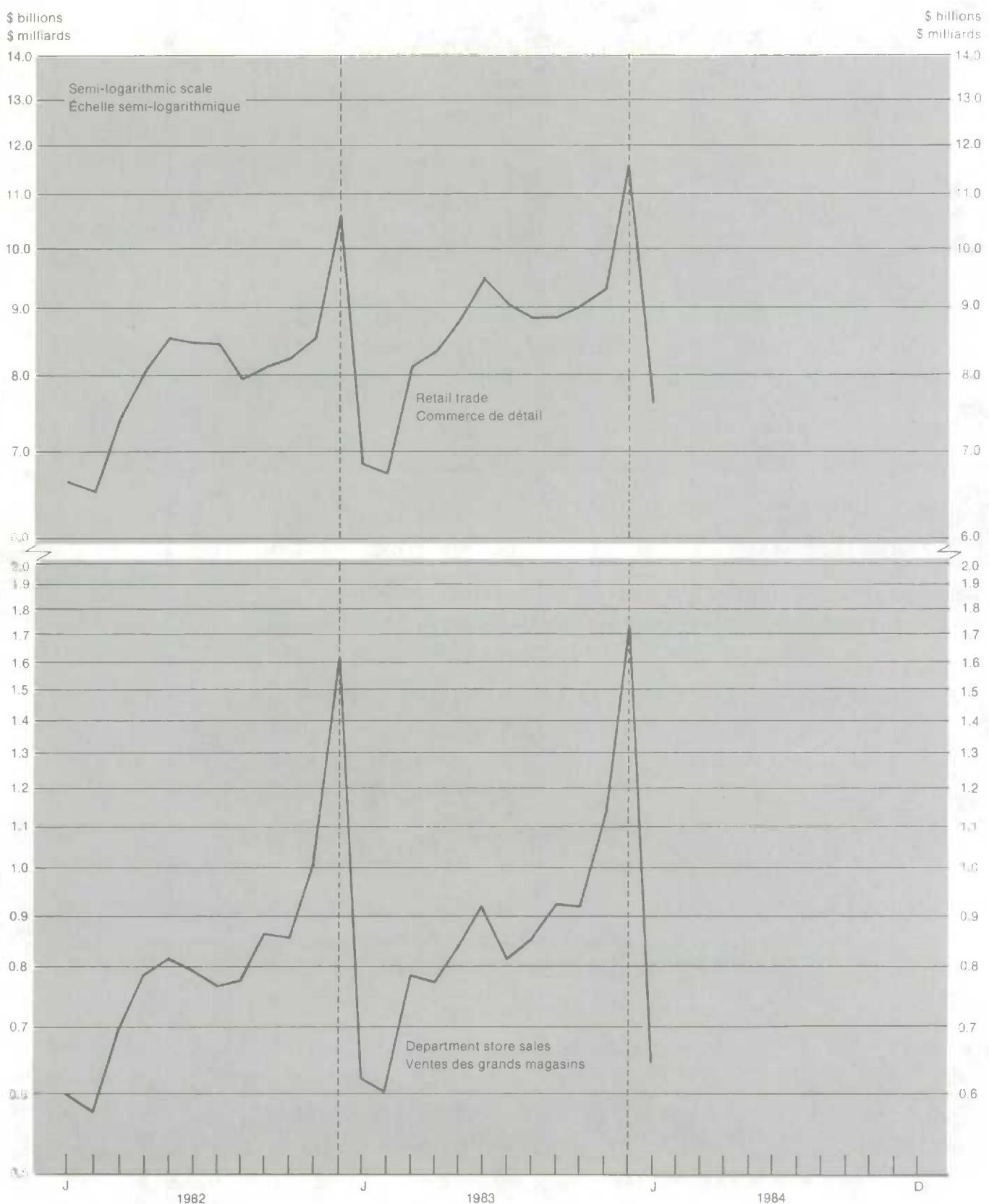


Chart — 4

Graphique — 4

**Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1982-1984**  
**Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1982-1984**

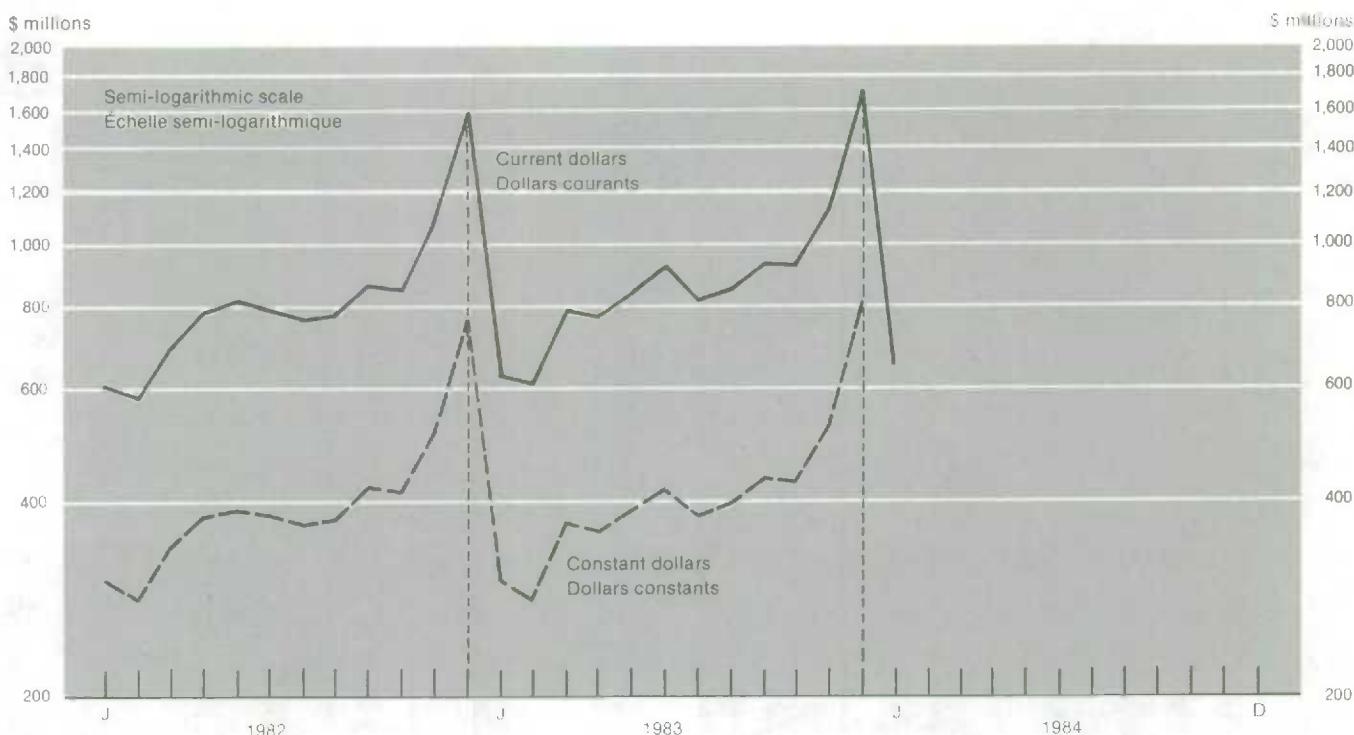


Chart — 5

Graphique — 5

**Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1982-1984**  
**Montant à recevoir des grands magasins à la fin du mois, canada, 1982-1984**

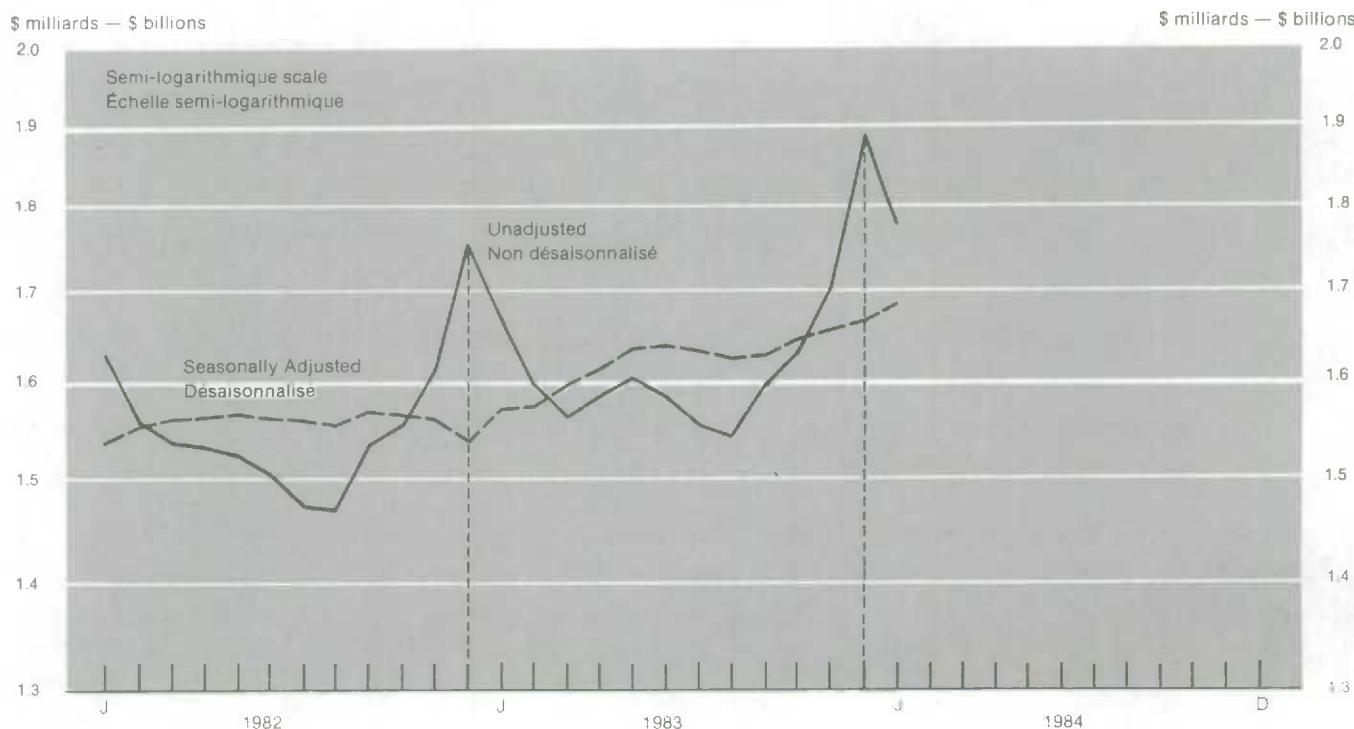
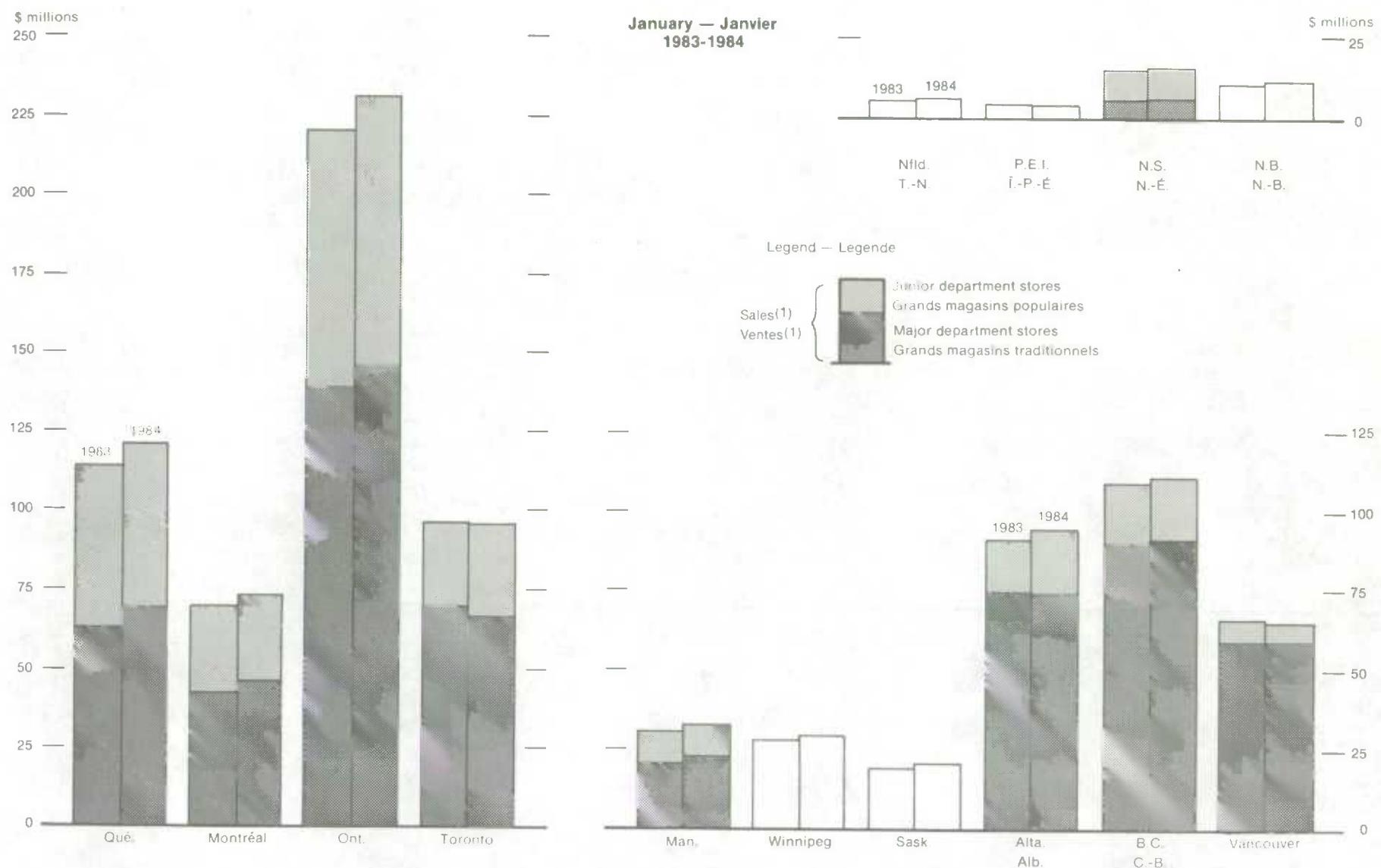


Chart - 6

## Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization

Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisations

Graphique - 6



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

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

## HIGHLIGHTS

### Seasonally adjusted sales

Total department store sales in January 1984, adjusted for seasonal variations and the number of trading days, decreased 0.8% from the revised preceding month's sales of \$922.3 million to \$914.5 million. Among the 19 departments recording sales decreases, the largest decreases were reported by china and glassware (- 14.1%), television, radio and music (- 12.0%) and smallwares and notions (- 10.8%), while the largest increases were recorded by toys and games (+ 21.8%), jewellery (+ 15.3%) and boys' clothing and furnishings (+ 15.1%).

### Unadjusted sales

Unadjusted department store sales totalled \$649.4 million in January 1984, up 4.2% over January 1983. Sales were higher in 30 of the 40 departments, with the largest increases in toys and games (+ 26.4%), women's and misses' coats and suits (+ 19.0%) and gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies (+ 15.2%). The most notable decreases were recorded by china and glassware (- 15.6%), lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings (- 9.3%) and hardware, paints, wallpaper, etc., (- 8.0%).

With the exception of Prince Edward Island, the Yukon and Northwest Territories, which had decreased department store sales in January 1984 from the same month a year earlier of - 8.7% and - 6.6% respectively, all the remaining provinces showed department store sales increases with advances ranging from 11.9% in Saskatchewan to 1.1% in British Columbia. Eight of the ten metropolitan areas surveyed reported sales increases, with gains ranging from 21.0% in Québec City to 0.4% in Ottawa-Hull. Sales remained virtually the same in Toronto while they decreased 0.6% in Vancouver.

Sales by major department store organizations in January 1984 totalled \$433.2 million, up 4.1% from January 1983. Junior department store organizations had sales of \$216.2 million, an increase of 4.3% from the same month a year earlier.

## POINTS SAILLANTS

### Ventes désaisonnalisées

Les ventes totales des grands magasins en janvier 1984, corrigées en fonction des variations saisonnières et du nombre de journées d'affaires, ont baissé de 0.8% par rapport au mois de décembre 1983 (\$922.3 millions - chiffre révisé) pour s'établir à \$914.5 millions. Des 19 rayons qui ont enregistré des baisses des ventes, on a constaté les baisses les plus marquées dans les rayons de porcelaine et verrerie (- 14.1%), de télévision, radio et musique (- 12.0%) et de menus articles (- 10.8%), tandis que les hausses les plus notables ont été enregistrées dans les rayons de jouets et jeux (+ 21.8%), de bijouteries (+ 15.3%) et de vêtements et articles d'habillement pour garçons (+ 15.1%).

### Ventes non désaisonnalisées

Les ventes non désaisonnalisées des grands magasins ont totalisé \$649.4 millions en janvier 1984, soit 4.2% de plus qu'en janvier 1983. Les ventes se sont accrues dans 30 des 40 rayons parmi lesquels les hausses les plus marquées ont été signalées par les rayons de jouets et jeux (+ 26.4%), de manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles (+ 19.0%) et d'essence, huile, accessoires d'automobiles, réparations et fournitures (+ 15.2%). Les baisses des ventes les plus notables ont été enregistrées dans les rayons de porcelaine et verrerie (- 15.6%), de lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour maison (- 9.3%) et de quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc. (- 8.0%).

A l'exception de l'Île-du-Prince-Édouard (- 8.7%), du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest (- 6.6%) qui ont indiqué un recul des ventes des grands magasins, toutes les provinces ont enregistré des hausses de leurs ventes en janvier 1984 comparativement à celles de janvier 1983. Ces hausses ont varié de 11.9% en Saskatchewan à 1.1% en Colombie-Britannique. Huit des dix régions métropolitaines visées par l'enquête ont rapporté des augmentations des ventes, ces hausses se sont échelonnées de 21.0% à Québec à 0.4% à Ottawa-Hull. Les ventes des grands magasins ont resté pratiquement les mêmes à Toronto, cependant elles ont diminué de 0.6% à Vancouver.

Les ventes des grands magasins traditionnels ont totalisé \$433.2 millions, en janvier, soit 4.1% de plus qu'en janvier 1983. Les grands magasins populaires ont quant à eux enregistré des ventes de \$216.2 millions pour ainsi augmenter de 4.3% par rapport à l'an dernier.

In January 1984, there were 800 retail locations operated by department store organizations, two less than in December 1983 and three less than in January 1983. Of this total number, 336 were operated by major department store organizations and 464 by junior department store organizations.

In January 1984, total department store sales constituted 8.5% of all retail sales in Canada, a decrease from the 9.0% share held in January 1983.

#### Stocks

The unadjusted selling value of inventories held by department stores in January 1984, at \$3,058.2 million, showed an increase of 12.3% over the same month a year earlier. Seasonally adjusted, the value of stocks held, increased 1.1% from the revised preceding month's value of \$3,391.1 million to a level of \$3,427.4 million.

En janvier 1984, on a dénombré 800 points de vente opérés par les sociétés de grands magasins, soit deux de moins qu'en décembre 1983 et trois de moins qu'en janvier 1983. De ce total, 336 ont été opérés par les sociétés de grands magasins traditionnels et 464 par les sociétés de grands magasins populaires.

Durant le mois de janvier 1984, les ventes par les grands magasins ont représenté à elles seules 8.5% de l'ensemble des ventes au détail au Canada, soit un recul du 9.0% détenus en janvier 1983.

#### Stocks

La valeur marchande non désaisonnalisée des stocks détenus en janvier 1984, a enregistré un accroissement de 12.3% par rapport au mois correspondant de l'année dernière pour se chiffrer à \$3,058.2 millions. La valeur désaisonnalisée des inventaires s'est élevée de 1.1% par rapport à l'estimation revisée du mois précédent (\$3,391.1 millions - chiffre revisé) et s'est élevé à \$3,427.4 millions.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1983 and 1984

Department	1984		1983					
	January	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	thousands of dollars							
	milliers de dollars							
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	8,375	8,000	9,881	13,471	16,112	19,700	19,845	13,603
2 Women's and misses' coats and suits	12,756	10,723	10,458	15,580	14,203	8,559	6,324	6,200
3 Women's and misses' sportswear	31,950	28,150	33,825	46,361	45,564	53,968	56,195	42,293
4 Furs	3,201	4,549	3,129	2,185	888	265	507	1,102
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	17,560	16,675	16,265	21,393	20,181	20,894	22,096	19,934
6 Girls' and teenage girls' wear	7,714	8,145	10,262	17,871	13,778	14,364	14,684	11,191
7 Lingerie and women's sleepwear	11,154	10,209	11,139	13,859	14,299	16,315	18,332	15,129
8 Intimate apparel	8,251	7,304	6,903	9,839	10,031	10,127	11,519	9,573
9 Millinery	1,340	1,248	1,014	996	1,265	1,068	1,147	1,056
10 Women's and girls' hosiery	8,297	8,084	7,388	10,198	10,279	10,275	9,348	7,186
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	9,054	8,462	8,016	11,913	12,530	13,478	13,170	9,886
12 Women's, misses' and children's footwear	14,232	13,164	13,026	21,320	22,975	24,045	25,623	17,559
13 Men's clothing	21,676	20,728	20,022	33,035	30,355	28,958	36,956	24,291
14 Men's furnishings	35,659	32,582	22,521	32,921	31,197	35,442	51,679	33,979
15 Boys' clothing and furnishings	7,157	8,688	8,362	10,708	11,388	11,300	11,380	9,717
16 Boys' and girls' sportswear	8,133	8,268	9,036	14,514	14,893	15,327	17,987	17,378
17 Food and kindred products	49,474	47,381	58,103	56,030	56,437	57,165	54,193	49,537
18 Toiletries, cosmetics and drugs	39,382	37,336	37,530	44,134	43,159	44,391	45,218	43,100
19 Photographic equipment and supplies	9,357	9,261	8,365	10,481	10,264	11,237	14,196	13,340
20 Piece goods	3,661	3,456	3,554	4,753	4,123	4,364	4,380	3,662
21 Linens and domestics	28,974	28,304	16,064	22,030	22,807	23,457	30,297	28,701
22 Smallwares and notions	8,724	9,028	7,082	7,891	7,292	6,446	6,917	7,066
23 China and glassware	6,355	7,526	8,433	11,208	8,917	12,170	10,081	10,467
24 Floor coverings	9,787	9,403	9,453	13,007	11,602	11,751	12,583	13,920
25 Draperies, curtains and furniture coverings	10,217	10,267	10,307	15,881	14,587	15,618	16,771	16,049
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6,126	6,757	5,517	8,098	7,082	6,813	7,067	7,599
27 Furniture	37,999	38,133	30,277	42,496	36,181	45,869	47,511	58,663
28 Major appliances	37,198	33,665	27,750	36,223	32,836	39,210	53,928	58,752
29 Television, radio and music	33,133	35,142	28,086	37,902	29,958	31,154	32,163	35,899
30 Housewares and small electrical appliances	23,469	25,485	29,189	27,641	30,264	31,637	35,622	32,479
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	16,312	17,735	16,407	21,138	24,991	34,066	32,643	25,960
32 Plumbing, heating and building materials	7,988	7,215	7,741	8,596	10,769	12,333	15,973	15,417
33 Jewellery	10,284	9,595	11,087	15,406	15,614	17,180	18,072	14,677
34 Toys and games	10,169	8,046	9,298	13,446	14,515	14,056	15,753	16,345
35 Sporting goods and luggage	17,090	18,064	14,512	20,091	24,452	29,577	35,179	29,539
36 Stationery, books and magazines	20,198	19,259	19,368	24,920	22,491	22,491	25,105	22,438
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	14,674	12,734	11,080	15,085	16,239	18,953	20,334	17,292
38 Meals and lunches	19,202	18,021	16,954	20,384	19,454	19,412	21,151	20,508
39 Repairs and services	8,004	7,763	8,193	10,091	9,431	9,417	10,331	9,078
40 All other departments	23,049	20,555	20,302	26,262	31,891	37,266	37,144	29,581
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	649,360	623,426	604,104	787,578	775,268	840,268	920,164	813,792

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1983 et 1984

1983						Change - Variation		Rayon
August	September	October	November	December	January/ December 1984/1983	January 1984/1983		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier/ décembre 1984/1983	Janvier 1984/1983		
<b>thousands of dollars</b>						per cent		No
<b>milliers de dollars</b>						pourcentage		
14,749	14,750	14,240	15,835	23,185	- 63.9	+ 4.7	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	1
16,260	18,437	24,923	24,959	24,709	- 48.4	+ 19.0	Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	2
48,126	64,055	52,109	55,376	79,440	- 59.8	+ 13.5	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
1,792	2,665	5,796	7,156	8,564	- 39.3	+ 14.3	Foulard	4
24,852	25,964	26,090	26,916	38,184	- 54.0	+ 5.3	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
22,437	16,027	15,408	18,069	23,933	- 67.8	- 5.3	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
14,678	17,762	18,495	26,174	48,913	- 77.2	+ 9.3	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
10,245	11,603	9,635	10,558	15,653	- 47.3	+ 13.0	Sous-vêtements	8
1,099	1,591	2,264	3,606	4,650	- 71.1	+ 7.4	Chapeaux	9
7,565	13,067	11,908	12,290	18,072	- 54.1	+ 2.6	Bas pour dames et fillettes	10
10,833	16,779	17,485	25,121	41,435	- 78.1	+ 7.0	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
23,014	31,020	28,615	32,626	32,003	- 55.5	+ 8.1	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
39,666	39,583	36,865	52,789	78,209	- 72.3	+ 4.6	Vêtements pour hommes	13
32,129	42,187	40,665	63,173	122,032	- 79.6	+ 10.2	Articles d'habillement pour hommes	14
18,525	12,352	11,656	15,406	25,015	- 70.2	+ 11.0	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
14,406	17,422	15,923	21,995	35,566	- 54.2	- 5.8	Chaussures pour hommes et garçons	16
56,098	50,090	55,281	70,065	86,410	- 48.9	+ 2.3	Produits alimentaires et boisson	17
46,212	47,127	50,347	60,572	121,890	- 67.7	+ 5.5	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
13,553	12,525	11,658	15,795	32,235	- 71.0	+ 1.0	Appareils et fournitures photographiques	19
4,553	4,734	5,059	5,271	4,612	- 20.6	+ 5.9	Tissus à la pièce	20
28,311	32,714	27,654	28,602	46,038	- 37.1	+ 2.4	Literie et linge de maison	21
7,478	10,319	9,651	10,557	14,334	- 39.1	- 3.4	Menus articles	22
9,831	11,592	10,668	18,145	34,970	- 81.8	- 15.6	Porcelaine et verrerie	23
13,673	12,713	14,765	15,798	11,318	- 13.5	+ 4.1	Revêtements de plancher	24
14,904	15,753	15,895	17,172	17,887	- 42.9	- 0.5	Tentures, rideaux et housses	25
7,673	8,766	8,887	12,581	21,484	- 71.5	- 9.3	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'aménagement pour la maison	26
48,979	42,398	44,768	43,434	43,681	- 13.0	- 0.4	Meubles	27
44,733	44,435	49,047	45,989	50,778	- 26.7	+ 10.5	Gros appareils ménagers	28
37,362	51,251	45,553	56,665	90,416	- 63.4	- 5.7	Télévision, radio et musique	29
32,248	33,608	36,321	43,570	80,971	- 71.0	- 7.9	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
22,155	23,291	25,712	27,362	37,835	- 56.9	- 8.0	Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.	31
11,092	10,601	12,422	11,459	12,841	- 37.8	+ 10.7	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
16,015	19,952	17,133	26,151	65,308	- 84.3	+ 7.2	bijouterie	33
16,442	16,929	26,177	58,854	92,972	- 89.1	+ 26.4	Jouets et jeux	34
22,668	20,852	18,865	24,534	49,342	- 65.4	- 5.4	Articles de sport et valises	35
31,265	31,175	24,377	41,136	75,016	- 73.1	+ 4.9	Papeterie, livres et revues	36
16,743	16,046	19,676	21,805	26,795	- 45.2	+ 15.2	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
31,458	21,511	21,396	24,606	34,264	- 44.0	+ 6.6	Repas et casse-croûtes	38
31,560	10,180	10,860	13,833	13,551	- 35.0	+ 13.4	Services et travaux de réparation	39
31,159	27,360	27,565	32,758	57,580	- 60.0	+ 12.1	Tous autres rayons	40
650,941	922,067	922,014	1,138,763	1,731,121	- 62.5	+ 4.2	<b>TOTAL, TOUS RAYONS</b>	41

TABLE 2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1983 and 1984(1)

Department No.	1984		1983				
	JanuaryP	January	February	March	April	May	June
	JanvierP	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
thousands of dollars milliers de dollars							
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	15,657	14,131	15,198	15,564	14,465	15,341	17,661
2 Women's and misses' coats and suits	17,417	14,489	14,848	15,034	14,564	15,895	15,772
3 Women's and misses' sportswear	55,096	47,558	52,614	52,261	44,450	49,066	57,230
4 Furs	3,471	2,844	2,872	2,827	3,273	1,503	2,674
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	25,442	24,337	23,921	24,655	19,822	22,654	24,893
6 Girls' and teenage girls' wear	15,701	16,326	16,585	19,204	13,892	15,509	16,544
7 Lingerie and women's sleepwear	20,466	18,785	18,558	18,861	16,727	17,875	20,383
8 Intimate apparel	11,253	9,707	9,798	10,348	9,423	9,700	10,323
9 Millinery	1,759	1,690	1,781	1,711	1,708	1,733	1,878
10 Women's and girls' hosiery	10,687	10,141	10,280	10,967	9,802	10,764	10,985
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	16,162	14,824	14,328	15,459	14,300	15,167	15,887
12 Women's, misses' and children's footwear	24,487	22,540	23,396	23,283	20,850	22,541	26,635
13 Men's clothing	35,546	33,241	33,802	36,438	33,089	33,197	37,024
14 Men's furnishings	45,609	39,818	41,650	47,138	39,840	44,067	49,718
15 Boys' clothing and furnishings	14,023	12,164	12,228	13,496	11,327	12,283	14,461
16 Women and boys' accessories	15,302	14,178	13,587	13,303	13,346	13,298	16,322
17 Food and general products	58,501	57,256	54,883	51,298	56,786	57,182	57,908
18 Toiletries, cosmetics and drugs	53,018	49,914	49,928	51,807	47,513	50,155	51,168
19 Photographic equipment and supplies	14,375	13,569	14,115	14,264	12,725	13,854	13,666
20 Piece goods	4,602	4,179	4,147	4,287	3,900	4,320	4,828
21 Linens and domestics	28,515	27,485	26,588	28,042	27,397	26,984	29,796
22 Smallwares and notions	8,361	8,512	8,369	8,603	8,081	8,572	8,883
23 China and glassware	10,704	11,784	13,897	14,421	11,345	13,992	12,328
24 Floor coverings	12,403	11,671	11,499	12,990	11,597	11,736	12,364
25 Draperies, curtains and furniture coverings	14,427	13,934	15,198	14,479	13,859	15,062	15,037
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	8,546	9,074	8,578	9,710	8,821	8,752	8,509
27 Furniture	40,012	38,614	39,805	44,010	38,757	42,345	43,453
28 Major appliances	41,125	36,204	38,211	39,775	36,136	40,131	50,389
29 Television, radio and music	38,545	39,857	40,522	43,772	38,215	42,284	40,997
30 Housewares and small electrical appliances	35,112	37,366	39,460	37,807	34,823	34,413	37,978
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	23,407	24,529	24,300	26,413	23,749	27,900	27,633
32 Plumbing, heating and building materials	11,687	10,650	11,064	10,034	9,831	10,105	12,750
33 Jewellery	23,647	21,132	21,124	21,294	20,167	20,542	20,622
34 Toys and games	29,682	23,283	24,034	27,430	21,371	24,208	25,471
35 Sporting goods and luggage	25,466	25,288	25,712	27,677	24,725	25,183	26,786
36 Stationery, books and magazines	29,379	26,292	27,049	33,459	28,557	29,170	29,932
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	19,346	17,265	16,269	17,028	16,714	18,423	19,434
38 Meals and lunches	22,705	21,168	20,986	20,920	20,539	20,944	21,568
39 Repairs and services	10,177	9,267	10,150	10,372	9,692	9,714	10,378
40 All other departments	34,096	29,940	29,600	31,013	29,065	28,760	32,337
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	914,463	865,148	884,731	928,419	821,620	884,672	963,938

(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, 1983 et 1984(1)

Change - Variation							No
July	August	September	October	November	December <sup>F</sup>	January/ December 1984/1983	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre <sup>F</sup>	Janvier/ décembre 1984/1983	
<b>thousands of dollars</b>							per cent
<b>milliers de dollars</b>							pourcentage
14,385	15,623	14,407	15,105	14,475	15,465	+ 1.2	
14,160	14,310	14,852	15,572	14,740	15,563	+ 11.9	
48,484	49,758	50,292	51,491	49,590	51,458	+ 7.1	
2,150	2,306	2,658	4,331	3,423	3,477	- 0.2	
22,976	23,146	23,657	24,114	22,857	23,382	+ 8.8	
14,746	15,644	13,988	15,724	15,371	14,712	+ 6.7	
17,712	19,595	18,572	19,804	18,873	18,701	+ 9.4	
10,071	10,241	10,649	10,811	10,057	10,702	+ 5.1	
1,840	1,777	1,706	1,742	1,704	1,783	- 1.3	
10,873	9,364	10,649	10,719	10,334	10,479	+ 2.0	
15,254	14,176	15,215	16,439	16,230	16,495	- 2.0	
23,436	23,380	24,132	24,377	24,558	23,292	+ 5.1	
34,982	33,962	35,023	34,639	35,451	39,155	- 9.2	
45,279	44,104	43,627	44,439	42,829	44,810	+ 1.8	
13,273	13,370	13,001	12,773	12,877	12,182	+ 12.3	
16,844	15,568	15,235	15,278	15,471	15,773	- 1.2	
53,833	54,600	56,810	58,480	56,577	58,178	- 2.8	
50,999	52,120	52,742	53,872	52,174	53,087	- 0.1	
13,638	13,494	13,451	13,338	13,549	13,278	+ 8.3	
4,801	4,670	4,032	4,278	4,254	4,395	+ 4.7	
27,984	28,437	29,326	28,216	26,657	27,706	+ 2.9	
8,822	8,561	8,502	8,512	8,425	9,372	- 10.8	
13,296	12,800	12,215	12,776	12,893	12,459	- 14.1	
13,819	14,084	12,517	12,955	12,858	11,192	+ 10.8	
14,933	15,242	15,505	15,541	15,066	14,955	- 3.5	
8,918	8,885	9,140	9,046	8,816	9,120	- 6.3	
50,663	48,919	41,453	45,718	42,074	42,221	- 5.2	
48,379	45,970	40,894	46,766	43,382	44,064	- 6.7	
43,298	42,133	44,820	45,189	42,858	43,805	- 12.0	
36,096	36,230	36,729	37,474	36,464	35,814	- 2.0	
26,364	24,761	25,515	24,380	25,972	25,970	- 9.9	
11,612	11,286	10,778	12,120	11,033	11,899	- 1.8	
20,121	20,370	20,022	20,534	18,990	20,509	+ 15.3	
25,572	26,491	27,562	26,389	26,160	24,360	+ 21.8	
26,758	25,935	24,952	24,559	24,074	24,596	+ 3.5	
30,037	29,181	29,375	28,831	32,728	30,379	- 3.3	
18,035	17,852	17,856	17,763	16,494	19,022	+ 1.7	
21,912	21,611	21,906	21,869	21,541	22,275	+ 1.9	
28,505	10,850	10,626	10,440	10,482	10,238	- 0.6	
31,867	30,388	31,071	30,758	33,802	32,639	+ 4.5	
939,977	912,760	907,029	928,632	912,882	922,255	- 0.8	
<b>TOTAL, TOUS RAYONS</b>							41

<sup>(1)</sup> 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, 1983 and 1984

Province	1984		1983					
	January	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Newfoundland	6,101	5,973	6,167	9,133	8,381	10,086	10,965	9,703
2 Prince Edward Island	3,732	4,088	3,308	4,039	4,575	4,841	6,087	6,140
3 Nova Scotia	16,261	15,152	14,552	21,368	20,965	24,109	27,180	25,031
4 New Brunswick	12,082	11,285	11,429	15,670	16,565	18,527	20,380	17,746
5 Quebec	120,485	113,689	105,666	137,559	141,986	159,981	165,359	138,487
6 Ontario	231,162	220,389	209,538	273,189	276,641	298,118	337,849	302,457
7 Manitoba	32,501	30,338	30,908	43,142	41,974	42,817	46,237	41,664
8 Saskatchewan	21,100	18,851	18,137	25,262	24,875	24,929	26,867	25,850
9 Alberta	93,561	92,346	92,023	117,900	110,899	117,794	127,481	113,648
10 British Columbia	110,629	109,447	110,510	137,672	126,114	136,788	148,635	130,347
11 Yukon and Northwest Territories	1,745	1,868	1,866	2,645	2,293	2,279	3,125	2,720
12 CANADA	649,360	623,426	604,104	787,578	775,268	840,268	920,164	813,792

TABLE 4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1983 and 1984

Selected metropolitan areas	1984		1983					
	January	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Calgary	35,833	35,506	35,568	45,673	42,727	45,841	48,022	42,971
2 Edmonton	42,899	42,323	41,986	53,130	49,747	53,833	57,902	51,913
3 Halifax-Dartmouth	9,311	8,865	8,301	12,425	12,190	12,990	14,192	13,312
4 Hamilton	18,359	16,494	15,417	20,012	20,178	21,246	23,724	21,954
5 Montreal	73,090	69,878	64,081	81,508	85,084	93,559	97,104	78,786
6 Ottawa-Hull	27,677	27,571	24,135	34,541	32,815	37,530	40,591	35,729
7 Quebec City	18,733	15,486	13,658	19,417	20,538	23,196	23,301	19,919
8 Toronto	91,845	91,876	86,317	110,184	112,661	115,270	131,752	118,249
9 Vancouver	66,468	66,859	67,579	82,773	74,498	80,530	88,441	75,390
10 Winnipeg	29,679	27,586	28,058	39,236	38,113	38,730	41,639	37,562

TABLEAU 3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1983 et 1984

1983						Change - Variation		Province	No
August	September	October	November	December	January/ December 1984/1983	January 1984/1983			
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier/ décembre 1984/1983	Janvier 1984/1983			
<b>thousands of dollars - milliers de dollars</b>									
10,917	10,984	11,827	14,873	21,685	- 71.9	+ 2.1	Terre-Neuve	1	
6,146	5,537	5,397	6,350	10,924	- 65.8	- 8.7	Île-du-Prince-Édouard	2	
27,825	25,947	26,189	36,478	57,769	- 71.9	+ 7.3	Nouvelle-Écosse	3	
19,513	19,507	20,109	27,007	40,017	- 69.8	+ 7.1	Nouveau-Brunswick	4	
152,270	165,114	173,157	192,906	304,967	- 60.5	+ 6.0	Québec	5	
307,527	324,680	335,918	430,194	652,084	- 64.6	+ 4.9	Ontario	6	
42,761	48,773	47,505	60,620	85,566	- 62.0	+ 7.1	Manitoba	7	
28,145	30,972	30,682	39,161	53,793	- 60.8	+ 11.9	Saskatchewan	8	
117,283	131,181	124,404	157,650	225,789	- 58.6	+ 1.3	Alberta	9	
133,897	156,209	143,923	170,746	273,669	- 59.6	+ 1.1	Colombie-Britannique	10	
2,659	3,163	2,905	2,777	4,858	- 64.1	- 6.6	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11	
850,941	922,067	922,014	1,138,763	1,731,121	- 62.5	+ 4.2	CANADA	12	

TABLEAU 4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1983 et 1984

1983						Change - Variation		Certaines zones métropolitaines	No
August	September	October	November	December	January/ December 1984/1983	January 1984/1983			
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier/ décembre 1984/1983	Janvier 1984/1983			
<b>thousands of dollars - milliers de dollars</b>									
44,043	50,187	46,942	60,076	85,124	- 57.9	+ 0.9	Calgary	1	
53,645	59,701	56,511	70,315	100,816	- 57.4	+ 1.4	Edmonton	2	
15,204	14,296	14,665	20,135	30,126	- 69.1	+ 5.0	Halifax-Dartmouth	3	
21,836	22,575	25,633	30,698	51,446	- 64.3	+ 11.3	Hamilton	4	
90,637	100,678	104,605	116,811	186,524	- 60.8	+ 4.6	Montréal	5	
37,362	40,665	43,969	50,786	74,772	- 63.0	+ 0.4	Ottawa-Hull	6	
20,699	22,699	24,002	26,309	38,661	- 51.5	+ 21.0	Ville de Québec	7	
120,034	130,998	132,358	169,780	262,038	- 64.9	--	Toronto	8	
78,407	92,887	84,868	100,144	160,745	- 58.7	- 0.6	Vancouver	9	
38,547	44,404	42,982	54,821	76,858	- 61.4	+ 7.6	Winnipeg	10	

TABLE 5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1983 and 1984

	1984	1983						
Province	January	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
No.	thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x	x
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x	x
3 Nova Scotia	5,685	5,561	5,025	6,674	6,827	7,465	7,919	7,803
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x	x
5 Quebec	69,668	63,028	59,932	78,757	80,468	89,932	91,110	74,622
6 Ontario	145,440	139,304	130,111	168,840	171,235	177,566	203,562	185,934
7 Manitoba	22,684	20,927	21,103	30,050	27,495	26,790	29,192	26,389
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x	x
9 Alberta	74,649	74,681	72,922	92,836	84,401	87,977	97,331	85,779
10 British Columbia	92,402	91,080	91,592	112,768	100,349	108,532	119,978	102,698
11 Yukon and Northwest Territories	x	x	x	x	x	x	x	x
12 CANADA	433,177	416,073	400,107	517,527	496,451	524,432	578,356	510,527

TABLE 6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1983 and 1984

TABLEAU 5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1983 et 1984

1983						Change - Variation			Province	Nº
August	September	October	November	December	January/ December 1984/1983	January 1984/1983				
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier/ décembre 1984/1983	Janvier 1984/1983				
<b>Thousands of dollars - milliers de dollars</b>										No
x	x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1	
x	x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2	
9,112	8,579	8,343	11,875	17,028	- 66.6	+ 2.2		Nouvelle-Écosse	3	
x	x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4	
84,368	98,478	104,427	116,397	170,332	- 59.1	+ 10.5		Québec	5	
184,008	204,499	212,535	269,568	388,614	- 62.6	+ 4.4		Ontario	6	
26,845	33,877	31,748	40,397	55,448	- 59.1	+ 8.4		Manitoba	7	
x	x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8	
87,553	101,788	96,307	122,043	171,051	- 56.4	--		Alberta	9	
107,391	127,635	116,838	139,163	217,651	- 57.5	+ 1.5		Colombie-Britannique	10	
x	x	x	x	x	x	x	x	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11	
520,963	609,641	605,042	741,909	1,078,633	- 59.8	+ 4.1		CANADA	12	

TABLEAU 6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1983 et 1984

1983						Change - Variation			Certaines zones métropolitaines	Nº
August	September	October	November	December	January/ December 1984/1983	January 1984/1983				
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier/ décembre 1984/1983	Janvier 1984/1983				
<b>Thousands of dollars - milliers de dollars</b>										No
34,050	40,070	37,411	48,427	67,164	- 56.5	+ 0.5		Calgary	1	
40,394	46,806	44,388	55,465	77,308	- 55.1	- 1.2		Edmonton	2	
8,569	7,863	7,886	10,984	15,587	- 66.0	+ 0.8		Halifax-Dartmouth	3	
16,660	17,270	19,464	23,140	37,210	- 62.6	+ 11.1		Hamilton	4	
57,849	68,063	70,303	79,347	118,386	- 60.6	+ 10.2		Montréal	5	
22,701	26,797	29,674	33,263	46,030	- 62.1	- 5.4		Ottawa-Hull	6	
x	x	x	x	x	x	x	x	Ville de Québec	7	
97,704	97,742	98,876	126,347	188,296	- 64.2	- 2.3		Toronto	8	
67,909	81,850	74,237	87,896	138,559	- 57.2	--		Vancouver	9	
x	x	x	x	x	x	x	x	Winnipeg	10	

TABLE 7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1983 and 1984

	1984	1983						
Province	January	January	February	March	April	May	June	July
No.	Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
thousands of dollars - milliers de dollars								
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x	x
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x	x
3 Nova Scotia	10,576	9,591	9,527	14,694	14,138	16,644	19,260	17,228
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x	x
5 Quebec	50,817	50,662	45,734	58,802	61,518	70,049	74,248	63,866
6 Ontario	85,723	81,085	79,427	104,349	105,406	120,552	134,287	116,523
7 Manitoba	9,817	9,411	9,805	13,092	14,479	16,027	17,045	15,275
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x	x
9 Alberta	18,912	17,665	19,101	25,064	26,498	29,817	30,151	27,868
10 British Columbia	18,228	18,367	18,918	24,904	25,765	28,256	28,657	27,649
11 Yukon and Northwest Territories	x	x	x	x	x	x	x	x
12 CANADA	216,184	207,353	203,997	270,051	278,817	315,835	341,809	303,265

TABLE 8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1983 and 1984

TABLEAU 7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1983 et 1984

1983							Change - Variation	
August	September	October	November	December	January/ December 1984/1983	January 1984/1983	Province	
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier/ décembre 1984/1983	Janvier 1984/1983		
<b>thousands of dollars - milliers de dollars</b>								
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
18,713	17,368	17,847	24,603	40,740	- 74.0	+ 10.3	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
67,903	66,636	68,731	76,510	134,636	- 62.3	+ 0.3	Québec	5
123,519	120,181	123,383	160,626	263,470	- 67.5	+ 5.7	Ontario	6
15,917	14,896	15,757	20,223	30,118	- 67.4	+ 4.3	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
29,730	29,393	28,097	35,608	54,739	- 65.5	+ 7.1	Alberta	9
28,506	28,574	27,084	31,583	56,018	- 67.5	- 0.8	Colombie-Britannique	10
x	x	x	x	x	x	x	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
321,270	312,425	316,972	396,854	652,488	- 66.9	+ 4.3	CANADA	12

TABLEAU 8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1983 et 1984

1983							Change - Variation	
August	September	October	November	December	January/ December 1984/1983	January 1984/1983	Certaines zones métropolitaines	
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier/ décembre 1984/1983	Janvier 1984/1983		
<b>thousands of dollars - milliers de dollars</b>								
9,993	10,117	9,531	11,649	17,960	- 63.0	+ 2.8	Calgary	1
13,250	12,894	12,123	14,850	23,508	- 65.2	+ 13.9	Edmonton	2
6,635	6,433	6,779	9,150	14,539	- 72.4	+ 11.2	Halifax-Dartmouth	3
5,176	5,305	6,168	7,559	14,236	- 68.7	+ 11.9	Hamilton	4
32,788	32,615	34,302	37,463	68,138	- 61.2	- 4.0	Montréal	5
18,432	13,869	14,294	17,523	28,742	- 64.5	+ 12.1	Ottawa-Hull	6
x	x	x	x	x	x	x	Ville de Québec	7
32,420	33,256	33,482	43,433	73,742	- 66.8	+ 6.9	Toronto	8
10,497	11,037	10,631	12,248	22,186	- 67.6	- 5.3	Vancouver	9
x	x	x	x	x	x	x	Winnipeg	10



TABLEAU 9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1983 et 1984

July	August	September	October	November	December	Province	No
JUILLET	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	32	32	32	32	32	Nouvelle-Écosse	3
25	26	26	26	26	26	Nouveau-Brunswick	4
161	163	163	163	163	163	Québec	5
300	301	301	301	301	300	Ontario	6
38	38	38	38	38	38	Manitoba	7
30	31	31	31	31	31	Saskatchewan	8
84	85	84	84	84	84	Alberta	9
101	101	101	101	101	101	Colombie-Britannique	10
6	6	6	6	6	6	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
798	804	803	803	803	802	CANADA	12

TABLEAU 10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1983 et 1984

1983						Certaines zones métropolitaines	No
July	August	September	October	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
27	27	26	26	26	26	Calgary	1
32	33	33	33	33	33	Edmonton	2
13	13	13	13	13	13	Halifax-Dartmouth	3
23	23	23	24	24	24	Hamilton	4
79	81	81	80	80	80	Montréal	5
32	33	33	33	33	33	Ottawa-Hull	6
19	19	19	20	20	20	Ville de Québec	7
88	88	88	88	88	88	Toronto	8
41	41	41	41	41	41	Vancouver	9
30	30	30	30	30	30	Winnipeg	10

TABLE 11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1983 and 1984

Province No.	1984		1983		April Avril	May Mai	June Juin
	January	Janvier	January	Janvier			
	number - nombre		Février	Mars			
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	6	5	5	6	6
4 New Brunswick	4	5	4	4	4	4	4
5 Quebec	55	58	55	54	54	54	54
6 Ontario	112	113	111	112	112	112	112
7 Manitoba	18	18	18	18	18	18	18
8 Saskatchewan	16	15	15	15	15	15	15
9 Alberta	49	51	51	50	50	50	50
10 British Columbia	60	60	60	60	60	60	60
11 Yukon and Northwest Territories	5	6	5	5	5	5	5
12 CANADA	336	343	336	334	334	335	335

TABLE 12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1983 and 1984

Selected metropolitan areas No.	1984		1983		April Avril	May Mai	June Juin
	January	Janvier	January	Janvier			
	number - nombre		Février	Mars			
1 Calgary	14	15	15	15	15	15	15
2 Edmonton	18	19	19	18	18	18	18
3 Halifax-Dartmouth	5	5	5	5	5	5	5
4 Hamilton	14	15	14	14	14	14	14
5 Montreal	30	31	30	29	29	29	29
6 Ottawa-Hull	13	13	12	13	13	13	13
7 Quebec City	8	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, 1983 et 1984

1983						Province	No
July	August	September	October	November	December		
Juillet	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	6	6	6	6	6	Nouvelle-Écosse	3
4	4	4	4	4	4	Nouveau-Brunswick	4
54	56	56	56	56	56	Québec	5
112	112	112	112	112	112	Ontario	6
18	18	18	18	18	18	Manitoba	7
15	16	16	16	16	16	Saskatchewan	8
50	50	49	49	49	49	Alberta	9
60	60	60	60	60	60	Colombie-Britannique	10
5	5	5	5	5	5	Yukon et les territoires du Nord-Ouest	11
335	338	337	337	337	337	CANADA	12

TABLEAU 12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1983 et 1984

1983						Certaines zones métropolitaines	No
July	August	September	October	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
15	15	14	14	14	14	Calgary	1
18	18	18	18	18	18	Edmonton	2
5	5	5	5	5	5	Halifax-Dartmouth	3
14	14	14	14	14	14	Hamilton	4
29	31	31	30	30	30	Montréal	5
13	13	13	13	13	13	Ottawa-Hull	6
7	7	7	8	8	8	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, 1983 and 1984

Province No.	1984		1983		April	May	June
	January	Janvier	January	Janvier			
	number - nombre		Février	Mars			
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	22	20	20	21	21	21	21
5 Quebec	107	106	106	107	107	107	107
6 Ontario	187	188	188	188	188	188	188
7 Manitoba	20	20	20	20	20	20	20
8 Saskatchewan	15	14	14	15	15	15	15
9 Alberta	35	33	33	33	33	34	34
10 British Columbia	41	42	41	41	41	41	41
11 Yukon and Northwest Territories	1	1	1	1	1	1	1
12 CANADA	464	460	459	462	462	463	463

TABLE 14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1983 and 1984

Selected metropolitan areas No.	1984		1983		April	May	June
	January	Janvier	January	Janvier			
	number - nombre		Février	Mars			
1 Calgary	12	12	12	12	12	12	12
2 Edmonton	15	13	13	13	13	14	14
3 Halifax-Dartmouth	8	8	8	8	8	8	8
4 Hamilton	10	9	9	9	9	9	9
5 Montreal	50	49	49	50	50	50	50
6 Ottawa-Hull	20	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	15	16	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, 1983 et 1984

1983						Province	No
July	August	September	October	November	December		
Juillet	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
21	22	22	22	22	22	Nouveau-Brunswick	4
107	107	107	107	107	107	Québec	5
188	189	189	189	189	188	Ontario	6
20	20	20	20	20	20	Manitoba	7
15	15	15	15	15	15	Saskatchewan	8
34	35	35	35	35	35	Alberta	9
41	41	41	41	41	41	Colombie-Britannique	10
1	1	1	1	1	1	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
463	466	466	466	466	465	CANADA	12

TABLEAU 14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1983 et 1984

1983						Certaines zones métropolitaines	No
July	August	September	October	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
12	12	12	12	12	12	Calgary	1
14	15	15	15	15	15	Edmonton	2
8	8	8	8	8	8	Halifax-Dartmouth	3
9	9	9	10	10	10	Hamilton	4
50	50	50	50	50	50	Montréal	5
19	20	20	20	20	20	Ottawa-Hull	6
12	12	12	12	12	12	Ville de Québec	7
48	48	48	48	48	48	Toronto	8
15	15	15	15	15	15	Vancouver	9
17	17	17	17	17	17	Winnipeg	10

TABLE 15. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1983 and 1984  
January

TABLEAU 15. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1983 et 1984  
Janvier

Department Rayon No.	Sales - Ventes		Change 1984/1983 Variation 1984/1983 per cent milliers de dollars pourcentage
	1983	1984	
	thousands of dollars		
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles			
2 Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles			
3 Women's and misses' sportswear - Vêtements sport pour dames et jeunes filles			
4 Furs - Fourrures			
5 Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants			
6 Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'adolescentes			
7 Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames			
8 Intimate apparel - Sous-vêtements			
9 Millinery - Chapeaux			
10 Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes			
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes			
12 Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants			
13 Men's clothing - Vêtements pour hommes			
14 Men's furnishings - Articles d'ameublement pour hommes			
15 Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons			
16 Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons			
17 Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes			
18 Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments			
19 Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques			
20 Piece goods - Tissus à la pièce			
21 Linens and domestics - Literie et linge de maison			
22 Smallwares and notions - Menus articles			
23 China and glassware - Porcelaine et verrerie			
24 Floor coverings - Revêtements de plancher			
25 Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses			
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison			
27 Furniture - Meubles			
28 Major appliances - Gros appareils ménagers			
29 Television, radio and music - Télévision, radio et musique			
30 Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques			
31 Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.			
32 Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction			
33 Jewellery - Bijouterie			
34 Toys and games - Jouets et jeux			
35 Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises			
36 Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues			
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures			
38 Meals and lunches - Repas et casse-croûtes			
39 Repairs and services - Services et travaux de réparation			
40 All other departments - Tous autres rayons			
41 ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS			

Cumulative figures will appear here in subsequent issues.

Les chiffres cumulatifs paraîtront ici dans les numéros ultérieurs.

TABLE 16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1983 and 1984  
January

TABLEAU 16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1983 et 1984  
Janvier

Province	Sales - Ventes		Change 1984/1983
	1983	1984	
		thousands of dollars	per cent
		milliers de dollars	pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve			
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard			
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse			
New Brunswick - Nouveau-Brunswick			
Québec			Cumulative figures will appear here in subsequent issues.
Ontario			
Manitoba			
Saskatchewan			
Alberta			
British Columbia - Colombie-Britannique			
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest			Les chiffres cumulatifs paraîtront ici dans les numéros ultérieurs.

CANADA

TABLE 17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1983 and 1984  
January

TABLEAU 17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1983 et 1984  
Janvier

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1984/1983
	1983	1984	
		thousands of dollars	per cent
		milliers de dollars	pourcentage
Calgary			
Edmonton			
Halifax-Dartmouth			
Hamilton			
Montréal			Cumulative figures will appear here in subsequent issues.
Ottawa-Hull			
Quebec City - Ville de Québec			
Toronto			
Vancouver			
Winnipeg			

TABLE 18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1983 and 1984  
January

TABLEAU 18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1983 et 1984  
Janvier

Province	Sales - Ventes		Change 1984/1983
	1983	1984	
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve			
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard			
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse			
New Brunswick - Nouveau-Brunswick			
Québec			Cumulative figures will appear here in subsequent issues.
Ontario			
Manitoba			
Saskatchewan			
Alberta			Les chiffres cumulatifs paraîtront ici dans les numéros ultérieurs.
British Columbia - Colombie-Britannique			
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest			
<b>CANADA</b>			

TABLE 19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1983 and 1984  
January

TABLEAU 19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1983 et 1984  
Janvier

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1984/1983
	1983	1984	
	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary			
Edmonton			
Halifax-Dartmouth			
Hamilton			
Montréal			Cumulative figures will appear here in subsequent issues.
Ottawa-Hull			
Quebec City - Ville de Québec			Les chiffres cumulatifs paraîtront ici dans les numéros ultérieurs.
Toronto			
Vancouver			
Winnipeg			

TABLE 20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1983 and 1984  
January

TABLEAU 20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1983 et 1984  
Janvier

Province	Sales - Ventes		Change 1984/1983
	1983	1984	
	thousands of dollars		per cent
Newfoundland - Terre-Neuve			milliers de dollars
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard			pourcentage
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse			
New Brunswick - Nouveau-Brunswick			
Québec			Cumulative figures will appear here in subsequent issues.
Ontario			
Manitoba			
Saskatchewan			Les chiffres cumulatifs paraîtront ici dans les numéros ultérieurs.
Alberta			
British Columbia - Colombie-Britannique			
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest			
<b>CANADA</b>			

TABLE 21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1983 and 1984  
January

TABLEAU 21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1983 et 1984  
Janvier

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1984/1983
	1983	1984	
	thousands of dollars		per cent
Calgary			milliers de dollars
Edmonton			pourcentage
Halifax-Dartmouth			
Hamilton			
Montréal			Cumulative figures will appear here in subsequent issues.
Ottawa-Hull			
Quebec City - Ville de Québec			Les chiffres cumulatifs paraîtront ici dans les numéros ultérieurs.
Toronto			
Vancouver			
Winnipeg			

TABLE 22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1982-1984

TABLEAU 22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1982-1984

Period Période	Department stores Grands magasins						
	Total Ventes	Major Traditionnels		Junior Populaires			
		Sales Ventes	Distribu- tion	Sales Ventes	Distribu- tion	Sales Ventes	
	'000	%		'000	%	'000	%
<b>1982:</b>							
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	
<b>1983:</b>							
January - Janvier	623,426	100.0	416,073	66.7	207,353	33.3	
February - Février	604,104	100.0	400,107	66.2	203,997	33.8	
March - Mars	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	922,067	100.0	609,641	66.1	312,425	33.9	
October - Octobre	922,014	100.0	605,042	65.6	316,972	34.4	
November - Novembre	1,138,763	100.0	741,909	65.2	396,854	34.8	
December - Décembre	1,731,121	100.0	1,078,633	62.3	652,488	37.7	
Year - Année	10,929,506	100.0	7,007,661	64.1	3,921,844	35.9	
<b>1984:</b>							
January - Janvier	649,360	100.0	433,177	66.7	216,184	33.3	
February - Février							
March - Mars							
April - Avril							
May - Mai							
June - Juin							
July - Juillet							
August - Août							
September - Septembre							
October - Octobre							
November - Novembre							
December - Décembre							
Year - Année							

TABLE 23. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1982-1984  
January

TABLEAU 23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1982-1984  
Janvier

Province and Selected Metropolitan Areas	Distribution			Change 1984/1983
	1982 <sup>r</sup>	1983	1984	Variation 1984/1983
per cent - pourcentage				
Newfoundland - Terre-Neuve	5.1	5.0	4.7	- 6.0
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	12.8	14.5	11.6	- 20.0
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	11.4	7.0	6.4	- 8.6
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	6.6	6.6	6.4	- 3.0
Québec	6.7	6.3	6.4	- 5.9
Ontario	8.8	8.5	8.1	- 4.7
Manitoba	11.2	11.5	11.1	- 3.5
Saskatchewan	5.7	6.5	6.9	+ 6.2
Alberta	12.2	11.9	11.9	-
British Columbia - Colombie-Britannique	12.6	13.2	12.5	- 5.3
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	10.5	10.0	8.9	- 11.0
CANADA	9.0	9.0	8.5	- 5.6
Montréal	8.2	8.7	8.3	- 4.6
Toronto	9.7	9.3	8.5	- 8.6
Edmonton	13.6	15.7	15.3	- 2.5
Vancouver	12.0	15.4	14.3	- 7.1

TABLE 24. Department Store Monthly Stocks(1), by Department, Canada, 1983 and 1984

Department No.	1984		1983						
	January	January	February	March	April	May	June	July	
	Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	
thousands of dollars milliers de dollars									
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	44,916	36,432	39,827	50,212	59,149	53,684	36,711	42,081	
2 Women's and misses' coats and suits	39,205	36,868	41,207	41,457	35,693	24,664	23,800	49,565	
3 Women's and misses' sportswear	134,591	107,426	114,463	149,791	170,227	155,028	121,651	131,195	
4 Furs	20,510	17,836	15,771	16,471	11,029	16,953	16,502	16,626	
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	69,452	58,915	64,568	74,045	83,519	79,876	75,769	92,074	
6 Girls' and teenage girls' wear	31,052	31,258	37,273	48,282	47,809	44,476	35,746	51,879	
7 Lingerie and women's sleepwear	44,739	39,897	39,099	47,104	51,975	49,709	40,490	42,019	
8 Intimate apparel	42,931	33,624	29,920	32,831	37,468	34,662	31,439	33,097	
9 Millinery	3,444	2,102	1,866	1,419	2,377	1,272	1,207	2,177	
10 Women's and girls' hosiery	32,748	26,254	26,790	31,773	35,437	35,235	33,481	34,379	
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	45,527	39,618	39,966	46,630	49,543	44,084	36,338	39,828	
12 Women's, misses' and children's footwear	97,702	75,549	81,500	102,693	104,725	104,081	81,416	94,407	
13 Men's clothing	121,340	111,702	137,579	160,091	148,765	151,819	134,412	146,171	
14 Men's furnishings	132,716	119,180	123,058	135,005	153,735	149,872	125,302	129,761	
15 Boys' clothing and furnishings	40,434	37,083	39,551	42,311	44,467	41,278	37,897	36,656	
16 Men's and boys' footwear	74,371	62,445	55,203	74,675	71,963	63,263	69,612	78,156	
17 Food and kindred products	44,670	38,119	40,249	41,106	44,482	34,242	43,524	40,773	
18 Toiletries, cosmetics and drugs	232,705	193,004	149,162	169,033	191,342	172,373	181,084	194,026	
19 Photographic equipment and supplies	59,725	55,045	49,854	50,360	57,791	61,072	58,920	62,265	
20 Piece goods	25,252	23,618	23,824	30,107	25,966	34,748	25,447	29,677	
21 Linens and domestics	121,750	108,506	112,560	113,998	125,286	135,602	119,765	122,715	
22 Smallwares and notions	37,372	35,739	35,053	35,812	41,415	41,569	44,135	45,371	
23 China and glassware	87,001	84,102	88,609	91,736	84,773	100,191	94,877	95,614	
24 Floor coverings	54,955	48,316	46,440	50,642	47,834	53,084	52,260	49,702	
25 Draperies, curtains and furniture coverings	70,393	61,298	57,776	68,398	63,753	66,310	64,039	62,464	
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	52,943	43,617	44,175	53,031	49,665	59,162	54,666	55,696	
27 Furniture	164,181	181,679	165,287	189,195	198,840	205,478	177,372	167,625	
28 Major appliances	68,864	55,572	57,648	63,180	69,351	59,243	47,090	47,595	
29 Television, radio and music	155,964	134,764	131,777	151,558	159,265	161,893	158,662	155,018	
30 Housewares and small electrical appliances	192,356	170,418	162,985	159,781	188,257	177,327	185,823	181,255	
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	127,010	112,354	108,723	142,575	125,815	141,078	141,086	134,833	
32 Plumbing, heating and building materials	33,974	39,957	34,939	39,448	41,778	39,941	36,465	38,431	
33 Jewellery	120,572	117,632	110,023	120,944	120,272	121,509	113,997	116,291	
34 Toys and games	89,283	75,546	72,948	82,799	97,760	90,069	95,757	101,149	
35 Sporting goods and luggage	110,494	107,199	108,929	129,534	153,593	157,055	141,320	136,862	
36 Stationery, books and magazines	122,007	90,122	86,102	87,617	116,391	121,986	125,228	143,469	
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	50,741	52,060	50,341	50,900	53,909	53,541	48,817	50,965	
38 Meals and lunches	1,319	1,275	1,192	1,450	1,450	1,161	1,355	1,511	
39 Repairs and services	5,878	4,872	4,284	4,865	4,625	4,140	4,530	4,588	
40 All other departments	54,141	53,646	53,321	65,753	88,638	72,619	63,374	62,179	
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,058,228	2,724,619	2,686,842	3,052,108	3,261,632	3,235,347	2,981,366	3,136,849	

(1) At selling value.

TABLEAU 24. Stocks(1) mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1983 et 1984

1983						Change - Variation		Rayon	N°
August	September	October	November	December	January/ December 1984/1983	January 1984/1983			
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier/ décembre 1984/1983	Janvier 1984/1983			
Thousands of dollars						per cent			
milliers de dollars						pourcentage			
43,457	42,922	52,865	60,365	43,008	+ 4.4	+ 23.3	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	1	
57,032	75,809	75,907	65,218	41,728	- 6.0	+ 6.3	Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	2	
150,347	166,315	178,184	189,368	141,664	- 5.0	+ 25.3	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3	
19,377	27,907	27,345	26,498	22,296	- 8.0	+ 15.0	Fourrures	4	
87,362	85,806	103,100	93,272	85,943	- 19.2	+ 17.9	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5	
43,511	50,999	50,001	49,075	34,485	- 12.9	- 3.9	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6	
47,418	50,855	64,976	78,397	46,585	- 4.0	+ 12.1	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7	
53,009	53,859	38,763	43,721	41,201	+ 4.2	+ 28.4	Sous-vêtements	8	
2,271	2,969	3,726	6,168	4,783	- 28.0	+ 63.8	Chapeaux	9	
37,846	38,341	41,918	44,947	36,026	- 9.1	+ 24.7	Bags pour dames et fillettes	10	
43,635	52,998	64,462	71,320	43,894	+ 3.7	+ 14.9	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11	
100,450	108,426	111,203	109,038	99,229	- 1.5	+ 29.3	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12	
180,451	167,001	169,651	205,168	151,901	- 20.1	+ 8.6	Vêtements pour hommes	13	
148,638	169,971	198,003	202,452	128,688	+ 3.1	+ 11.4	Articles d'habillement pour hommes	14	
40,952	48,248	57,382	52,296	30,663	+ 1.5	+ 2.1	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15	
29,370	80,730	90,454	89,253	74,727	- 0.5	+ 18.4	Chaussures pour hommes et garçons	16	
50,548	54,992	48,751	52,393	79,072	+ 53.4	+ 17.3	Fournitures administratives et commerciales	17	
194,776	187,597	257,286	263,946	205,343	+ 13.3	+ 20.6	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18	
57,702	57,571	72,117	67,510	55,038	+ 8.5	+ 8.5	Appareils et fournitures photographiques	19	
32,472	27,723	33,908	31,024	30,764	- 17.9	+ 6.9	Tissus à la pièce	20	
120,221	116,753	124,040	136,414	142,638	- 14.6	+ 12.2	Literie et linge de maison	21	
43,584	40,027	43,669	42,639	45,259	- 17.4	+ 4.6	Menus articles	22	
102,860	93,763	106,666	112,641	117,588	- 26.0	+ 3.4	Porcelaine et verrerie	23	
47,731	41,555	47,316	49,372	61,790	- 11.1	+ 13.7	Revêtements de plancher	24	
64,198	60,302	61,859	64,586	68,814	+ 2.3	+ 14.8	Tentures, rideaux et housses	25	
60,450	55,363	63,389	62,099	50,908	+ 4.0	+ 21.4	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'aménagement pour la maison	26	
160,010	161,878	183,341	171,046	209,070	- 21.5	- 9.6	Meubles	27	
49,861	55,586	57,853	70,701	74,158	- 7.1	+ 23.9	Gros appareils ménagers	28	
161,955	164,658	177,052	189,819	161,475	- 3.4	+ 15.7	Télévision, radio et musique	29	
189,186	186,731	196,117	227,174	176,548	+ 9.0	+ 12.9	Articles de ménage et petits appareils électriques	30	
127,013	132,803	138,961	136,729	141,427	- 10.2	+ 13.0	Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.	31	
38,074	38,421	39,936	42,173	52,218	- 34.9	- 15.0	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32	
116,363	109,423	130,947	140,184	111,075	+ 8.6	+ 2.5	Bijouterie	33	
114,820	138,892	170,227	150,049	79,959	+ 11.7	+ 18.2	Jouets et jeux	34	
123,873	135,275	164,336	159,376	125,645	- 12.1	+ 3.1	Articles de sport et valises	35	
135,751	141,007	133,920	143,899	113,493	+ 7.5	+ 35.4	Papeterie, livres et revues	36	
52,143	51,959	59,703	56,261	64,697	- 21.6	- 2.5	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37	
1,111	945	1,175	1,083	1,018	+ 29.6	+ 3.5	Repas et cesse-croûtes	38	
4,779	4,918	5,030	5,295	5,466	+ 7.5	+ 20.6	Services et travaux de réparation	39	
55,009	68,761	87,295	90,540	63,018	- 14.1	+ 0.9	Tous autres rayons	40	
3,213,616	3,310,440	3,732,871	3,854,903	3,222,506	- 5.1	+ 12.3	<b>TOTAL, TOUS RAYONS</b>	41	

(1) Valeur de vente.

TABLE 25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1983 and 1984(1)

Department No.	1984		1983					
			January <sup>b</sup>	January	February	March	April	May
	Janvier <sup>b</sup>	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	
thousands of dollars milliers de dollars								
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	52,028	41,188	40,919	40,271	46,779	49,034	42,302	
2 Women's and misses' coats and suits	52,923	51,920	50,358	49,709	45,984	37,226	35,751	
3 Women's and misses' sportswear	163,002	128,912	125,274	146,610	140,711	136,730	152,611	
4 Furs	21,010	18,224	17,763	19,730	12,448	18,893	18,268	
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	84,842	71,097	74,423	85,443	73,710	78,482	82,101	
6 Girls' and teenage girls' wear	40,915	43,119	43,352	51,429	42,964	42,337	40,395	
7 Lingerie and women's sleepwear	54,308	49,422	47,001	51,050	47,496	47,003	45,609	
8 Intimate apparel	41,819	32,718	31,986	35,155	35,112	33,245	33,795	
9 Millinery	3,746	2,347	2,356	2,146	2,661	1,320	1,794	
10 Women's and girls' hosiery	37,443	29,350	29,452	32,598	31,977	32,421	34,487	
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	53,700	47,052	45,003	48,142	45,604	43,320	42,629	
12 Women's, misses' and children's footwear	119,484	92,144	89,992	99,345	88,254	93,485	83,513	
13 Men's clothing	166,379	151,274	151,895	171,569	143,937	150,917	156,742	
14 Men's furnishings	159,925	143,514	140,972	145,493	141,656	143,198	140,377	
15 Boys' clothing and furnishings	44,042	42,724	41,421	47,812	42,701	43,473	43,411	
16 Men's and boys' footwear	88,001	79,570	68,774	79,791	66,900	77,061	70,222	
17 Food and kindred products	...	...	...	...	...	...	...	
18 Toiletries, cosmetics and drugs	222,195	189,619	174,578	188,758	183,142	169,970	186,419	
19 Photographic equipment and supplies	60,579	55,614	56,232	64,286	54,606	57,775	64,817	
20 Piece goods	28,621	26,095	24,385	29,715	24,410	32,937	25,977	
21 Linens and domestics	128,252	114,704	116,166	116,622	113,891	121,330	118,142	
22 Smallwares and notions	41,747	39,803	40,576	39,880	38,000	37,580	40,594	
23 China and glassware	97,393	94,850	96,714	96,453	86,216	95,189	96,680	
24 Floor coverings	57,191	49,883	48,945	53,504	47,376	49,895	49,138	
25 Draperies, curtains and furniture cov- erings	73,702	60,893	59,884	70,820	60,208	63,443	65,735	
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	61,298	49,398	49,264	56,876	49,729	53,616	54,323	
27 Furniture	170,595	190,432	174,822	195,755	178,665	188,322	179,954	
28 Major appliances	71,221	57,173	56,664	64,136	63,740	59,099	51,790	
29 Television, radio and music	168,282	143,176	145,912	158,683	147,416	155,144	158,997	
30 Housewares and small electrical appliances	201,062	181,014	184,732	166,456	172,893	169,441	184,866	
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	154,269	131,975	126,757	151,450	118,774	127,355	134,848	
32 Plumbing, heating and building materials	...	...	...	...	...	...	...	
33 Jewellery	128,775	129,398	118,199	125,370	111,683	117,289	120,157	
34 Toys and games	106,441	88,995	89,707	101,179	96,912	100,161	117,408	
35 Sporting goods and luggage	141,008	138,968	132,646	140,783	130,653	134,818	139,685	
36 Stationery, books and magazines	138,613	100,605	101,051	101,774	113,122	114,364	123,704	
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	54,595	56,573	55,477	57,861	49,971	50,561	52,001	
38 Meals and lunches	...	...	...	...	...	...	...	
39 Repairs and services	6,187	5,405	5,282	5,942	4,826	4,307	4,673	
40 All other departments	70,542	74,267	67,776	63,474	75,294	63,966	63,765	
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,427,354	3,040,777	3,006,135	3,253,500	3,006,794	3,064,526	3,144,395	

(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, désaaisonialisés, par rayon, Canada, 1983 et 1984(1)

1983						Change - Variation		
July	August	September	October	November	December	January/ December 1984/1983	Rayon	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier/ décembre 1984/1983		
millions of dollars						per cent		
milliers de dollars						pourcentage		
44,948	49,229	47,941	44,839	52,219	48,545	+ 7.2	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	1
39,223	43,508	51,242	49,918	53,612	50,415	+ 5.0	Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	2
131,569	150,033	173,923	160,795	167,295	171,091	- 4.7	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
18,439	19,369	23,862	21,195	22,190	20,756	+ 1.2	Fourrures	4
76,321	83,807	87,312	86,470	88,017	91,487	- 7.3	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
42,875	40,613	50,375	43,347	42,968	45,252	- 9.6	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
45,448	48,584	53,929	48,828	56,514	56,067	- 3.1	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
33,559	33,800	39,858	36,251	37,780	40,158	+ 4.1	Sous-vêtements	8
2,908	2,793	3,402	2,768	3,412	2,972	+ 26.0	Chapeaux	9
33,209	34,209	40,298	37,930	40,659	40,801	- 8.2	Bes pour dames et fillettes	10
42,474	45,178	55,466	49,523	53,222	51,366	+ 4.5	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
93,242	98,217	115,060	101,129	108,890	105,844	+ 12.9	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
192,754	155,503	163,721	138,652	168,797	155,013	+ 7.3	Vêtements pour hommes	13
130,812	143,731	162,116	149,194	165,445	162,323	- 1.4	Articles d'habillement pour hommes	14
83,401	82,826	47,804	83,211	81,284	88,177	+ 8.8	Vêtements et articles d'habillement pour femmes	15
72,817	73,850	88,378	77,199	87,908	81,378	- 8.2	Chimise pour hommes et femmes	16
194,467	213,096	214,086	219,195	210,779	214,170	+ 3.7	Produits alimentaires en conserve	17
62,575	58,946	63,330	55,230	58,661	63,123	- 4.0	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
27,957	31,643	30,511	30,764	30,866	30,768	+ 7.0	Appareils et fournitures photographiques	19
5	5	5	5	5	5	5	Tissus à la pièce	20
125,032	130,860	139,052	126,826	126,173	135,316	- 5.2	Literie et linge de maison	21
40,593	42,290	43,033	42,481	44,661	43,635	- 4.3	Menus articles	22
96,164	102,383	100,735	100,730	102,066	103,393	- 5.8	Porcelaine et verrerie	23
47,851	46,384	46,347	45,899	50,680	55,739	+ 2.6	Revêtements de plancher	24
62,315	66,734	67,767	58,364	62,787	64,274	+ 14.7	Tentures, rideaux et housses	25
54,248	57,241	57,624	53,472	55,853	58,060	+ 5.6	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
170,706	170,564	185,442	180,919	174,866	181,966	- 6.2	Meubles	27
49,521	52,395	63,130	57,037	63,358	65,264	+ 9.1	Gros appareils ménagers	28
159,860	170,573	187,112	161,198	166,403	158,752	+ 6.0	Télévision, radio et musique	29
182,150	194,666	201,240	177,177	194,330	192,304	+ 4.6	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
127,581	120,274	143,563	128,349	132,528	143,389	+ 7.6	Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.	31
***	***	***	***	***	***	***	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
120,995	122,561	124,990	116,921	115,376	119,726	+ 7.6	Bijouterie	33
114,294	106,777	111,584	101,051	111,087	122,993	- 13.5	Jouets et jeux	34
138,189	135,390	142,838	132,964	142,241	139,762	+ 0.9	Articles de sport et valises	35
128,026	127,840	143,110	112,140	122,658	135,570	+ 2.2	Papeterie, livres et revues	36
52,146	52,692	54,006	52,616	49,885	63,130	- 13.5	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
4,421	4,528	4,713	4,269	4,605	5,561	+ 11.3	Reparat. et casse-croûtes	38
61,343	66,507	71,737	72,946	75,134	73,949	- 4.6	Services et travaux de réparation	39
3,088,540	3,255,669	3,545,010	3,208,927	3,387,358	3,391,146	+ 1.1	Tous autres rayons	40
<b>TOTAL, TOUS RAYONS</b>							<b>TOTAL, TOUS RAYONS</b>	41

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

TABLE 26. Department Store Monthly Stock-Sales Ratios, by Department, Canada, 1983 and 1984

No.	Department	1984		1983				
		January	January	February	March	April	May	June
		Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5.56	4.55	4.05	3.75	3.67	2.73	1.85
2	Women's and misses' coats and suits	3.07	3.44	3.94	2.66	2.51	2.88	3.76
3	Women's and misses' sportswear	4.21	3.82	3.38	3.23	3.74	2.87	2.16
4	Furs	3.94	3.92	5.04	7.54	12.42	63.97	32.55
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.96	3.53	3.97	3.46	4.14	3.82	3.43
6	Girls' and teenage girls' wear	3.90	3.84	3.63	2.70	3.47	3.10	2.43
7	Lingerie and women's sleepwear	4.01	3.91	3.51	3.40	3.63	3.05	2.21
8	Intimate apparel	5.20	4.58	4.33	3.34	3.74	3.42	2.73
9	Millinery	2.57	1.68	1.84	1.42	1.88	1.19	1.05
10	Women's and girls' hosiery	3.95	3.25	3.63	3.12	3.45	3.45	3.58
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	5.03	4.68	4.99	3.91	3.95	3.27	2.76
12	Women's, misses' and children's footwear	6.86	5.74	6.26	4.82	4.56	4.53	3.18
13	Men's clothing	5.60	5.59	6.87	4.85	4.90	5.24	3.64
14	Men's furnishings	5.34	5.29	5.46	4.10	4.95	4.23	2.33
15	Boys' clothing and furnishings	5.65	5.75	6.03	3.87	3.84	3.59	3.07
16	Men's and boys' footwear	5.11	5.04	5.74	5.18	5.36	5.45	5.87
17	Food and kindred products	0.92	0.80	0.69	0.75	0.79	0.68	0.56
18	Toiletries, cosmetics and drugs	5.91	5.17	3.97	3.83	4.43	3.88	4.00
19	Photographic equipment and supplies	6.38	5.94	5.96	5.19	5.63	5.43	4.15
20	Piece goods	6.90	6.85	6.70	6.33	6.30	7.96	5.81
21	Linens and domestics	4.20	3.83	7.01	5.17	5.49	5.78	3.95
22	Smallwares and notions	4.28	3.96	4.95	4.54	5.68	6.45	6.38
23	China and glassware	13.69	11.17	10.51	8.18	9.51	8.23	9.41
24	Floor coverings	5.62	5.14	4.91	3.89	4.12	4.52	4.15
25	Draperies, curtains and furniture coverings	6.89	5.97	5.61	4.93	4.37	4.25	3.82
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	8.64	6.46	8.01	6.55	7.01	8.68	7.74
27	Furniture	4.32	4.76	5.46	4.45	5.50	4.48	3.73
28	Major appliances	1.85	1.65	2.08	1.74	2.11	1.51	0.87
29	Television, radio and music	4.71	3.83	4.69	4.00	5.32	5.20	4.93
30	Housewares and small electrical appliances	8.20	6.69	5.58	5.78	6.22	5.61	5.22
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	7.79	6.34	6.63	6.74	5.03	4.14	4.32
32	Plumbing, heating and building materials	4.25	5.54	4.51	4.59	3.88	3.24	2.28
33	Jewellery	11.72	12.26	9.92	7.85	7.70	7.07	6.31
34	Toys and games	8.78	9.39	7.85	6.12	6.70	6.41	6.08
35	Sporting goods and luggage	6.47	5.93	7.51	6.45	6.28	5.31	4.02
36	Stationery, books and magazines	6.04	4.68	4.45	3.52	5.17	5.42	4.99
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	3.46	4.09	4.54	3.37	3.32	2.82	2.40
38	Meals and lunches	0.07	0.07	0.07	0.07	0.07	0.06	0.05
39	Repairs and services	0.67	0.63	0.52	0.48	0.49	0.44	0.44
40	All other departments	2.35	2.61	2.63	2.50	2.78	1.95	1.71
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.56	4.25	4.35	3.81	4.16	3.74	3.16

TABLEAU 26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1983 et 1984

July Juillet	August Août	September Septembre	October Octobre	November Novembre	December Décembre	Rayon	No
3.09	2.95	2.91	3.71	3.81	1.85	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	1
7.99	3.51	4.11	3.05	2.61	1.69	Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	2
3.10	3.12	2.60	3.42	3.42	1.78	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
15.09	10.81	10.47	4.72	3.70	2.60	Fourrures	4
4.62	3.52	3.30	3.95	3.47	2.25	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
4.64	1.94	3.18	3.25	2.72	1.44	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
2.78	3.23	2.86	3.51	3.00	0.95	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3.46	3.22	2.92	4.02	4.14	2.63	Sous-vêtements	8
2.06	2.07	1.87	1.65	1.71	1.03	Chapeaux	9
4.78	5.00	2.93	3.52	3.66	1.99	Bas pour dames et fillettes	10
4.03	4.03	3.16	3.69	2.84	1.06	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
5.38	4.36	3.50	3.89	3.34	3.10	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
6.02	6.29	4.22	4.60	3.89	1.94	Vêtements pour hommes	13
3.82	4.49	4.03	4.87	3.20	1.05	Articles d'habillement pour hommes	14
5.83	2.16	3.95	4.96	3.38	1.66	Vêtements et articles d'habillement pour	15
5.77	5.23	4.51	3.68	4.06	1.91	Chaussures pour hommes et garçons	16
9.82	8.89	8.38	8.37	8.77	3.34	Produits alimentaires et boissons	17
8.70	4.21	5.98	5.09	4.36	1.69	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
8.67	4.26	4.60	6.19	4.27	1.71	Appareils et fournitures photographiques	19
8.10	7.13	5.86	6.70	5.89	6.67	Tissus à la pièce	20
4.28	4.25	3.57	4.49	4.77	3.10	Literie et linge de maison	21
6.42	5.83	3.88	4.52	4.04	3.16	Menus articles	22
9.13	10.46	8.09	10.00	6.21	3.36	Porcelaine et verrerie	23
3.57	3.49	3.27	5.20	3.15	5.46	Revêtements de plancher	24
3.89	4.31	3.83	3.89	3.76	3.85	Tentures, rideaux et housses	25
7.33	7.88	6.32	7.13	4.94	2.37	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'aménagement pour la maison	26
2.86	3.27	3.82	4.10	3.94	4.79	Meubles	27
0.81	1.11	1.25	1.18	1.54	1.46	Gros appareils ménagers	28
4.32	4.33	3.21	3.89	3.35	1.79	Télévision, radio et musique	29
5.58	5.87	5.56	5.40	5.21	2.18	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
5.19	5.73	5.70	5.40	5.00	3.74	Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.	31
2.86	3.43	3.62	3.21	3.68	4.07	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
7.92	7.27	5.48	7.64	5.36	1.70	Bijouterie	33
6.19	6.98	8.20	6.50	2.55	0.86	Jouets et jeux	34
4.63	5.46	6.49	8.71	6.50	2.55	Articles de sport et valises	35
5.39	4.34	4.52	5.49	3.50	1.51	Papeterie, livres et revues	36
2.25	3.11	3.24	3.03	2.58	2.41	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
0.36	0.05	0.04	0.05	0.04	0.03	Repas et casse-croûtes	38
0.31	0.50	0.48	0.46	0.38	0.40	Services et travaux de réparation	39
2.30	2.39	2.51	3.17	2.74	1.09	Tous autres rayons	40
5.68	3.64	3.49	3.93	3.34	1.83	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 27. Department Store Monthly Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1983 and 1984

Department No.	1984		1983					
	January	January	February	March	April	May	June	
	Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	0.19	0.21	0.26	0.30	0.29	0.55	0.44	
2 Women's and misses' coats and suits	0.32	0.28	0.27	0.38	0.37	0.28	0.26	
3 Women's and misses' sportswear	0.23	0.26	0.30	0.35	0.28	0.33	0.41	
4 Furs	0.24	0.24	0.19	0.14	0.06	0.02	0.03	
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	0.23	0.26	0.26	0.31	0.26	0.26	0.28	
6 Girls' and teenage girls' wear	0.24	0.25	0.30	0.42	0.29	0.31	0.37	
7 Lingerie and women's sleepwear	0.24	0.29	0.28	0.32	0.29	0.32	0.41	
8 Intimate apparel	0.20	0.22	0.22	0.31	0.29	0.28	0.35	
9 Millinery	0.35	0.44	0.51	0.61	0.67	0.59	0.93	
10 Women's and girls' hosiery	0.24	0.29	0.28	0.35	0.31	0.29	0.27	
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	0.20	0.21	0.20	0.28	0.26	0.29	0.35	
12 Women's, misses' and children's footwear	0.14	0.16	0.17	0.25	0.22	0.23	0.28	
13 Men's clothing	0.16	0.15	0.16	0.22	0.20	0.19	0.26	
14 Men's furnishings	0.19	0.19	0.19	0.26	0.22	0.23	0.39	
15 Boys' clothing and furnishings	0.18	0.18	0.17	0.27	0.27	0.27	0.31	
16 Men's and boys' linens	0.15	0.15	0.15	0.15	0.15	0.15	0.24	
17 Food and kindred products	0.31	0.31	0.38	0.38	0.35	0.35	0.38	
18 Toiletries, cosmetics and drugs	0.18	0.21	0.22	0.28	0.24	0.24	0.26	
19 Photographic equipment and supplies	0.16	0.18	0.16	0.20	0.18	0.19	0.24	
20 Piece goods	0.15	0.15	0.15	0.18	0.15	0.14	0.15	
21 Linens and domestics	0.22	0.25	0.15	0.19	0.19	0.18	0.24	
22 Smallwares and notions	0.21	0.22	0.20	0.22	0.19	0.16	0.16	
23 China and glassware	0.06	0.08	0.10	0.12	0.10	0.13	0.10	
24 Floor coverings	0.17	0.18	0.20	0.27	0.24	0.23	0.24	
25 Draperies, curtains and furniture coverings	0.15	0.16	0.17	0.22	0.22	0.24	0.26	
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	0.12	0.15	0.13	0.17	0.14	0.13	0.12	
27 Furniture	0.20	0.19	0.17	0.24	0.19	0.23	0.25	
28 Major appliances	0.52	0.57	0.49	0.60	0.50	0.61	1.01	
29 Television, radio and music	0.21	0.24	0.21	0.27	0.19	0.19	0.20	
30 Housewares and small electrical appliances	0.13	0.16	0.18	0.17	0.17	0.17	0.20	
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	0.12	0.15	0.15	0.17	0.19	0.26	0.23	
32 Plumbing, heating and building materials	0.19	0.16	0.21	0.23	0.27	0.30	0.42	
33 Jewellery	0.09	0.08	0.10	0.13	0.13	0.14	0.15	
34 Toys and games	0.12	0.12	0.13	0.17	0.16	0.15	0.17	
35 Sporting goods and luggage	0.14	0.16	0.13	0.17	0.17	0.19	0.24	
36 Stationery, books and magazines	0.17	0.22	0.22	0.29	0.22	0.19	0.20	
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	0.25	0.22	0.22	0.30	0.31	0.35	0.40	
38 Meals and lunches	16.43	15.77	13.74	15.43	13.42	14.87	16.81	
39 Repairs and services	1.55	1.45	1.79	2.21	1.99	2.15	2.58	
40 All other departments	0.39	0.35	0.38	0.44	0.41	0.46	0.55	
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	0.21	0.22	0.22	0.27	0.25	0.26	0.30	

TABLEAU 27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1983 et 1984

1983						Rayon	No
July Juillet	August Août	September Septembre	October Octobre	November Novembre	December Décembre		
0.35	0.34	0.34	0.30	0.28	0.45	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	1
0.17	0.31	0.28	0.33	0.35	0.46	Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	2
0.33	0.34	0.40	0.30	0.30	0.48	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
0.07	0.10	0.11	0.21	0.27	0.35	Fourrures	4
0.24	0.28	0.30	0.28	0.27	0.43	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
0.26	0.47	0.34	0.31	0.36	0.57	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
0.37	0.33	0.36	0.32	0.37	0.78	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.30	0.31	0.35	0.27	0.26	0.37	Sous-vêtements	8
0.62	0.49	0.61	0.68	0.73	0.85	Chapeaux	9
0.21	0.21	0.34	0.30	0.28	0.45	Bas pour dames et fillettes	10
0.26	0.26	0.35	0.30	0.37	0.72	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
0.20	0.24	0.30	0.26	0.30	0.31	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
0.17	0.18	0.23	0.22	0.28	0.44	Vêtements pour hommes	13
0.27	0.24	0.26	0.22	0.32	0.74	Articles d'habillement pour hommes	14
0.21	0.39	0.28	0.22	0.28	0.52	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
0.13	0.19	0.22	0.19	0.24	0.31	Chaussures pour hommes et garçons	16
1.10	1.41	1.38	1.33	1.37	2.08	Produits alimentaires et connexes	17
0.15	0.24	0.25	0.23	0.23	0.52	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
0.12	0.23	0.22	0.18	0.23	0.53	Appareils et fournitures photographiques	19
0.15	0.15	0.16	0.16	0.16	0.15	Tissus à la pièce	20
0.24	0.23	0.28	0.23	0.22	0.33	Litterie et linge de maison	21
0.16	0.17	0.25	0.23	0.24	0.33	Menus articles	22
0.11	0.10	0.12	0.11	0.17	0.30	Porcelaine et verrerie	23
0.27	0.28	0.28	0.33	0.33	0.20	Revêtements de plancher	24
0.25	0.24	0.25	0.26	0.27	0.27	Tentures, rideaux et housses	25
0.14	0.13	0.15	0.15	0.20	0.38	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'aménagement pour la maison	26
0.34	0.30	0.26	0.26	0.25	0.23	Meubles	27
1.24	0.92	0.84	0.86	0.72	0.70	Cros appareils ménagers	28
0.23	0.24	0.31	0.27	0.31	0.51	Télévision, radio et musique	29
0.18	0.17	0.18	0.19	0.21	0.40	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
0.19	0.17	0.18	0.19	0.20	0.27	Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.	31
0.36	0.29	0.28	0.32	0.28	0.27	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
0.13	0.14	0.18	0.14	0.19	0.52	Bijouterie	33
0.17	0.15	0.13	0.17	0.37	0.81	Jouets et jeux	34
0.21	0.17	0.16	0.13	0.15	0.35	Articles de sport et valises	35
0.17	0.22	0.23	0.18	0.30	0.58	Papeterie, livres et revues	36
0.15	0.32	0.31	0.35	0.38	0.44	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
1.38	17.72	20.93	20.18	21.79	32.62	Repas et casse-croûtes	38
1.99	2.04	2.10	2.18	2.68	2.52	Services et travaux de réparation	39
0.4*	0.43	0.41	0.35	0.37	0.75	Tous autres rayons	40
0.27	0.27	0.28	0.26	0.30	0.49	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 28. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Unadjusted, Canada, 1982-1984

TABLEAU 28. Montants à recevoir(1), non désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1982-1984

Month Mois	1982	1983	1984	Change from previous month	Change 1984/1983			
				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1984/1983			
thousands of dollars milliers de dollars								
per cent pourcentage								
January - Janvier	1,624,889	1,668,020	1,774,688	- 6.0	+ 6.4			
February - Février	1,554,529	1,599,438						
March - Mars	1,537,740	1,566,508						
April - Avril	1,536,243	1,583,987						
May - Mai	1,527,443	1,601,258						
June - Juin	1,505,203	1,585,200						
July - Juillet	1,477,266	1,553,254						
August - Août	1,476,402	1,541,395						
September - Septembre	1,536,070	1,594,573						
October - Octobre	1,554,259	1,631,976						
November - Novembre	1,613,782	1,702,704						
December - Décembre	1,755,331	1,887,032						

(1) Accounts receivable of department stores and the outstandinga 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, 1982-1984

TABLEAU 29. Montants à recevoir(1), désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1982-1984

Month Mois	1982	1983	1984	Change from previous month	Change 1984/1983			
				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1984/1983			
millions of dollars millions de dollars								
per cent pourcentage								
JanuaryP - JanvierP	1,538.5	1,576.1	1,686.6	+ 1.3	+ 7.0			
February - Février	1,551.8	1,576.4						
March - Mars	1,563.8	1,593.1						
April - Avril	1,566.1	1,614.5						
May - Mai	1,567.6	1,635.0						
June - Juin	1,563.0	1,639.0						
July - Juillet	1,560.6	1,633.3						
August - Août	1,554.2	1,627.0						
September - Septembre	1,569.9	1,629.0						
October - Octobre	1,566.3	1,643.0						
November - Novembre	1,563.8	1,655.0						
December - Décembre	1,537.8	1,665.0						

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

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

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

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

TABLE 30. Department Store Sales and Stocks, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1983 and 1984

Department No.	Sales - Combined Seasonal and Trading Day Factors			
	Ventes - Coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux			
	MCD in December MDC en décembre	December <sup>T</sup> 1983 Décembre <sup>T</sup> 1983	January <sup>P</sup> 1984 Janvier <sup>P</sup> 1984	February 1984 Février 1984
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5	149.91	53.49	66.31
2 Women's and misses' coats and suits	8	158.77	73.24	73.95
3 Women's and misses' sportswear	4	154.38	57.99	66.42
4 Furs	12	246.27	149.82	117.26
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	5	163.31	69.02	71.54
6 Girls' and teenage girls' wear	4	162.68	49.13	64.04
7 Lingerie and women's sleepwear	4	261.56	54.50	61.95
8 Intimate apparel	4	146.26	73.32	73.09
9 Millinery	9	259.68	76.19	61.10
10 Women's and girls' hosiery	4	172.45	77.64	72.57
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4	251.20	56.02	57.08
12 Women's, misses' and children's footwear	5	137.40	58.12	56.84
13 Men's clothing	4	199.74	60.98	60.26
14 Men's furnishings	5	272.33	54.48	55.10
15 Boys' clothing and furnishings	6	197.14	51.01	55.20
16 Men's and boys' footwear	6	162.73	58.87	60.93
17 Food and kindred products	4	143.66	82.86	102.84
18 Toiletries, cosmetics and drugs	2	229.43	74.28	78.29
19 Photographic equipment and supplies	4	242.77	65.09	62.01
20 Piece goods	7	104.93	79.55	84.53
21 Linens and domestics	3	166.17	101.61	62.73
22 Smallwares and notions	4	152.95	104.34	87.12
23 China and glassware	5	280.69	59.37	64.96
24 Floor coverings	5	101.13	78.91	83.82
25 Draperies, curtains and furniture coverings	3	119.61	70.82	71.16
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	235.58	71.68	67.22
27 Furniture	5	103.46	94.97	78.36
28 Major appliances	5	115.24	90.45	74.24
29 Television, radio and music	5	206.41	85.96	73.66
30 Housewares and small electrical appliances	3	226.09	66.84	77.66
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	4	145.68	69.69	68.74
32 Plumbing, heating and building materials	6	107.92	68.35	75.30
33 Jewellery	3	318.44	43.49	55.23
34 Toys and games	4	381.66	34.26	41.16
35 Sporting goods and luggage	3	200.61	67.11	56.62
36 Stationery, books and magazines	3	246.93	68.75	72.49
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	5	140.86	75.85	69.48
38 Meals and lunches	3	153.82	84.57	84.44
39 Repairs and services	6	132.36	86.51	84.68
40 All other departments	5	176.42	67.60	69.99
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	3	187.71	71.01	70.55

TABLEAU 30. Ventes et stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1983 et 1984

Stocks - Seasonal Factors

Stocks - Coefficients des variations saisonnières

MDC in December	December <sup>T</sup> 1983	January <sup>P</sup> 1984	February 1984	Rayon	
				N°	
3	88.59	86.33	94.60	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	1
5	82.77	74.08	85.89	Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	2
3	82.80	82.57	89.76	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
5	107.42	97.62	89.67	Fourrures	4
4	93.94	81.86	85.98	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
4	76.21	73.45	86.87	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
4	83.09	82.38	84.82	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3	102.60	102.66	93.30	Sous-vêtements	8
6	160.95	91.93	81.34	Chapeaux	9
4	88.30	87.46	88.86	Bas pour dames et fillettes	10
3	85.45	84.78	89.65	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
3	93.75	81.77	90.32	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
4	97.99	72.93	89.93	Vêtements pour hommes	13
3	79.28	82.95	86.94	Articles d'habillement pour hommes	14
4	82.74	87.84	95.37	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
4	91.83	84.45	85.24	Chaussures pour hommes et garçons	16
**	...	...	...	Produits alimentaires et connexes	17
4	95.88	104.73	85.00	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
4	87.19	98.59	89.04	Appareils et fournitures photographiques	19
5	99.99	88.23	91.78	Tissus à la pièce	20
3	105.41	94.93	98.69	Literie et linge de maison	21
4	103.72	89.52	88.96	Menus articles	22
3	113.73	89.33	93.73	Porcelaine et verrerie	23
4	110.86	96.09	93.93	Revêtements de plancher	24
3	107.06	95.51	97.31	Tentures, rideaux et housses	25
4	87.68	86.37	88.03	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
3	114.89	96.24	94.13	Meubles	27
4	113.63	96.69	100.21	Gros appareils ménagers	28
3	101.72	92.68	89.74	Télévision, radio et musique	29
3	91.81	95.67	92.21	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
4	98.63	82.33	85.08	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
**	...	...	...	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
3	92.77	93.63	93.54	Bijouterie	33
4	65.01	83.88	78.94	Jouets et jeux	34
4	89.90	78.36	82.54	Articles de sport et valises	35
3	83.72	88.02	84.30	Papeterie, livres et revues	36
5	102.47	92.94	92.99	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
**	...	...	...	Repas et casse-croûtes	38
9	98.28	95.01	85.94	Services et travaux de réparation	39
5	85.22	76.75	80.63	Tous autres rayons	40
3	95.03	89.23	89.51	<b>TOTAL, TOUS RAYONS</b>	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 by province, selected localities and kind of business 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 vente 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 selon la province, certaines agglomérations et le genre de commerce, incluant des données sur la superficie totale, les stocks, et les 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 by 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: by personal selling, by mail, from premises, etc.

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

Retail sales by type of commodity, employees and payroll, by region or province 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.

The following publications 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.

63-603 Men's Retail Clothing Stores, 1981

63-604 Independent Women's Retail Clothing Stores, 1975

63-605 Independent Retail Hardware Stores, 1976

## Catalogue

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

Ventes de marchandise par distributeurs automatiques 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: par démarchage, par la poste, chez le fabricant, etc.

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

Ventes au détail par type de produits, ainsi que le nombre d'employés et la paye, par région ou province pour les années scolaires.

63-224 Recueil statistique des études de marché. A. Bil. 803 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, la classification, la méthodologie et la fiabilité des données.

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

Les publications suivantes 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.

63-603 Magasins de vente au détail de vêtements pour hommes, 1981

63-604 Magasins indépendants de vente au détail de vêtements pour dames, 1975

63-605 Magasins indépendants de vente au détail de quincaillerie, 1976

Catalogue

63-606 Retail Shoe Stores, 1977  
63-607 Retail Drug Stores, 1981  
63-608 Retail Florists, 1979  
63-609 Retail Jewellery Stores, 1981  
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

63-606 Magasins de vente au détail de chaussures, 1977  
63-607 Pharmacies au détail, 1981  
63-608 Magasins de fleuristes, vente au détail, 1979  
63-609 Bijouteries au détail, 1981  
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.

## DEPARTMENT STORE COMMODITY REFERENCE LIST

### Department

#### 1. Women's and Misses' Dresses, Housedresses, Aprons and Uniforms

Dresses of all types, including half-sizes and maternity dresses, aprons, housedresses and uniforms - juniors', misses' and women's. Evening gowns and wraps.

#### 2. Women's and Misses' Coats and Suits

Coats: cloth including fur trimmed, car coats, raincoats, and imitation fur coats - juniors', misses' and women's.  
Suits: ready-made and made-to-measure - juniors', misses' and women's.

#### 3. Women's and Misses' Sportswear

Blouses and sport shirts: sweaters, pullovers, jackets and cardigans; sports apparel, ski clothing, play clothes, bathing suits and knitwear; slacks, jumpers, skirts and parkas.

#### 4. Furs

Fur coats, jackets, neckpieces, caps, hats and muffs.

#### 5. Infants' and Children's Wear and Nursery Equipment

Infants' and Children's Wear: all infants' and children's apparel up to approximately size 6X, including infants' accessories.

##### Infants' Bath Equipment and Toiletries

Other Infants' Department Goods: such as garment hangers, harness, play pens, toys, rattles, extension gates, auto seats, walkers, etc.

Infants' Prams, Carriages and Strollers: including pram bedding and accessories.

Infants' furniture: chairs, commodes, cribs, beds, bedding and bedding accessories

#### 6. Girls' and Teenage Girls' Wear

All girls' and teenage girls' apparel, including dresses, coats, suits, skirts, girl guide uniforms, school uniforms, play clothes, underwear, hats, caps, stockings, etc.

#### 7. Lingerie and Women's Sleepwear

Including slips, pants, panties, dusters, night-gowns, pyjamas, negligees, bathrobes, dressing gowns and bed jackets.

#### 8. Intimate Apparel

Including corsets, girdles, garter belts and brassieres.

#### 9. Millinery

Including hats, berets, hat trimmings and hair pieces

#### 10. Women's and Girls' Hosiery

Including anklets, nurses' hosiery, tights, leotards, etc.

#### 11. Women's and Girls' Gloves, Mitts and Accessories

Including gloves, mitts, scarves, shawls, blousettes, bandannas, belts, boutonnieres, corsages, collar and cuff sets, collars, dress and coat ornaments, handkerchiefs, purses, small leather goods and umbrellas.

## RÉPERTOIRE DES MARCHANDISES DES GRANDS MAGASINS

### Rayon

#### 1. Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles

Robes de tous genres, y compris les demi-grandeurs et robes pour grossesse, tabliers, robes de ménage et uniformes - pour fillettes, jeunes filles et dames. Robes et manteaux du soir.

#### 2. Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles

Manteaux: de drap, y compris ceux qui sont garnis de fourrure, manteaux d'auto, imperméables et manteaux imitation fourrure - pour fillettes, jeunes filles et dames.  
Tailleurs: prêts à porter et faits sur mesure - pour fillettes, jeunes filles et dames.

#### 3. Vêtements sport pour dames et jeunes filles

Blouses et chemisiers, chandails, pull-overs, vestes et cardigans, vêtements de sport, vêtements de ski, vêtements de jeu, maillots de bain et tricots, pantalons, jumpers, jupes et canadiennes.

#### 4. Fourrures

Manteaux de fourrure, vestes, parures de cou, bonnets, chapeaux et moufles.

#### 5. Vêtements pour bébés et enfants et articles pour chambres d'enfants

Vêtements pour bébés et enfants: tous articles d'habillement pour bébés et enfants jusqu'à la taille 6X, y compris les accessoires pour bébés.

##### Articles pour le bain et la toilette des bébés

Autres articles du rayon pour bébés: tels que cintres, sangles, parcs, jouets, hochets, barrières extensibles, sièges d'auto, marchettes, etc.

Voitures et poussettes: y compris literie et accessoires pour voitures d'enfants.

Mobilier pour enfants: chaises, commodes, berceaux, lits, literie et accessoires de literie.

#### 6. Vêtements pour fillettes et adolescentes

Tous articles d'habillement pour fillettes et adolescentes, y compris robes, manteaux, tailleur, jupes, uniformes de scoute, uniformes d'écolière, vêtements de jeu, sous-vêtements, chapeaux, bonnets, bas, etc.

#### 7. Lingerie et vêtements de nuit pour dames

Y compris jupons-combinaisons, culottes, caleçons, peignoirs, chemises de nuit, pyjamas, déshabillés, sorties de bain, robes de chambre et liseuses.

#### 8. Sous-vêtements

Y compris corsets, gaines, porte-jarretelles et soutiens-gorge.

#### 9. Chapeaux

Y compris chapeaux, bérrets, garnitures de chapeau et postiches.

#### 10. Bas pour dames et jeunes filles

Y compris socquettes, bas d'infirmières, collants, leotards, etc.

#### 11. Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes

Y compris gants, moufles, écharpes, châles, blouses sans manches, foulards, ceintures, boutonnieres, bouquets, ensembles de collets et poignets, collets, parures de manteaux et de robes, mouchoirs, sacs à main, petits articles en cuir et parapluies.

DEPARTMENT STORE COMMODITY REFERENCE LIST - Continued

Department - Continued

12. Women's, Misses' and Children's Footwear

Include all footwear for women, misses and children (excluding athletic footwear).

13. Men's Clothing

Including coats, suits, trousers and jackets.

14. Men's Furnishings

Including shirts (dress, work, sport and regular), sweaters, vests, smocks, windbreakers, parkas, overalls, work trousera, slacks, underwear, dressing gowns, bath robes, pyjamas, hosiery, ties, collars, handkerchiefs, scarves, gloves, mitts, ear muffs, hats, caps, garters, suspenders, belts, jewellery, umbrellas and canes.

15. Boys' Clothing and Furnishings

Include commodities as in Departments 13 and 14 sold in boys' wear department as well as boy scout and school uniforms.

16. Men's and Boys' Footwear

Include all footwear for men and boys (excluding athletic footwear).

17. Food and Kindred Products

Including groceries, meats, provisions, fruits, vegetables, candy, pastry, bakery products and delicatessen goods.

Restaurants, coffee shops or lunch counters are not included here but in department 38.

18. Toiletries, Cosmetics and Drugs

Toiletries: toilet goods and toilet preparations.  
Cosmetics: perfumes, lotions, hair goods and preparations, hand and facial beautification preparations and supplies, etc.

Patent medicines and drug preparations and sundries.

Prescriptions

Medical Supplies, including sick room equipment and supplies, bandages, etc.

Health Appliances and equipment, including supporters and health lamps.

Medical, Surgical and Therapeutic Goods

Shavers and shaving supplies.

19. Photographic Equipment and Supplies

Movie and still cameras and camera accessories; photo developing, printing and enlarging equipment and supplies; projection equipment and supplies; flash bulbs and lamps; films, reels, albums and photofinishing service; telescopes and binoculars.

20. Piece Goods

Yard goods of silk, woolen, cotton, rayon, velvet and linens; synthetics, patterns.

21. Linens and Domestics

Linens (table and fancy), quilted pads and silence cloths, dresser and buffet scarfs, towels and travelling, sheets and sheeting, pillow cases, matress covers, blankets including electric, comforters, spreads, wash cloths, travelling robes, etc.

RÉPERTOIRE DES MARCHANDISES DES GRANDS MAGASINS - suite

Rayon - suite

12. Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants

Comprend toutes les chaussures pour dames, jeunes filles et enfants (exclus les chaussures d'athlétisme).

13. Vêtements pour hommes

Y compris manteaux, complets, pantalons et vestes.

14. Articles d'habillement pour hommes

Y compris chemises (de soirée, de travail, sport et de ville), chandails, gilets, sarraux, blousons, canadiennes, salopettes, pantalons de travail, sous-vêtements, robes de chambre, sorties de bain, pyjamas, chaussettes, cravates, cols, mouchoirs, écharpes, gants, moufles, cache-oreilles, chapeaux, casquettes, jarretières, bretelles, ceintures, bijouterie, parapluies et cannes.

15. Vêtements et articles d'habillement pour garçons

Comprend les articles mentionnés aux postes 13 et 14, en vente au rayon des vêtements pour garçons, de même que les uniformes de scoute et d'écolier.

16. Chaussures pour hommes et garçons

Comprend toutes chaussures pour hommes et garçons (exclus les chaussures d'athlétisme).

17. Produits alimentaires et connexes

Y compris articles d'épicerie, viandes, conserves, fruits, légumes, bonbons, pâtisseries, produits de boulangerie et de charcuterie. Les restaurants et casse-croûte ne sont pas inclus ici, mais au poste 38.

18. Articles de toilette, cosmétiques et médicaments

Articles de toilette: produits et préparations pour la toilette

Cosmétiques: parfums, lotions, produits pour la coiffure et préparations capillaires, préparations et produits de beauté pour les mains et le visage.

Médicaments brevetés, préparations pharmaceutiques et articles divers.

Ordonnances

Fournitures médicales, y compris matériel et fournitures pour chambre de malades, pansements, etc.

Appareils et matériel de santé, y compris supports et lampes-soleil.

Produits médicaux, chirurgicaux et thérapeutiques

Rasoirs et articles pour la barbe

19. Appareils et fournitures photographiques

Appareils photographiques et caméras, et accessoires; matériel et fournitures pour le développement, le tirage et l'agrandissement; matériel et fournitures pour la projection; ampoules et lampes éclair; pellicules, bobines, albums et service de développement de films, télescopes et jumelles.

20. Tissus à la pièce

Marchandises à la verge: soie, lainage, coton, rayonne, velours et toile; tissus synthétiques; patrons.

21. Literie et linge de maison

Toiles (de table et de fantaisie), molletons sous-nappe, parures de commodes et de buffets, serviettes et tissu-éponge, draps et toile pour draps, taies d'oreiller, couvre-matelas, couvertures y compris couvertures chauffantes électriques, édredons, couvre-lits, linge de toilette, couvertures de voyage, etc.

DEPARTMENT STORE COMMODITY REFERENCE LIST - Continued

Department - Continued

22. Smallwares and Notions

Smallwares: include all items suchs as laces, trimmings, edgings, fringes, embroidery supplies, ribbon, artificial flowers, art needlework and embroidery and knitting goods.

Notions: include bags, dressmakers' supplies, hair goods, sewing supplies, garment attachements, closet accessories, and other related miscellaneous commodities.

23. China and Glassware

China and Pottery Tableware: dinner sets, tea sets, breakfast sets; individual, odd or group pieces of china and pottery tableware.

China and Pottery Artware and Ornaments: wall, table and mantel ornaments of china and pottery.

Glassware: beverage sets, goblets, tumblers, bowls, dishes, etc.; heat-resistant glassware.

24. Floor Coverings

Including rugs, mats, carpets, hard floor covering, door mats, runners, stair treads, stair nosing, carpet binding and rug underpadding.

25. Draperies, Curtains and Furniture Coverings

Draperies and Curtains: including draperies and curtains ready-made and by the yard and accessories, also includes blinds, and venetian blinds.

Furniture Coverings: including slip covers, upholstering fabrics and supplies.

26. Lamps, Pictures, Mirrors and All Other Home Furnishings

Lamps: including floor, table, mantel, boudoir, desk, etc.

Pictures

Mirrors

27. Furniture

Including all living room, dining room, bedroom and kitchen furniture.

Beds, mattresses, springs and convertible beds.

Firepalce accessories.

Summer, garden and cottage furniture.

Office furniture.

28. Major Appliances

Including refrigerators, freezers, stoves, heaters - fireplace heaters, electric radiators and space heaters - washing machines, dryers, humidifiers, dehumidifiers, dishwashers, vacuum cleaners, floor polishers, sewing machines, air conditioners, etc.

29. Television, Radio and Music

Including television, hi-fi and radio sets and equipment, record players, records, tape recorders, pianos, organs, musical instruments and supplies, sheet music, music stands and instruction books.

RÉPERTOIRE DES MARCHANDISES DES GRANDS MAGASINS - suite

Rayon - suite

22. Menus articles

Menus articles: y compris tous les articles tels que dentelles, passementerie, galons, franges, fournitures pour la broderie, rubans, fleurs artificielles et articles pour fins travaux à l'aiguille, pour la broderie et pour le tricot.

Mercerie: y compris sacs, articles pour la couturière, accessoires pour les cheveux, accessoires de couture, attaches pour vêtements, articles de placard et diverses autres marchandises connexes.

23. Porcelaine et verrerie

Services de table en porcelaine et en céramique: services à dîner, à thé, à déjeuner; pièces de porcelaine ou de céramique, individuelles, disparates, ou groupées.

Objets décoratifs et bibelots en porcelaine et céramique: ornements muraux, de table ou de cheminée, en porcelaine ou en céramique.

Verrerie: services de verres, verres à pied, verres, bols, récipients, etc.; verrerie culinaire à feu.

24. Revêtements de plancher

Y compris tapis, nattes, carpettes, prélsarts, paillassons, chemins, couvre-marches et bordure de protection des marches, bordure de tapis et sous-tapis.

25. Tentures, rideaux, housses

Tentures et rideaux: y compris tentures et rideaux confectionnés et à la verge et accessoires, et stores vénitiens ou autres.

Housses: y compris housses, tissus et fournitures pour le rembourrage.

26. Lampes, tableaux, miroirs et tous autres articles d'ameublement

Lampes: torchères et lampes de table, de cheminée, de chevet, de pupitre, etc.

Tableaux

Miroirs

27. Meubles

Y compris tous les meubles pour salle de séjour, salle à manger, chambre à coucher et cuisine.

Lits, matelas, sommiers et lits transformables.

Accessoires de cheminée.

Meubles d'été, de jardin et de chalet.

Meubles de bureau.

28. Gros appareils ménagers

Y compris réfrigérateurs, congélateurs, cuisinières, chauffelettes (chauffelettes de foyer, radiateurs électriques, poêles), machines à laver, sécheuses, humidificateurs, déshumidificateurs, laveuses à vaisselle, aspirateurs, polisseuses, machines à coudre, appareils de conditionnement de l'air, etc.

29. Télévision, radio et musique

Y compris téléviseurs, appareils et matériel de haute fidélité et de radio, phonographes, disques, magnétophones, pianos, orgues, instruments de musique et accessoires, musique en feuille, lutrins et manuels d'instruction.

DEPARTMENT STORE COMMODITY REFERENCE LIST - Continued

Department - Continued

30. Housewares and Small Electrical Appliances

Including kitchen utensils and supplies, kitchen gadgets, kitchen cutlery, percolators, kettles, cleaning supplies, mixing utensils, kitchen containers, laundry supplies, bathroom accessories and other miscellaneous housewares; electrical fixtures, bulbs, plugs and other electrical supplies and small appliances.

31. Hardware, Paints, Wallpaper, etc.

Including hand and power tools, attachments and supplies, garden tools, power lawnmowers, garden tractors, snowblowers, etc., home hardware, nuts, bolts, washers, rivets, caulking guns, jacks, measuring tapes, etc., paint, glass, wallpaper and supplies.

32. Plumbing, Heating and Building Materials

Including plumbing and heating fixtures and supplies, such as - faucets, tap adapters, bath plugs, seats, basins, toilets, chemical closets, basin and toilet accessories and supplies, hot water tanks, insulating jackets, kitchen sinks, thermostats, stovepipes and stovepipe collars, dampers, force cups, pumps and floor flanges. Building Materials: Roofing, siding, eavestroughing, awnings, et al "outside" materials and supplies; doors, windows, all carpentry and cabinetry; lumber, plywoods, flooring, millwork, wall and ceiling panels and tiles, boarding, framing et al.

33. Jewellery

Clocks and watches

Plated and Sterling Silverware - flatware, hollowware, carving sets, plates, dishes, trays, casseroles, candlesticks, tea sets, flower holders and vases, trophies.

Costume Jewellery

Fine Jewellery

34. Toys and Games

Small wheel goods (tricycles, kiddie cars, wagons, doll carriages, pedal cars); toy furniture, games and toys; dolls; miniature construction sets, etc.; electric trains, etc.

35. Sporting Goods and Luggage

Athletic and Sports Equipment: including sports goods and related sports apparel and footwear (baseball, hockey, basketball, rugby, soccer, lacrosse, boxing, handball, golf, riding, etc.); skiing and skating equipment; gymnasium equipment; sleds and toboggans.

Hunting and Fishing Equipment: guns, ammunition, gun attachments and supplies; fishing rods, reels, attachments and supplies, hunting and fishing apparel; traps decoys, nets, knives, etc.

Camping Equipment and Supplies: tents, ground sheets, air mattresses, sleeping bags, haversacks, camp stoves, compasses, tent trailers.

Bicycles, Accessories and Supplies

Boats and Marine Accessories

Power Snow Sleds

Luggage and Leather Goods: including trunks, suitcases, duffle bags, hat boxes, travelling bags, briefcases, etc.

RÉPERTOIRE DES MARCHANDISES DES GRANDS MAGASINS - suite

Rayon - suite

30. Articles de ménage et petits appareils électriques

Y compris ustensiles et fournitures de cuisine, dispositifs de cuisine, coutellerie, percolateurs, bouilloires, fournitures de nettoyage, ustensiles mélangeurs, récipients, fournitures pour la lessive, accessoires de salle de bains et divers autres articles de ménage; appareils d'éclairage, ampoules, prises de courant et autres fournitures électriques, petits appareils électriques.

31. Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.

Y compris outils à main ou à moteur, accessoires, fournitures, outils de jardinage, tondeuses à moteurs, tracteurs de jardin, chasse-neige, etc., articles de quincaillerie pour la maison, écrous et boulons, rondelles, rivets, pistolets à calfeutrer, crics et vérins, mesures à ruban, etc., peinture, vitre, papier-tenture et fournitures.

32. Matériaux de plomberie, de chauffage et de construction

Y compris appareillage et fournitures de plomberie et de chauffage, tels que robinets, raccords, obturateurs de baignoire, sièges, lavabos, cabinets, cabinets chimiques, accessoires et fournitures pour lavabos et cabinets, chauffe-eau, enveloppes isolantes, éviers de cuisine, thermostats, tuyaux de poêle et viroles-embases, soupapes de réglage, ventouses, pompes, brides de parquet.

Matériaux de construction: matériaux pour toiture, parois, gouttières, auvents et tous autres matériaux et fournitures d'extérieur; portes, fenêtres, toute menuiserie et ébénisterie; bois d'œuvre, contreplaqué, matériaux pour planchers, articles de menuiserie, panneaux pour murs ou plafonds, tuiles et carreaux, planches, charpentes et le reste.

33. Bijouterie

Horloges et montres

Argenterie (argent massif ou plaqué) - coutellerie, services à dépecer, assiettes, plats, cabarets, cocottes, chandeliers, services à thé, pots et vases à fleurs, trophées.

Bijouterie en faux

Bijouterie en fin

34. Jouets et jeux

Petits articles sur roues (tricycles, voitures, carrosses de poupées, voitures à pédales); meubles pour enfants, jeux et jouets; poupées; jeux de construction, etc.; trains électriques, etc.

35. Articles de sport et valises

Équipement d'athlétisme et de sport: y compris articles, vêtements et chaussures de sport; (base-ball, hockey, ballon-panier, rugby, soccer, crosse, boxe, balle au mur, golf, équitation, etc.) Équipement de ski et de patinage; équipement de gymnase; traîneaux et toboggans.

Équipement de pêche et de chasse: armes à feu, munitions, accessoires et fournitures pour armes à feu; cannes, moulinets, accessoires et fournitures pour la pêche; vêtements pour la chasse et la pêche; piège, leurres, filets, couteaux, etc.

Équipement et fourniture de camping: tentes, tapis de sol, matelas pneumatiques, sacs de couchage, havresacs, poêles, compas, tentes-remorques.

Bicyclettes, accessoires et fournitures

Bateaux et accessoires

Autos-neige

Valises et articles en cuir: y compris les malles, valises, fourre-tout, boîtes à chapeaux, sacs de voyage, serviettes, etc.

DEPARTMENT STORE COMMODITY REFERENCE LIST - Concluded

Department - Concluded

36. Stationery, Books and Magazines

Including books, note pads, notepaper, envelopes, writing supplies (pens, pencils, ink, erasers); calendars, greeting cards, announcement cards, party supplies, decorations, gift wrapping material, artists' supplies, crayons, blackboards, school supplies, office equipment and supplies; philatelic supplies, albums, adult games, etc.

37. Gasoline, Oil, Auto Accessories, Repairs and Supplies

Including anti-freeze, batteries, fans, fender guards, fog lamps, frost shields, jacks, kick pads, mirrors, mufflers, tires, tubes, tire repair kits and materials, spark plugs and testers, radiators, piston rings, gasoline, oil, repairs; motorcycles, accessories and supplies.

38. Receipts from Meals and Lunches

Including receipts from restaurants, coffee shops, lunch counters and soda fountains.

39. Receipts from Repairs and Services

Including such repair and service departments as dressmaking and hosiery repairs, jewellery repair, shoe repair, fur repair and storage, radio repair, etc.; include receipts from installation and other services; beauty parlour, circulating library.

40. All Other Departments

(Basement departments are not to be included here, but sales from these sources are to be assigned to the appropriate departments.) Including tobacco, smokers' supplies, seeds, bulbs, nursery stock, other garden supplies not elsewhere classified; optical department; hearing aids; etc.

RÉPERTOIRE DES MARCHANDISES DES GRANDS MAGASINS - fin

Rayon - fin

36. Papeterie, livres et revues

Y compris livres, blocs-notes, papier à lettre, enveloppes, fournitures pour écrire (plumes, crayons, encre, gommes à effacer), calendriers, cartes de souhaits, faire-part, fournitures pour réceptions, décorations, emballages de cadeaux, matériel d'artiste, crayons à dessiner, tableaux noirs, fournitures scolaires, matériel et fournitures de bureau, articles de philatélie, albums, jeux pour adultes, etc.

37. Essence, huile, accessoires, réparation et fournitures d'automobiles

Y compris antigel, accumulateurs, ventilateurs, pareboue, phares anti-brouillard, panneaux antigivre, crics et vérins, pare-coups de portières, miroirs, silencieux, pneus, chambres à air, trousse et matériel de réparation de pneus, bougies d'allumage et vérificateurs, radiateurs, segments de pistons, essence, huile, réparations; motocyclettes, accessoires et fournitures.

38. Recettes provenant des repas et casse-croûte

Y compris les recettes provenant des restaurants, casse-croûte, comptoirs-repas et bars pour glaces et eaux gazeuses.

39. Recettes provenant des services et des travaux de réparations

Y compris les rayons de service et de réparation tels que retouche de robes et remaillage de bas, réparation de bijoux, cordonnerie, réparation et entreposage des fourrures, réparation des radios, etc.; y compris les recettes provenant des services d'installation et autre; salon de beauté, bibliothèque circulante.

40. Tous autres rayons

(Les rayons du sous-sol ne sont pas inclus ici, mais les ventes qui s'y rapportent doivent être affectées aux rayons qui conviennent.) Y compris tabac, articles pour fumeurs, semences, oignons à fleurs, stock de pépinières, autre fournitures de jardinage non classées ailleurs; rayon d'optique; etc.

STATISTICS CANADA LIBRARY  
BIBLIOTHÈQUE STATISTIQUE CANADA



1010737158

Canada