

# Department store sales and stocks

October 1984

# Ventes et stocks des grands magasins

Octobre 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: 990-9665) 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	(990-8116)	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 ordinolingué et le système d'extraction de Statistique Canada.

## Comment obtenir d'autres renseignements

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

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

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 990-9665) 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	(990-8116)	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

October 1984

**Statistique Canada**

Division du commerce et des services  
Section du commerce de détail

# Ventes et stocks des grands magasins

Octobre 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 1985

January 1985  
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. 10

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 1985

Janvier 1985  
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° 10

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 613-990-8200), 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 613-990-8200), 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		
<b>Introduction</b>	vii	<b>Introduction</b>	
<b>Charts</b>		<b>Graphiques</b>	
1. Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1982-1984	viii	1. Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnali- sées, Canada, 1982-1984	viii
2. Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1982-1984	viii	2. Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1982-1984	viii
3. Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1982-1984	ix	3. Ventes des grands magasins et commerce de détail Total, par mois, Canada, 1982- 1984	ix
4. Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1982-1984	x	4. Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1982-1984	x
5. Department Stores' Month-End Ac- counts Receivable, Canada, 1982- 1984	x	5. Montant à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1982-1984	x
6. Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organiza- tion	xi	6. Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisation	xi
<b>Highlights</b>	xiii	<b>Points saillants</b>	xiii
<b>Table</b>		<b>Tableau</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
2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1983 and 1984	4	2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1983 et 1984	4
3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1983 and 1984	6	3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1983 et 1984	6
4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1983 and 1984	6	4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1983 et 1984	6
5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1983 and 1984	8	5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1983 et 1984	8

TABLE DES MATIÈRES

## TABLE OF CONTENTS - Continued

Table	Page	Page	
6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1983 and 1984	8	6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1983 et 1984	8
7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1983 and 1984	10	7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1983 et 1984	10
8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1983 and 1984	10	8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1983 et 1984	10
9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1983 and 1984	12	9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1983 et 1984	12
10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1983 and 1984	12	10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1983 et 1984	12
11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1983 and 1984	14	11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1983 et 1984	14
12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1983 and 1984	14	12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1983 et 1984	14
13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1983 and 1984	16	13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1983 et 1984	16
14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1983 and 1984	16	14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1983 et 1984	16
15. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1983 and 1984	18	15. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1983 et 1984	18
16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1983 and 1984	19	16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1983 et 1984	19
17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1983 and 1984	19	17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1983 et 1984	19
18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1983 and 1984	20	18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1983 et 1984	20
19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1983 and 1984	20	19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1983 et 1984	20
20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1983 and 1984	21	20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1983 et 1984	21
21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1983 and 1984	21	21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1983 et 1984	21

## TABLES DES MATIÈRES - suite

## TABLE OF CONTENTS - Concluded

Table	Page	Page	
<b>22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1982-1984</b>	22	<b>22.</b> Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1982-1984	22
<b>23. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1982-1984</b>	23	<b>23.</b> Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1982-1984	23
<b>24. Department Store Monthly Stocks, by Department, Canada, 1983 and 1984</b>	24	<b>24.</b> Stocks mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1983 et 1984	24
<b>25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1983 and 1984</b>	26	<b>25.</b> Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1983 et 1984	26
<b>26. Department Store Monthly Stock-Sales Ratios, by Department, Canada, 1983 and 1984</b>	28	<b>26.</b> Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1983 et 1984	28
<b>27. Department Store Monthly Sales-Stock Ratios, by Department, 1983 and 1984</b>	30	<b>27.</b> Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1983 et 1984	30
<b>28. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted, Canada, 1982-1984</b>	32	<b>28.</b> Montants à recevoir, non désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1982-1984	32
<b>29. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Seasonally Adjusted, Canada, 1982-1984</b>	32	<b>29.</b> Montants à recevoir, désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1982-1984	32
<b>30. Department Store Sales and Stocks, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1984</b>	34	<b>30.</b> Ventes et stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1984	34
 <b>Appendix</b>			
<b>I. Definitions</b>	39	<b>I. Définitions</b>	39
<b>II. Methodology</b>	41	<b>II. Méthodologie</b>	41
<b>III. Data Reliability</b>	43	<b>III. Fiabilité des données</b>	43
<b>IV. Seasonal Adjustment</b>	47	<b>IV. Désaisonnalisation</b>	47
Revision Procedures	49	Procédures de révision	49
Number of Shopping Days	50	Nombre de jours commerciaux	50
<b>V. Constant Dollar Estimates</b>	51	<b>V. Estimations en dollar constants</b>	51
Data Confidentiality	51	Confidentialité des données	51
Explanatory Notes	53	Notes explicatives	53
<b>VI. List of Department Store Organizations</b>	55	<b>VI. Liste des organisations de grands magasins</b>	55
 <b>Selected Publications</b>			
	56	<b>Chez les publications</b>	56

## TABLES DES MATIÈRES - fin

Tableau	Page	Page	
<b>22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1982-1984</b>		<b>22.</b> Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1982-1984	22
<b>23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1982-1984</b>		<b>23.</b> Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1982-1984	23
<b>24. Stocks mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1983 et 1984</b>		<b>24.</b> Stocks mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1983 et 1984	24
<b>25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1983 et 1984</b>		<b>25.</b> Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1983 et 1984	26
<b>26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1983 et 1984</b>		<b>26.</b> Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1983 et 1984	28
<b>27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1983 et 1984</b>		<b>27.</b> Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1983 et 1984	30
<b>28. Montants à recevoir, non désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1982-1984</b>		<b>28.</b> Montants à recevoir, non désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1982-1984	32
<b>29. Montants à recevoir, désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1982-1984</b>		<b>29.</b> Montants à recevoir, désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1982-1984	32
<b>30. Ventes et stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1984</b>		<b>30.</b> Ventes et stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1984	34
 <b>Appendices</b>			
<b>I. Définitions</b>		<b>I. Définitions</b>	39
<b>II. Méthodologie</b>		<b>II. Méthodologie</b>	41
<b>III. Fiabilité des données</b>		<b>III. Fiabilité des données</b>	43
<b>IV. Désaisonnalisation</b>		<b>IV. Désaisonnalisation</b>	47
Procédures de révision		Procédures de révision	49
Nombre de jours commerciaux		Nombre de jours commerciaux	50
<b>V. Estimations en dollar constants</b>		<b>V. Estimations en dollar constants</b>	51
Confidentialité des données		Confidentialité des données	51
Notes explicatives		Notes explicatives	53
<b>VI. Liste des organisations de grands magasins</b>		<b>VI. Liste des organisations de grands magasins</b>	55
 <b>Choix de publications</b>			
	56	<b>Choix de publications</b>	56

## 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 "lieux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division du commerce et des services. (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.

Chart — 1

Graphique — 1

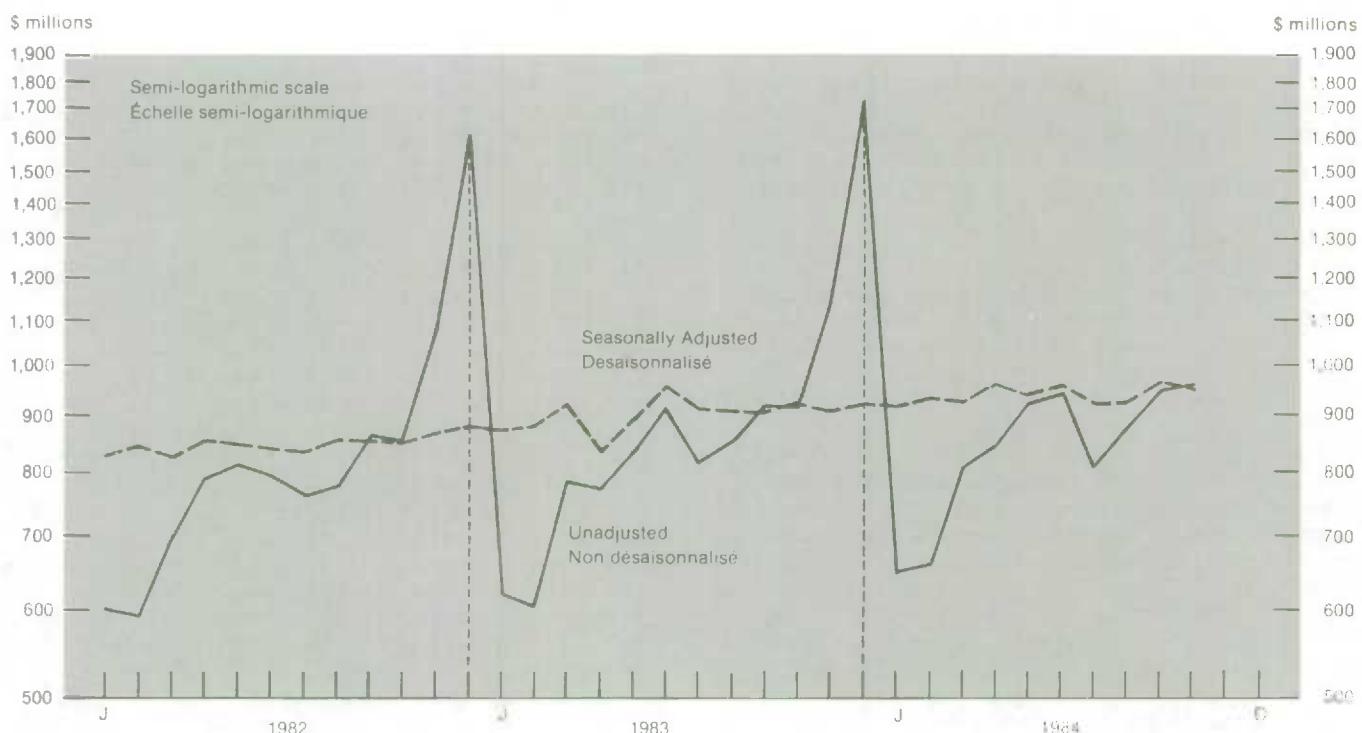
**Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1982-1984****Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1982-1984**

Chart — 2

Graphique — 2

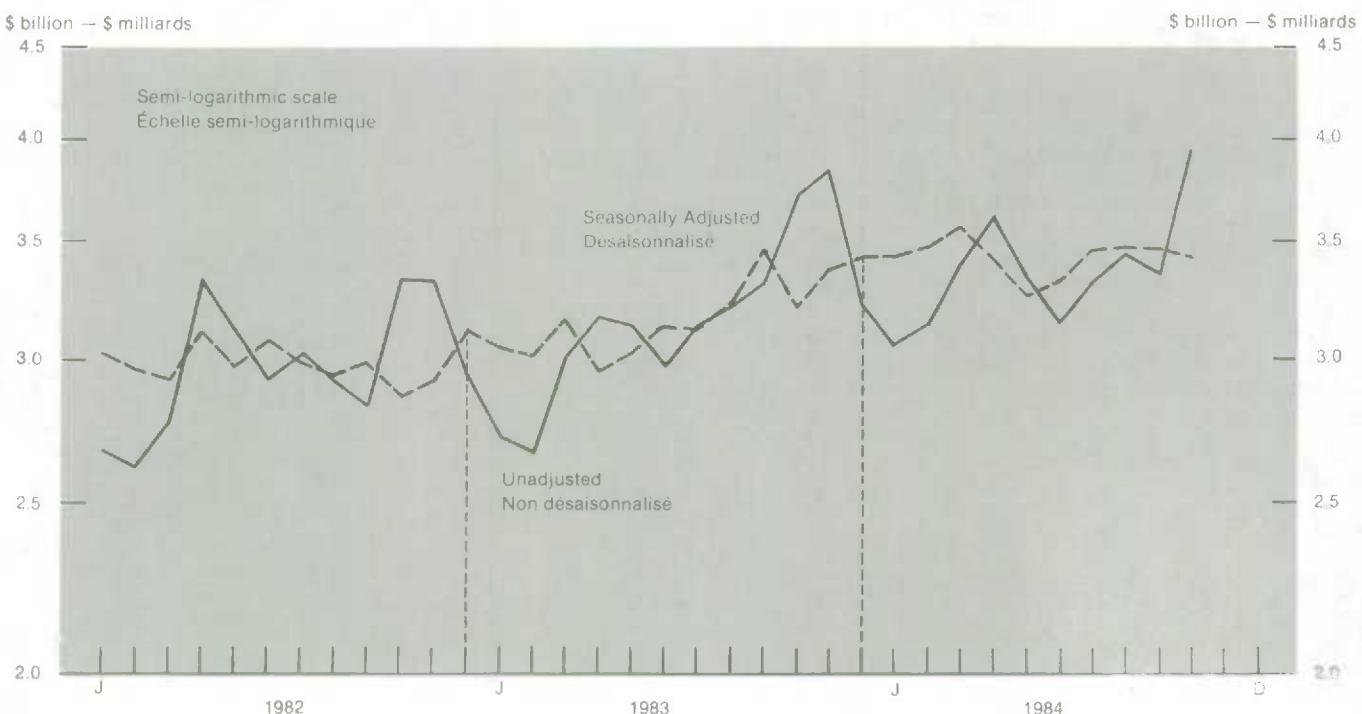
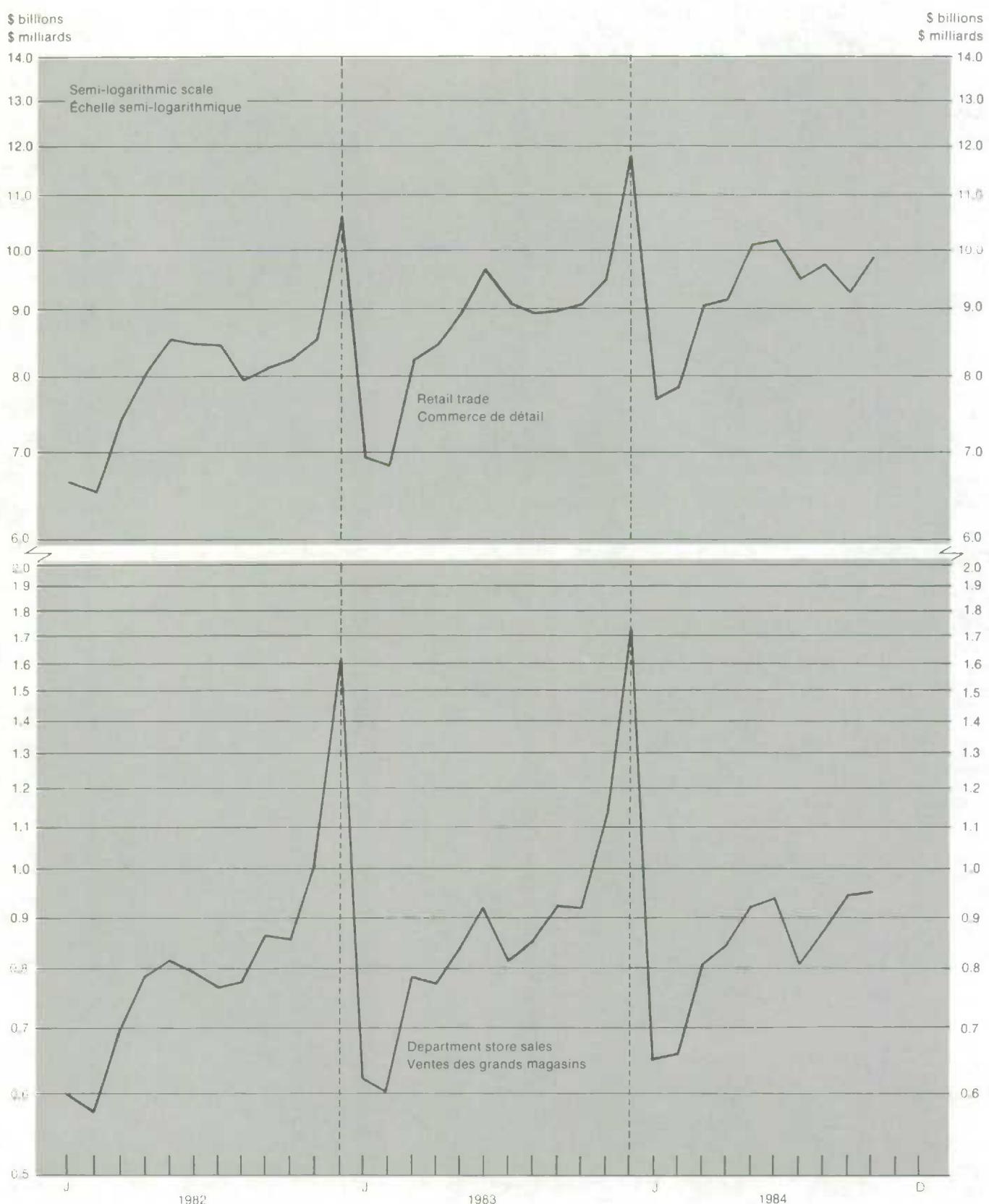
**Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1982-1984****Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1982-1984**

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**

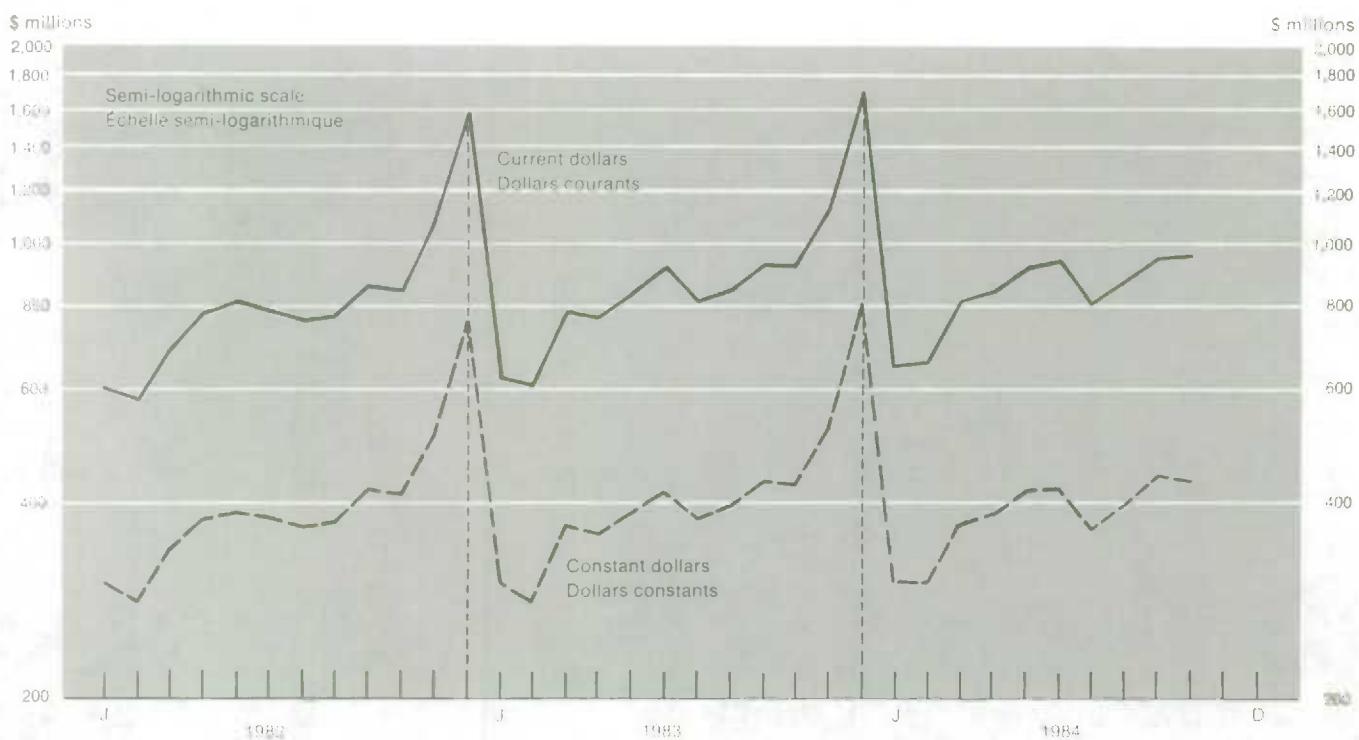


Chart - 5

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**

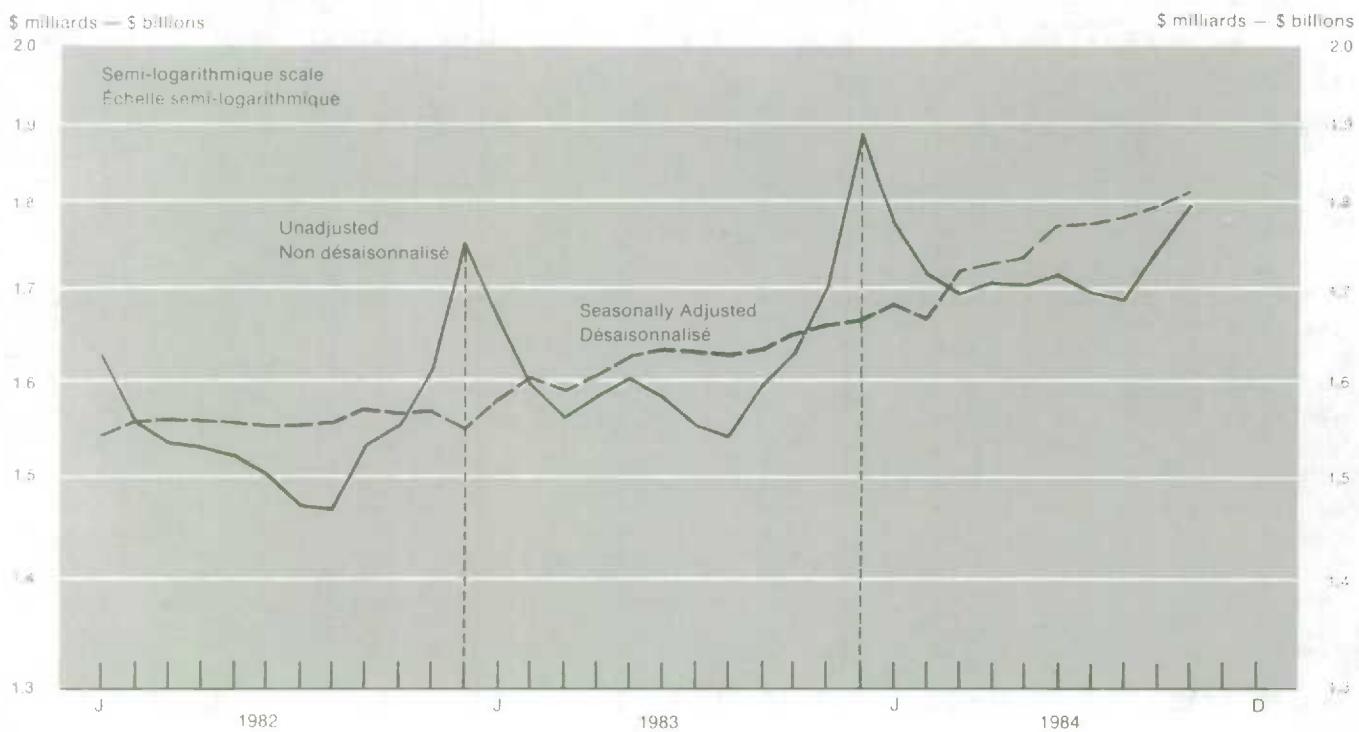


Chart - 6

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

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

\$ millions

350

325

300

275

250

225

200

175

150

125

100

75

50

25

0

Qué.

Montréal

Ont.

Toronto

October — Octobre  
1983, 1984

Graphique - 6

\$ millions

50

25

0

Nfld.

T.-N.

P.E.I.

Î.-P.-É.

1983 1984

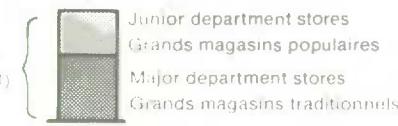
N.S.

N.-É.

N.B.

N.-B.

Legend — Légende

Sales(1)  
Ventes(1)

\$ millions

150

125

100

75

50

25

0

Man.

Winnipeg

Sask.

1983

1984

B.C.

C.-B.

Vancouver

(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

Adjusted for seasonal fluctuations, holidays and the number of trading days, total department store sales in October 1984 decreased 1.4% to \$947.2 million from the previous months sales. Among the 27 departments recording lower sales, the largest decreases were recorded in television, radio and music (- 9.4%), floor coverings (- 8.2%) and toys and games (- 5.9%) while increases were registered in women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms (+ 6.4%), china and glassware (+ 4.3%) and gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies (+ 3.8%).

### Unadjusted Sales

Total department store sales in Canada for October 1984 registered an increase of 3.9% over the same month last year to \$957.6 million in current dollars (not adjusted for inflation). Sales were higher in 30 of the 40 departments for which data are collected, with the major gains in millinery (+ 23.3%), toys and games (+ 20.7%) and all other departments (+ 16.9%). The largest decreases were reported in plumbing, heating and building materials (- 14.3%), piece goods (- 8.3%), and major appliances (- 5.9%).

With the exception of Saskatchewan, which recorded a drop in sales of 1.6% over the same month a year ago, all the remaining regions showed increases ranging from 2.3% in Alberta to 17.7% in Nova Scotia. The 10 metropolitan areas surveyed reported sales increases in October 1984, with gains ranging from 1.0% in Hamilton to 19.8% in Halifax-Dartmouth.

Sales by major department store organizations totalled \$611.5 million in October 1984, up 1.1% from the same month of the previous year. Junior department store organizations had sales of \$346.1 million, a 9.2% rise from October 1983 sales.

Cumulative unadjusted sales for all department stores for the first ten months of 1984 reached \$8,411.9 million, an increase of 4.4% over the \$8,060.6 million reported for the same period in 1983.

## POINTS SAILLANTS

### Ventes désaisonnalisées

Les ventes des grands magasins, corrigées en fonction des variations saisonnières, des congés et du nombre de journées d'affaires, ont augmenté de 1.4% en octobre 1984 en regard à l'estimation des ventes du mois précédent, pour s'établir à \$947.2 millions. Des 27 rayons qui ont signalé des baisses de ventes, les diminutions les plus prononcées ont été enregistré par les rayons de télévision, radio et musique (- 9.4%), de vêtements de plancher (- 8.2%) et de jouets et jeux (- 5.9%) tandis que les hausses les plus notables ont été rapportées par les rayons de robes, robes de ménage, tabliers et uniformes (+ 6.4%), de porcelaine et verrerie (+ 4.3%) et d'essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures (+ 3.8%).

### Ventes non désaisonnalisées

Les ventes totales des grands magasins au Canada en octobre 1984 ont enregistré une augmentation de 3.9% par rapport au mois correspondant de l'année dernière pour ainsi se chiffrer à \$957.6 millions en dollars courants (non ajustées en fonction de l'inflation). Des 40 rayons pour lesquels on recueille des données, 30 ont indiqué des ventes accrues. Les gains les plus importants ont été enregistrés par les rayons de chapeaux (+ 23.3%), de jouets et jeux (+ 20.7%) et par tous autres rayons (+ 16.9%). On a par contre constaté les diminutions les plus marquées pour les rayons de matériel de plomberie, chauffage et construction (- 14.3%), tissus à la pièce (- 8.3%) et de gros appareils ménagers (- 5.9%).

A l'exception de la Saskatchewan qui a connu une baisse de 1.6% de ses ventes par rapport au même mois un an plus tôt, toutes les autres régions ont indiqué des hausses s'échelonnant de 2.3% en Alberta à 17.7% en Nouvelle-Écosse. Les dix régions métropolitaines enquêtées ont rapporté des augmentations des ventes en octobre 1984 allant de 1.0% pour Hamilton à 19.8% pour Halifax-Dartmouth.

Les ventes par les organisations de grands magasins traditionnels ont totalisé \$611.5 millions en octobre 1984 soit 1.1% de plus que le même mois l'an dernier. Les organisations de magasins populaires ont enregistré des ventes de l'ordre de \$346.1 millions, soit une hausse de 9.2% par rapport aux ventes d'octobre 1983.

Les ventes cumulatives pour l'ensemble des grands magasins ont atteint \$8,411.9 millions pour la période couvrant les dix premiers mois de 1984, soit une augmentation de 4.4% par rapport aux \$8,060.6 millions rapportés pour la période correspondante l'an dernier.

Department store sales constituted 9.7% of total retail trade in Canada in October 1984, a notable decline from the 10.2% share held in October 1983.

In October 1984, there were 803 retail locations operated by department store organizations. This represents an increase of 3 stores as compared to the number of stores reported for September 1984, and no change from what was recorded at the same time last year.

#### Stocks

The unadjusted selling value of inventories held in October 1984 by department stores was \$3,924.2 million, an increase of 5.1% over the same month a year earlier. Seasonally adjusted department store stocks totalled \$3,415.9 million in October 1984, down 1.1% from the previous month.

#### Accounts Receivable

The total value of the accounts receivable of all department store organisations in October 1984 amounted to \$1,799.7 million, up 3.0% from the \$1,746.9 million recorded in September 1984.

Les ventes totales des grands magasins ont représenté, à elles seules, 9.7% de l'ensemble du commerce de détail au Canada en octobre 1984, soit un recul notable par rapport à la part de 10.2% détenue en octobre 1983.

En octobre 1984, on a dénombré un total de 803 points de ventes au détail exploités par les sociétés des grands magasins, soit 3 magasins de plus qu'en septembre 1984 et le même nombre qu'en octobre l'an passé.

#### Stocks

La valeur marchande, non désaisonnalisée, des stocks détenus en octobre 1984 par les grands magasins s'est accrue de 5.1% par rapport au mois correspondant de l'année dernière pour ainsi se chiffrer à \$3,924.2 millions. La valeur désaisonnalisée des stocks en octobre 1984 a, quant à elle, connu une baisse de 1.1% par rapport au mois précédent et a totalisé \$3,415.9 millions.

#### Comptes à recevoir

La valeur total des créances à recouvrer par les sociétés de grands magasins s'est chiffrée à \$1,799.7 millions en octobre 1984, soit 3.0% de plus que l'estimation enregistrée en septembre 1984 (\$1,746.9 millions).

Statistical Tables

Tableaux statistiques

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

Department No.	1984						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
thousands of dollars milliers de dollars							
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	8,375	10,406	13,665	16,844	19,286	19,888	14,522
2 Women's and misses' coats and suits	12,756	14,375	18,288	16,828	10,534	7,793	7,104
3 Women's and misses' sportswear	31,950	37,338	48,982	50,416	60,068	63,841	45,797
4 Furs	3,201	2,564	2,049	700	493	481	1,150
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	17,560	17,322	21,806	25,779	21,083	23,512	18,914
6 Girls' and teenage girls' wear	7,714	10,655	15,635	15,836	15,633	15,645	11,906
7 Lingerie and women's sleepwear	11,154	12,591	15,397	15,880	19,313	19,087	15,958
8 Intimate apparel	8,251	8,141	10,711	10,621	11,213	12,091	10,172
9 Millinery	1,340	1,004	1,138	1,488	1,254	1,237	1,155
10 Women's and girls' hosiery	8,297	8,254	10,869	11,074	10,962	9,256	6,472
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	9,054	8,792	12,510	13,928	15,429	13,606	10,026
12 Women's, misses' and children's footwear	14,232	15,297	22,432	27,642	25,678	25,178	18,071
13 Men's clothing	21,676	22,984	32,618	33,525	34,572	41,698	25,444
14 Men's furnishings	24,848	26,576	37,241	37,990	40,816	50,020	36,136
15 Boys' clothing and furnishings	7,158	7,700	10,777	13,232	18,675	12,117	9,400
16 Men's and boys' hats	9,172	9,275	16,761	18,144	18,732	18,786	12,468
17 Food and beverage products	48,258	52,174	51,932	59,159	52,641	54,729	51,990
18 Toiletries, cosmetics and drugs	39,382	40,794	47,069	43,950	48,677	45,681	44,650
19 Photographic equipment and supplies	9,357	8,779	9,687	9,610	11,290	13,644	12,549
20 Piece goods	3,661	3,708	4,441	3,605	4,050	3,558	3,227
21 Linens and domestics	28,974	16,292	22,485	22,099	27,669	28,501	30,575
22 Smallwares and notions	8,724	6,672	8,092	7,012	6,889	6,424	6,816
23 China and glassware	6,355	8,525	9,984	8,457	12,938	10,129	10,287
24 Floor coverings	9,787	9,703	12,514	12,374	11,857	11,254	11,678
25 Draperies, curtains and furniture cov- erings	10,217	11,322	14,234	15,239	16,624	15,888	15,574
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	6,126	5,822	7,141	7,151	7,527	6,677	7,507
27 Furniture	37,999	33,630	42,302	41,740	51,428	49,919	51,855
28 Major appliances	37,198	33,120	41,304	39,477	44,187	50,905	47,592
29 Television, radio and music	33,133	30,911	39,251	32,923	35,221	32,218	35,403
30 Housewares and small electrical appliances	23,469	28,562	25,904	28,731	33,348	34,990	32,448
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	16,312	16,417	22,192	26,323	38,015	35,462	27,097
32 Plumbing, heating and building materials	7,988	7,704	9,049	11,218	12,535	14,602	11,206
33 Jewellery	10,284	12,364	16,434	16,769	20,863	19,195	16,208
34 Toys and games	10,169	12,520	16,360	17,508	18,307	17,069	17,857
35 Sporting goods and luggage	17,090	14,351	19,504	25,953	31,656	34,251	29,202
36 Stationery, books and magazines	20,198	22,196	23,995	23,487	26,802	25,552	23,297
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	14,674	14,249	15,488	17,293	17,889	17,775	14,857
38 Meals and lunches	19,202	18,292	21,864	20,360	20,934	21,342	20,038
39 Repairs and services	8,804	8,461	10,191	9,550	10,366	10,857	9,412
40 All other departments	23,049	21,525	26,970	32,814	42,287	38,466	30,176
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	649,360	659,335	806,715	842,716	927,771	941,318	806,302

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

1984	1983						Change	Variation	Rayon
	August	September	October	October	November	December			
Août	Septembre	Octobre	Octobre	Novembre	Décembre	Octobre 1984/1983	Octobre 1984/1983	N°	
<i>thousands of dollars</i>									
<i>milliers de dollars</i>									
per cent									
pourcentage									
16,621	15,554	16,504	14,240	15,835	23,185	+ 15.9	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	1	
15,806	20,945	27,114	24,923	24,959	24,709	+ 8.8	Monteaux et taileurs pour dames et jeunes filles	2	
51,039	65,818	56,324	52,109	55,376	79,440	+ 8.1	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3	
1,787	3,466	5,376	5,796	7,156	8,564	- 3.8	Fourrures	4	
27,271	25,941	26,928	26,090	26,916	38,180	+ 3.2	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5	
26,263	19,170	15,489	15,408	18,069	23,933	+ 0.5	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6	
15,540	17,733	18,540	18,495	26,174	48,913	+ 0.2	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7	
10,581	11,863	10,002	9,635	10,558	15,653	+ 3.8	Sous-vêtements	8	
1,141	1,856	2,791	2,264	3,606	4,630	+ 23.3	Chapeaux	9	
8,043	12,564	11,773	11,908	12,290	18,072	- 1.1	Bas pour dames et fillettes	10	
11,403	17,073	17,954	17,485	25,121	41,435	+ 2.7	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11	
24,655	31,884	30,109	28,615	32,626	32,003	+ 5.2	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12	
32,749	43,034	41,513	36,865	52,789	78,209	+ 12.6	Vêtements pour hommes	13	
31,681	44,467	42,954	40,665	63,173	122,032	+ 5.6	Articles d'habillage pour hommes	14	
32,773	13,507	13,195	11,686	15,306	24,015	+ 12.9	Vêtements et articles d'habillage pour hommes	15	
18,735	17,158	16,796	15,923	21,995	21,564	+ 3.5	Chapeaux pour hommes et femmes	16	
28,756	26,037	26,873	22,321	30,765	36,424	+ 2.8	Produits alimentaires et conserves	17	
46,479	49,142	52,032	50,247	60,572	121,800	+ 2.9	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18	
13,466	11,845	11,454	11,658	15,795	32,235	- 1.7	Appareils et fournitures photographiques	19	
3,844	4,252	4,637	5,059	5,271	4,612	- 8.3	Tissus à la pièce	20	
29,949	32,027	27,767	27,654	28,602	46,038	+ 0.4	Literie et linge de maison	21	
7,085	10,447	9,818	9,651	10,557	14,334	+ 1.7	Menus articles	22	
9,364	11,734	11,702	10,668	18,145	34,970	+ 9.7	Porcelaine et verrerie	23	
10,763	12,409	14,103	14,765	15,798	11,318	- 4.5	Revêtements de plancher	24	
13,947	15,572	15,973	15,895	17,172	17,887	+ 0.5	Tentures, rideaux et housses	25	
7,173	8,348	8,472	8,887	12,581	21,484	- 4.7	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'aménagement pour la maison	26	
40,222	44,761	45,249	44,768	43,434	43,681	+ 1.1	Meubles	27	
43,551	46,894	46,141	49,047	45,989	50,778	- 5.9	Gros appareils ménagers	28	
37,168	53,322	43,418	45,553	56,665	90,416	+ 4.7	Télévision, radio et musique	29	
33,048	31,929	35,824	36,321	43,570	80,971	- 1.4	Articles de ménage et petits appareils électriques	30	
24,769	22,215	26,691	25,712	27,362	37,835	+ 3.8	Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.	31	
9,795	9,344	10,641	12,422	11,459	12,841	- 14.3	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32	
16,960	20,798	18,123	17,133	26,151	65,308	+ 5.8	Bijouterie	33	
17,851	20,524	31,589	26,177	58,854	92,972	+ 20.7	Jouets et jeux	34	
24,148	20,763	19,267	18,865	24,534	49,342	+ 2.1	Articles de sport et valises	35	
33,902	32,212	25,048	24,377	41,136	75,016	+ 2.8	Papeterie, livres et revues	36	
17,439	13,693	19,868	19,676	21,805	26,795	+ 1.0	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37	
21,550	20,789	22,172	21,396	26,606	34,264	+ 3.6	Repas et casseroles	38	
9,752	10,039	12,167	10,860	13,833	13,551	+ 12.0	Services et travaux de réparation	39	
27,866	28,737	32,224	27,565	32,758	57,580	+ 16.9	Tous autres rayons	40	
872,975	947,867	952,575	922,014	1,138,763	1,731,121	+ 3.9	<b>TOTAL, TOUS RAYONS</b>	41	

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

Department No.	1984						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
thousands of dollars milliers de dollars							
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	15,446	15,546	15,267	15,798	15,076	16,284	16,090
2 Women's and misses' coats and suits	16,827	18,502	17,237	18,055	17,820	18,528	16,849
3 Women's and misses' sportswear	53,982	54,189	52,841	53,221	54,001	60,005	54,691
4 Furs	3,356	2,229	2,898	3,053	2,676	2,451	2,579
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	25,029	24,152	24,432	26,296	22,247	24,722	22,828
6 Girls' and teenage girls' wear	15,579	16,449	15,711	16,387	16,336	16,758	16,321
7 Lingerie and women's sleepwear	20,178	20,163	19,913	19,681	20,547	20,597	19,863
8 Intimate apparel	11,079	11,069	10,973	10,937	10,381	10,822	11,107
9 Millinery	1,765	1,677	1,835	2,074	1,935	1,951	1,973
10 Women's and girls' hosiery	10,734	11,175	11,127	11,162	10,967	10,673	9,831
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	16,082	15,655	15,958	16,519	16,719	16,564	16,170
12 Women's, misses' and children's footwear	24,605	26,529	24,395	26,451	24,755	25,214	24,799
13 Men's clothing	35,706	37,162	35,296	37,966	38,366	39,432	38,132
14 Men's furnishings	45,860	47,641	49,415	50,173	48,553	50,381	48,942
15 Boys' clothing and furnishings	13,358	13,911	12,919	13,539	12,620	13,453	13,347
16 Men's and boys' footwear	16,124	16,376	16,470	17,413	16,827	16,795	16,771
17 Food and kindred products	56,339	57,769	54,890	59,675	57,286	59,969	57,158
18 Toiletries, cosmetics and drugs	53,044	52,548	53,249	52,712	52,898	51,234	53,817
19 Photographic equipment and supplies	14,203	13,976	12,559	13,028	13,094	13,030	13,250
20 Piece goods	4,508	4,381	4,110	3,882	3,954	3,908	4,193
21 Linens and domestics	28,170	26,459	27,984	28,214	29,418	28,710	29,781
22 Smallwares and notions	8,501	7,794	8,709	8,475	8,655	8,381	8,397
23 China and glassware	11,184	12,726	12,105	12,032	13,058	12,878	13,111
24 Floor coverings	12,205	11,775	12,408	12,738	11,732	11,647	11,377
25 Draperies, curtains and furniture coverings	14,680	15,723	14,884	15,312	15,145	14,066	14,761
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	8,653	8,641	8,581	9,249	8,936	8,381	8,968
27 Furniture	41,309	42,985	43,415	46,669	45,481	45,678	45,946
28 Major appliances	42,441	44,741	45,222	46,862	44,911	45,065	42,181
29 Television, radio and music	40,820	42,423	43,473	43,361	42,818	42,577	43,534
30 Housewares and small electrical appliances	35,265	36,234	35,127	35,569	35,568	36,552	36,822
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	24,153	24,349	26,379	27,670	27,676	28,374	28,343
32 Plumbing, heating and building materials	11,561	10,694	11,149	11,084	10,521	11,417	10,369
33 Jewellery	22,475	21,910	21,996	22,798	22,878	22,394	22,646
34 Toys and games	28,689	29,324	29,279	28,356	29,905	27,785	28,751
35 Sporting goods and luggage	25,141	25,129	25,619	26,527	26,156	25,881	26,219
36 Stationery, books and magazines	29,782	30,587	30,396	31,038	32,983	30,605	31,586
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	19,019	19,876	17,764	18,451	16,650	16,856	16,055
38 Meals and lunches	22,610	21,892	22,208	22,792	21,962	21,755	21,966
39 Repairs and services	10,295	10,112	10,125	10,487	10,573	10,917	10,888
40 All other departments	33,499	31,290	31,353	32,576	31,761	32,823	32,932
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	926,673	935,595	929,532	958,329	945,853	955,511	944,958

(1) The sum of the components may not equal to the total due to rounding.

TABLEAU 2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1983 et 1984(1)

1984		1983				Change - Variation	
August	September <sup>F</sup>	October <sup>D</sup>	October	November	December	October/ September 1984	Rayon
Août	Septembre <sup>F</sup>	Octobre <sup>D</sup>	Octobre	Novembre	Décembre	Octobre/ septembre 1984	
thousands of dollars				per cent			
millions de dollars				pourcentage			
N°							
17,183	16,036	17,069	15,163	14,635	15,548	+ 6.4	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles
14,757	17,433	16,644	15,737	15,375	15,872	- 4.5	Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles
53,248	53,362	55,277	51,307	49,685	51,711	+ 3.6	Vêtements sport pour dames et jeunes filles
2,693	3,537	3,457	4,158	3,540	3,442	- 2.3	Foulards
24,740	24,560	24,473	24,050	22,928	23,519	- 0.4	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambre d'enfants
							1
17,622	17,184	16,453	15,640	15,342	14,783	- 4.3	Vêtements de fillettes et d'adolescentes
19,718	19,516	19,502	19,676	18,859	18,837	- 0.1	Lingerie et vêtements de nuit pour dames
10,585	11,173	10,918	10,822	10,064	10,775	- 2.3	Sous-vêtements
1,801	2,068	2,038	1,747	1,719	1,794	- 1.5	Chapeaux
10,115	10,682	10,423	10,697	10,392	10,559	- 2.4	Bas pour dames et fillettes
							2
15,094	16,445	16,384	16,510	16,282	16,442	- 0.4	Gants, moufles et articles de parure pour dames et filles
25,131	25,314	25,259	24,435	24,479	23,264	- 0.2	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants
19,171	39,264	39,149	35,028	35,844	39,092	- 0.3	Vêtements pour hommes
12,432	48,276	47,252	44,332	43,193	45,114	- 2.1	Articles d'habillement pour hommes
13,373	13,255	13,842	12,364	12,568	12,168	+ 0.6	Vêtements et articles d'habillement pour hommes
							3
12,942	15,814	16,343	15,402	15,582	15,871	+ 3.4	Chaussures pour hommes et garçons
59,783	53,828	51,990	58,579	59,058	59,458	- 2.5	Habits d'alimentation et cosmétiques
52,180	56,126	54,355	51,926	52,186	52,925	- 3.2	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments
12,974	13,058	13,073	13,331	13,526	13,295	+ 0.1	Appareils et fournitures photographiques
3,845	3,764	3,850	4,312	4,315	4,426	+ 2.3	Tissus à la pièce
							4
29,245	29,139	27,881	27,920	26,822	27,683	- 4.3	Literie et linge de maison
8,149	8,782	8,455	8,568	8,495	9,290	- 3.7	Menus articles
11,829	12,848	13,404	12,726	12,720	12,423	+ 4.5	Porcelaine et verrerie
11,423	12,548	11,523	12,620	12,657	11,390	- 8.2	Revêtements de plancher
14,285	15,429	15,057	15,380	14,928	14,907	- 2.4	Tintures, rideaux et housses
							5
8,304	8,764	8,462	8,995	8,794	9,049	- 3.4	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'aménagement pour la maison
40,207	44,345	44,153	45,037	41,796	42,041	- 0.4	Méubles
43,250	44,386	42,139	46,387	42,928	44,034	- 5.1	Gros appareils ménagers
42,305	46,778	42,387	44,388	42,384	43,320	- 9.4	Télévision, radio et musique
36,096	35,806	35,967	36,795	35,912	35,578	+ 0.4	Articles de ménage et petits appareils électriques
							6
27,217	25,064	25,802	24,707	26,001	25,813	+ 2.9	Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.
9,971	10,272	10,100	11,926	11,023	11,702	- 1.7	Matériel de plomberie, chauffage et construction
21,295	21,720	21,441	20,544	19,061	20,797	- 1.3	Bijouterie
28,929	33,333	31,380	26,216	26,171	24,473	- 5.9	Jouets et jeux
26,344	25,563	25,441	24,637	24,385	24,694	- 0.5	Articles de sport et valises
							7
30,812	31,729	30,094	28,823	32,605	30,210	- 5.2	Papeterie, livres et revues
17,631	16,551	17,172	17,924	16,482	19,153	+ 3.8	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures
21,590	22,091	22,195	21,886	21,625	22,216	+ 0.5	Repas et casse-croûtes
10,835	11,145	11,175	10,294	10,356	10,129	+ 0.3	Services et travaux de réparation
11,003	33,994	35,217	31,056	33,736	32,493	+ 3.6	Tous autres rayons
22,608	961,073	947,177	924,172	909,582	920,358	- 1.4	<b>TOTAL, TOUS RAYONS</b>
							8

(1) La somme des composantes peut ne pas être égale au total en raison de l'arrondissement.

TABLE 3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1983 and 1984

Province No.	1984						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Newfoundland	6,101	7,136	8,610	10,060	11,207	11,345	9,442
2 Prince Edward Island	3,732	3,681	4,225	5,160	5,553	6,168	6,177
3 Nova Scotia	16,261	18,121	21,953	26,951	27,399	28,025	25,131
4 New Brunswick	12,082	13,215	15,457	19,334	21,096	20,947	18,130
5 Quebec	120,485	122,314	146,429	162,154	181,928	178,268	150,887
6 Ontario	231,162	232,293	282,877	303,082	334,986	348,590	292,171
7 Manitoba	32,501	33,099	44,095	45,415	48,292	49,252	43,233
8 Saskatchewan	21,100	21,772	27,789	27,420	29,020	29,464	26,331
9 Alberta	93,561	95,592	116,483	113,327	124,268	124,800	104,897
10 British Columbia	110,629	110,091	136,013	127,668	141,495	141,559	127,425
11 Yukon and Northwest Territories	1,745	2,023	2,182	2,143	2,326	2,901	2,478
12 CANADA	649,360	659,335	806,713	842,716	927,771	941,518	806,302

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

Selected metropolitan areas No.	1984						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Calgary	35,833	35,943	43,968	42,603	47,114	46,703	41,049
2 Edmonton	42,899	43,582	53,091	51,473	56,432	56,832	48,855
3 Halifax-Dartmouth	9,311	9,973	12,118	14,248	14,739	14,867	13,030
4 Hamilton	18,359	17,393	20,342	22,155	24,715	25,922	21,566
5 Montreal	73,090	73,123	86,788	94,533	103,779	104,741	84,768
6 Ottawa-Hull	27,677	28,387	35,802	37,466	42,693	42,163	34,555
7 Quebec City	18,733	16,822	20,466	21,611	27,559	25,779	23,434
8 Toronto	91,845	93,675	115,269	121,503	130,168	138,276	114,153
9 Vancouver	66,468	65,879	81,021	74,707	82,622	82,772	72,699
10 Winnipeg	29,679	29,999	39,979	41,273	43,720	44,397	39,143

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

1984	1983						Change October 1984/1983	Province	Nº
	August	September	October	October	November	December			
Août	Septembre	Octobre	Octobre	Novembre	Décembre	Octobre 1984/1983			
<i>thousands of dollars - milliers de dollars</i>									
11,317	11,141	12,329	11,827	14,873	21,685	+ 4.2	Terre-Neuve	1	
6,375	5,490	5,624	5,397	6,350	10,924	+ 4.2	Île-du-Prince-Édouard	2	
28,836	28,999	30,813	26,189	36,478	57,769	+ 17.7	Nouvelle-Écosse	3	
19,763	19,791	20,956	20,109	27,007	40,017	+ 4.2	Nouveau-Brunswick	4	
163,813	176,106	182,239	173,157	192,906	304,967	+ 5.2	Québec	5	
312,534	341,407	347,095	335,918	430,194	652,084	+ 3.3	Ontario	6	
45,526	52,448	49,639	47,505	60,620	85,566	+ 4.5	Manitoba	7	
27,248	31,473	30,177	30,682	39,161	53,793	- 1.6	Saskatchewan	8	
117,116	128,327	127,318	124,404	157,650	225,789	+ 2.3	Alberta	9	
137,771	149,335	148,330	143,923	170,746	273,669	+ 3.1	Colombie-Britannique	10	
3,674	3,350	3,654	2,915	3,773	4,858	+ 3.1	Fond et les Territoires du Nord-Ouest	11	
872,975	947,867	957,575	922,014	1,138,763	1,731,121	+ 3.9	CANADA	12	

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

1984	1983						Change October 1984/1983	Certaines zones métropolitaines	Nº
	August	September	October	October	November	December			
Août	Septembre	Octobre	Octobre	Novembre	Décembre	Octobre 1984/1983			
<i>thousands of dollars - milliers de dollars</i>									
43,591	49,079	48,618	46,942	60,076	85,124	+ 3.6	Calgary	1	
53,470	57,612	57,446	56,511	70,315	100,816	+ 1.7	Edmonton	2	
15,745	16,665	17,572	14,665	20,135	30,126	+ 19.8	Halifax-Dartmouth	3	
22,156	24,493	25,892	25,633	30,698	51,446	+ 1.0	Hamilton	4	
93,911	106,689	108,137	104,605	116,811	186,524	+ 3.4	Montréal	5	
38,390	42,719	44,593	43,969	50,786	74,772	+ 1.4	Ottawa-Hull	6	
23,843	24,577	25,644	24,002	26,309	38,661	+ 6.8	Ville de Québec	7	
119,291	139,209	139,154	132,358	169,780	262,038	+ 5.1	Toronto	8	
78,140	88,171	87,881	84,868	100,144	160,745	+ 3.6	Vancouver	9	
41,157	47,664	44,889	42,982	54,821	76,858	+ 4.4	Winnipeg	10	

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

Province No.	1984						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x
3 Nova Scotia	5,685	5,750	6,861	8,153	8,116	8,257	7,350
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x
5 Quebec	69,668	70,746	86,606	91,181	101,241	99,753	84,105
6 Ontario	145,440	143,196	178,528	182,117	201,192	208,432	173,654
7 Manitoba	22,684	21,650	29,989	28,943	30,407	31,344	27,592
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x
9 Alberta	74,649	73,039	89,780	83,758	91,972	93,174	76,448
10 British Columbia	92,402	89,678	109,166	100,502	111,637	112,125	99,403
11 Yukon and Northwest Territories	x	x	x	x	x	x	x
12 CANADA	433,177	426,537	529,691	522,096	575,256	584,580	496,195

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

Selected metropolitan areas No.	1984						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Calgary	29,186	28,174	34,908	32,593	35,808	35,852	31,137
2 Edmonton	34,722	33,855	41,541	38,634	42,439	43,076	36,547
3 Halifax-Dartmouth	x	x	x	x	x	x	x
4 Hamilton	13,908	12,833	15,159	15,340	18,110	18,853	16,036
5 Montreal	46,678	48,435	58,723	61,340	65,507	65,971	54,219
6 Ottawa-Hull	17,460	18,111	23,884	23,107	26,767	25,979	21,541
7 Quebec City	x	x	x	x	x	x	x
8 Toronto	67,398	68,810	85,947	87,985	93,328	98,375	81,209
9 Vancouver	59,285	57,681	70,084	64,039	70,877	71,257	62,111
10 Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x

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

1984		1983				Change		Province	Nº
August	September	October	October	November	December	October 1984/1983	Variation		
Août	Septembre	Octobre	Octobre	Novembre	Décembre	Octobre 1984/1983			
<b>thousands of dollars - milliers de dollars</b>									
x	x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
9,729	10,873	11,086	8,343	11,875	17,028	+ 32.9		Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
90,369	106,580	107,600	104,427	116,397	170,332	+ 3.0		Québec	5
180,143	213,139	214,317	212,535	269,568	388,614	+ 0.8		Ontario	6
28,635	36,495	32,513	31,748	40,397	55,448	+ 2.4		Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
86,398	97,543	94,529	96,307	122,043	171,051	- 1.8		Alberta	9
107,152	120,456	118,969	116,838	139,163	217,651	+ 1.8		Colombie-Britannique	10
x	x	x	x	x	x	x	x	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
530,591	619,430	611,524	605,042	741,909	1,078,633	+ 1.1		CANADA	12

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

1984		1983				Change		Certaines zones métropolitaines	Nº
August	September	October	October	November	December	October 1984/1983	Variation		
Août	Septembre	Octobre	Octobre	Novembre	Décembre	Octobre 1984/1983			
<b>thousands of dollars - milliers de dollars</b>									
33,402	38,915	36,924	37,411	48,427	67,164	- 1.3		Calgary	1
40,093	44,376	43,621	44,388	55,465	77,308	- 1.7		Edmonton	2
x	x	x	x	x	x	x	x	Halifax-Dartmouth	3
16,107	18,450	19,482	19,464	23,140	37,210	+ 0.1		Hamilton	4
59,685	73,867	72,264	70,303	79,347	118,386	+ 2.8		Montréal	5
22,997	28,020	29,404	29,674	33,263	46,030	- 0.9		Ottawa-Hull	6
x	x	x	x	x	x	x	x	Ville de Québec	7
83,502	102,488	102,337	98,876	126,347	188,296	+ 3.5		Toronto	8
66,858	76,930	76,272	74,237	87,896	138,559	+ 2.7		Vancouver	9
x	x	x	x	x	x	x	x	Winnipeg	10

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

Province No.	1984						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Newfoundland	x	x	x	x	x	x	x
2 Prince Edward Island	x	x	x	x	x	x	x
3 Nova Scotia	10,576	12,372	15,092	18,798	19,283	19,768	17,781
4 New Brunswick	x	x	x	x	x	x	x
5 Quebec	50,817	51,567	59,823	70,973	80,687	78,515	66,781
6 Ontario	85,723	89,097	104,349	120,965	133,794	140,158	118,517
7 Manitoba	9,817	11,449	14,106	16,471	17,885	17,907	15,641
8 Saskatchewan	x	x	x	x	x	x	x
9 Alberta	18,912	22,553	26,703	29,569	32,296	31,626	28,449
10 British Columbia	18,228	20,414	26,847	27,166	29,857	29,434	28,122
11 Yukon and Northwest Territories	x	x	x	x	x	x	x
12 CANADA	216,184	232,799	277,022	320,620	352,515	356,738	310,107

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

Selected metropolitan areas No.	1984						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
thousands of dollars - milliers de dollars							
1 Calgary	6,647	7,769	9,060	10,010	11,306	10,851	9,912
2 Edmonton	8,177	9,727	11,549	12,839	13,993	13,756	12,308
3 Halifax-Dartmouth	x	x	x	x	x	x	x
4 Hamilton	4,451	4,560	5,183	6,815	6,605	7,069	5,531
5 Montreal	26,412	24,687	28,064	33,192	38,271	38,770	30,550
6 Ottawa-Hull	10,216	10,276	11,919	14,360	15,926	16,184	12,993
7 Quebec City	x	x	x	x	x	x	x
8 Toronto	24,447	24,865	29,323	33,518	36,840	39,902	32,894
9 Vancouver	7,183	8,198	10,938	10,668	11,746	11,515	10,583
10 Winnipeg	x	x	x	x	x	x	x

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

1984		1983					Change	Province
August	September	October	October	November	December	October 1984/1983		
Août	Septembre	Octobre	Octobre	Novembre	Décembre	Octobre 1984/1983	N°	
<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
19,107	18,126	19,727	17,847	24,603	40,740	+ 10.5	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
73,444	69,526	74,639	68,731	76,510	134,636	+ 8.6	Québec	5
132,391	128,268	132,778	123,383	160,626	263,470	+ 7.6	Ontario	6
16,892	15,953	17,126	15,757	20,223	30,118	+ 8.7	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
30,718	30,784	32,789	28,097	35,608	54,739	+ 16.7	Alberta	9
30,619	28,879	29,361	27,084	31,583	56,018	+ 8.4	Colombie-Britannique	10
x	x	x	x	x	x	x	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
342,384	338,437	346,051	316,972	396,854	652,488	+ 9.2	CANADA	12

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

1984		1983					Change	Certaines zones métropolitaines
August	September	October	October	November	December	October 1984/1983		
Août	Septembre	Octobre	Octobre	Novembre	Décembre	Octobre 1984/1983		
<b>thousands of dollars - milliers de dollars</b>								
10,189	10,165	11,694	9,531	11,649	17,960	+ 22.7	Calgary	1
13,377	13,236	13,825	12,123	14,850	23,508	+ 14.0	Edmonton	2
x	x	x	x	x	x	x	Halifax-Dartmouth	3
6,049	6,043	6,410	6,168	7,559	14,236	+ 3.9	Hamilton	4
34,225	32,821	35,873	34,302	37,463	68,138	+ 4.6	Montréal	5
15,293	14,700	15,189	14,294	17,523	28,742	+ 6.3	Ottawa-Hull	6
x	x	x	x	x	x	x	Ville de Québec	7
35,782	36,721	36,817	33,482	43,433	73,742	+ 10.0	Toronto	8
11,282	11,242	11,610	10,631	12,248	22,186	+ 9.2	Vancouver	9
x	x	x	x	x	x	x	Winnipeg	10

TABLE 9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1983 and 1984

Province No.	1984						
	January Janvier	February Février	March Mars	April Avril	May Mai	June Juin	July Juillet
	number - nombre						
1 Newfoundland	14	14	14	14	14	14	14
2 Prince Edward Island	7	7	7	7	7	7	7
3 Nova Scotia	32	32	32	32	32	32	32
4 New Brunswick	26	26	26	26	26	26	26
5 Quebec	162	160	158	159	160	160	160
6 Ontario	299	297	297	298	298	298	298
7 Manitoba	38	38	38	38	38	38	38
8 Saskatchewan	31	31	31	31	31	31	31
9 Alberta	84	84	84	84	84	84	84
10 British Columbia	101	102	102	102	103	103	103
11 Yukon and Northwest Territories	6	6	6	6	6	6	6
12 CANADA	800	797	795	797	799	799	799

TABLE 10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1983 and 1984

Selected metropolitan areas No.	1984						
	January Janvier	February Février	March Mars	April Avril	May Mai	June Juin	July Juillet
	number - nombre						
1 Calgary	26	26	26	26	26	26	26
2 Edmonton	33	33	33	33	33	33	33
3 Halifax-Dartmouth	13	13	13	13	13	13	13
4 Hamilton	24	24	24	24	24	24	24
5 Montreal	80	78	76	75	75	75	75
6 Ottawa-Hull	33	33	33	33	33	33	33
7 Quebec City	20	20	20	20	20	20	21
8 Toronto	88	88	88	88	88	88	88
9 Vancouver	41	41	41	41	41	41	41
10 Winnipeg	30	30	30	30	30	30	30

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

1984		1983				Province	N°
August	September	October	October	November	December		
Août	Septembre	Octobre	Octobre	Novembre	Décembre		
<i>number - nombre</i>							
14	14	14	14	14	14	Terre-Neuve	1
7	7	7	7	7	7	Île-du-Prince-Édouard	2
33	33	33	32	32	32	Nouvelle-Écosse	3
26	26	26	26	26	26	Nouveau-Brunswick	4
160	160	161	163	163	163	Québec	5
299	299	300	301	301	300	Ontario	6
38	38	38	38	38	38	Manitoba	7
31	31	32	31	31	31	Saskatchewan	8
83	83	83	84	84	84	Alberta	9
103	103	103	101	101	101	Colombie-Britannique	10
6	6	6	6	6	6	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
800	800	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

1984		1983				Certaines zones métropolitaines	N°
August	September	October	October	November	December		
Août	Septembre	Octobre	Octobre	Novembre	Décembre		
<i>number - nombre</i>							
26	26	26	26	26	26	Calgary	1
33	33	33	33	33	33	Edmonton	2
14	14	14	13	13	13	Halifax-Dartmouth	3
24	24	24	24	24	24	Hamilton	4
75	75	75	80	80	80	Montréal	5
32	32	32	33	33	33	Ottawa-Hull	6
21	21	21	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						
	January Janvier	February Février	March Mars	April Avril	May Mai	June Juin	July Juillet
	number - nombre						
1 Newfoundland	8	8	8	8	8	8	8
2 Prince Edward Island	3	3	3	3	3	3	3
3 Nova Scotia	6	6	6	6	6	6	6
4 New Brunswick	4	4	4	4	4	4	4
5 Quebec	55	55	55	55	55	55	55
6 Ontario	112	113	113	113	113	113	113
7 Manitoba	18	18	18	18	18	18	18
8 Saskatchewan	16	16	16	16	16	16	16
9 Alberta	49	49	49	49	49	49	49
10 British Columbia	60	61	61	61	61	61	61
11 Yukon and Northwest Territories	5	5	5	5	5	5	5
12 CANADA	336	338	338	338	338	338	338

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

Selected metropolitan areas No.	1984						
	January Janvier	February Février	March Mars	April Avril	May Mai	June Juin	July Juillet
	number - nombre						
1 Calgary	14	14	14	14	14	14	14
2 Edmonton	18	18	18	18	18	18	18
3 Halifax-Dartmouth	5	5	5	5	5	5	5
4 Hamilton	14	14	14	14	14	14	14
5 Montreal	30	30	30	30	30	30	30
6 Ottawa-Hull	13	13	13	13	13	13	13
7 Quebec City	8	8	8	8	8	8	8
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

1984		1983				Province	No
August	September	October	October	November	December		
Août	Septembre	Octobre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
6	6	6	8	8	8	Terre-Neuve	1
3	3	3	3	3	3	Île-du-Prince-Édouard	2
7	7	7	6	6	6	Nouvelle-Écosse	3
4	4	4	4	4	4	Nouveau-Brunswick	4
54	54	55	56	56	56	Québec	5
110	110	110	112	112	112	Ontario	6
18	18	18	18	18	18	Manitoba	7
15	15	15	16	16	16	Saskatchewan	8
46	46	46	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
328	328	329	337	337	337	CANADA	12

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

1984		1983				Certaines zones métropolitaines	No
August	September	October	October	November	December		
Août	Septembre	Octobre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
14	14	14	14	14	14	Calgary	1
18	18	18	18	18	18	Edmonton	2
6	6	6	5	5	5	Halifax-Dartmouth	3
14	14	14	14	14	14	Hamilton	4
30	30	30	30	30	30	Montréal	5
12	12	12	13	13	13	Ottawa-Hull	6
8	8	8	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						
	January Janvier	February Février	March Mars	April Avril	May Mai	June Juin	July Juillet
	number - nombre						
1 Newfoundland	6	6	6	6	6	6	6
2 Prince Edward Island	4	4	4	4	4	4	4
3 Nova Scotia	26	26	26	26	26	26	26
4 New Brunswick	22	22	22	22	22	22	22
5 Quebec	107	105	103	104	105	105	105
6 Ontario	187	184	184	185	185	185	185
7 Manitoba	20	20	20	20	20	20	20
8 Saskatchewan	15	15	15	15	15	15	15
9 Alberta	35	35	35	35	35	35	35
10 British Columbia	41	41	41	41	42	42	42
11 Yukon and Northwest Territories	1	1	1	1	1	1	1
12 CANADA	464	459	457	459	461	461	461

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

Selected metropolitan areas No.	1984						
	January Janvier	February Février	March Mars	April Avril	May Mai	June Juin	July Juillet
	number - nombre						
1 Calgary	12	12	12	12	12	12	12
2 Edmonton	15	15	15	15	15	15	15
3 Halifax-Dartmouth	8	8	8	8	8	8	8
4 Hamilton	10	10	10	10	10	10	10
5 Montreal	50	48	46	45	45	45	45
6 Ottawa-Hull	20	20	20	20	20	20	20
7 Quebec City	12	12	12	12	12	12	13
8 Toronto	48	48	48	48	48	48	48
9 Vancouver	15	15	15	15	15	15	15
10 Winnipeg	17	17	17	17	17	17	17

TABLEAU 13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1983 et 1984

1984		1983				Province	No
August	September	October	October	November	December		
Août	Septembre	Octobre	Octobre	Novembre	Décembre		
<i>number - nombre</i>							
8	8	8	6	6	6	Terre-Neuve	1
4	4	4	4	4	4	Île-du-Prince-Édouard	2
26	26	26	26	26	26	Nouvelle-Écosse	3
22	22	22	22	22	22	Nouveau-Brunswick	4
106	106	106	107	107	107	Québec	5
189	189	190	189	189	188	Ontario	6
20	20	20	20	20	20	Manitoba	7
16	16	17	15	15	15	Saskatchewan	8
37	37	37	35	35	35	Alberta	9
43	43	43	41	41	41	Colombie-Britannique	10
1	1	1	1	1	1	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
472	472	474	466	466	465	CANADA	12

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

1984		1983				Certaines zones métropolitaines	No
August	September	October	October	November	December		
Août	Septembre	Octobre	Octobre	Novembre	Décembre		
<i>number - nombre</i>							
12	12	12	12	12	12	Calgary	1
15	15	15	15	15	15	Edmonton	2
8	8	8	8	8	8	Halifax-Dartmouth	3
10	10	10	10	10	10	Hamilton	4
45	45	45	50	50	50	Montréal	5
20	20	20	20	20	20	Ottawa-Hull	6
13	13	13	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-October

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

Department Rayon No.	Sales - Ventes		Change 1984/1983 Variation 1984/1983 per cent milliers de dollars pourcentage
	1983 <sup>r</sup>	1984	
	thousands of dollars	milliers de dollars	
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	145,297	151,665	+ 4.4
2 Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	131,837	151,543	+ 14.9
3 Women's and misses' sportswear - Vêtements sport pour dames et jeunes filles	471,794	511,573	+ 8.4
4 Furs - Fourrures	22,509	23,467	+ 4.3
5 Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	214,716	226,116	+ 5.3
6 Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'adolescentes	144,137	153,946	+ 6.8
7 Lingerie and women's睡wear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	150,420	161,193	+ 7.2
8 Intimate apparel - Sous-vêtements	96,859	103,646	+ 7.0
9 Millinery - Chapeaux	12,964	14,384	+ 11.0
10 Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	95,409	97,564	+ 2.3
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	122,792	129,775	+ 5.7
12 Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	219,506	235,178	+ 7.1
13 Men's clothing - Vêtements pour hommes	300,555	329,809	+ 9.1
14 Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	348,829	383,787	+ 10.0
15 Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	112,008	119,584	+ 6.8
16 Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	142,440	147,103	+ 3.3
17 Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	538,523	564,090	+ 4.7
18 Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	438,460	457,856	+ 4.4
19 Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	114,793	111,681	- 2.7
20 Piece goods - Tissus à la pièce	42,678	38,983	- 8.7
21 Linens and domestics - Literie et linge de maison	260,598	266,338	+ 2.2
22 Smallwares and notions - Menus articles	79,040	77,979	- 1.3
23 China and glassware - Porcelaine et verrerie	100,560	99,475	- 1.1
24 Floor coverings - Revêtements de plancher	122,632	116,442	- 5.0
25 Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	144,059	144,390	+ 0.2
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	74,204	71,944	- 3.0
27 Furniture - Meubles	434,952	439,105	+ 1.0
28 Major appliances - Gros appareils ménagers	420,453	430,369	+ 2.4
29 Television, radio and music - Télévision, radio et musique	364,645	370,968	+ 1.7
30 Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	312,647	308,253	- 1.4
31 Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	243,873	255,493	+ 4.8
32 Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	110,030	104,082	- 5.4
33 Jewellery - Bijouterie	154,577	167,998	+ 8.7
34 Toys and games - Jouets et jeux	151,238	179,754	+ 18.9
35 Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	233,450	236,185	+ 1.2
36 Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	242,535	256,689	+ 5.8
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	163,751	163,222	- 0.3
38 Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	200,311	206,564	+ 3.1
39 Repairs and services - Services et travaux de réparation	95,070	99,604	+ 4.3
40 All other departments - Tous autres rayons	285,443	304,135	+ 6.5
41 ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	8,060,594	8,411,932	+ 4.4

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

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

Province	Sales - Ventes		Change 1984/1983
	1983 <sup>r</sup>	1984	
	thousands of dollars		
	milliers de dollars		pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	94,136	98,688	+ 4.8
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	50,390	52,185	+ 3.6
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	228,442	252,489	+ 10.5
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	170,732	180,771	+ 5.9
Québec	1,453,154	1,584,623	+ 9.0
Ontario	2,887,031	3,026,197	+ 4.8
Manitoba	416,119	443,500	+ 6.6
Saskatchewan	254,570	271,794	+ 6.8
Alberta	1,144,959	1,145,689	+ 0.1
British Columbia - Colombie-Britannique	1,335,546	1,330,316	- 0.4
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	25,523	25,676	+ 0.6
CANADA	8,060,594	8,411,932	+ 4.4

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

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

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1984/1983
	1983 <sup>r</sup>	1984	
	thousands of dollars		
	milliers de dollars		pourcentage
Calgary	437,480	434,501	- 0.7
Edmonton	520,690	521,692	+ 0.2
Halifax-Dartmouth	126,144	138,268	+ 9.6
Hamilton	209,130	222,993	+ 6.6
Montréal	865,345	929,559	+ 7.4
Ottawa-Hull	354,668	374,425	+ 5.6
Quebec City - Ville de Québec	203,425	228,058	+ 12.1
Toronto	1,149,964	1,202,553	+ 4.6
Vancouver	792,232	780,356	- 1.5
Winnipeg	376,857	401,900	+ 6.6

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

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

Province	Sales - Ventes		Change 1984/1983
	1983 <sup>r</sup>	1984	
	thousands of dollars milliers de dollars	per cent pourcentage	
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	73,308	81,860	+ 11.7
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	825,151	907,849	+ 10.0
Ontario	1,777,321	1,840,158	+ 3.5
Manitoba	274,416	290,252	+ 5.8
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	881,575	861,290	- 2.3
British Columbia - Colombie-Britannique	1,078,865	1,061,490	- 1.6
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	x	x
<b>CANADA</b>	<b>5,186,878</b>	<b>5,329,077</b>	<b>+ 2.7</b>

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

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

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1984/1983
	1983 <sup>r</sup>	1984	
	thousands of dollars milliers de dollars	per cent pourcentage	
Calgary	344,235	336,899	- 2.1
Edmonton	408,595	398,904	- 2.4
Halifax-Dartmouth	x	x	x
Hamilton	160,035	164,278	+ 2.7
Montréal	552,637	606,689	+ 9.8
Ottawa-Hull	231,454	237,270	+ 2.5
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	846,244	871,446	+ 3.0
Vancouver	692,855	675,394	- 2.5
Winnipeg	x	x	x

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

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

Province	Sales - Ventes		Change 1984/1983
	1983 <sup>r</sup>	1984	
	thousands of dollars		
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	155,134	170,630	+ 10.0
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	628,006	676,772	+ 7.8
Ontario	1,109,708	1,186,040	+ 6.9
Manitoba	141,704	153,247	+ 8.1
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	263,384	284,399	+ 8.0
British Columbia - Colombie-Britannique	256,680	268,827	+ 4.7
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	x	x
<b>CANADA</b>	<b>2,873,714</b>	<b>3,082,857</b>	<b>+ 7.3</b>

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

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

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1984/1983
	1983 <sup>r</sup>	1984	
	thousands of dollars		
milliers de dollars		per cent	
Calgary	93,244	97,603	+ 4.7
Edmonton	112,093	122,787	+ 9.5
Halifax-Dartmouth	x	x	x
Hamilton	49,096	58,716	+ 19.6
Montréal	312,706	322,865	+ 3.2
Ottawa-Hull	123,214	137,156	+ 11.3
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	303,720	331,109	+ 9.0
Vancouver	99,376	104,965	+ 5.6
Winnipeg	x	x	x

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		Major		Junior	
	Total		Sales	Traditionnels	Sales	Populaires
	Sales	Distribu- tion	Sales	Distribu- tion	Sales	Distribu- tion
	Ventes	%	Ventes	%	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	34.3
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	623,021	100.0	416,075	66.8	206,946	33.2
February - Février	603,808	100.0	400,059	66.3	203,749	33.7
March - Mars	787,544	100.0	517,493	65.7	270,051	34.3
April - Avril	775,226	100.0	496,409	64.0	278,817	36.0
May - Mai	842,133	100.0	524,430	62.3	317,702	37.7
June - Juin	920,150	100.0	578,341	62.9	341,809	37.1
July - Juillet	813,746	100.0	510,481	62.7	303,265	37.3
August - Août	850,885	100.0	528,907	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	10,930,478	100.0	7,007,420	64.1	3,923,056	35.9
<b>1984:</b>						
January - Janvier	649,360	100.0	433,177	66.7	216,184	33.3
February - Février	659,335	100.0	426,537	64.7	232,799	35.3
March - Mars	806,713	100.0	529,691	65.7	277,022	34.3
April - Avril	842,716	100.0	522,096	62.0	320,620	38.0
May - Mai	927,771	100.0	575,256	62.0	352,515	38.0
June - Juin	941,318	100.0	584,580	62.1	356,738	37.9
July - Juillet	806,302	100.0	496,195	61.5	310,107	38.5
August - Août	872,975	100.0	530,591	60.8	342,384	39.2
September - Septembre	947,867	100.0	619,430	65.3	328,437	34.7
October - Octobre	957,575	100.0	611,524	63.9	346,051	36.1
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  
October

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

Province and Selected Metropolitan Areas	Distribution			Change 1984/1983
	1982	1983 <sup>r</sup>	1984	
per cent - pourcentage				
Newfoundland - Terre-Neuve	7.2	7.0	7.0	-
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	14.5	13.9	12.7	- 8.6
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	9.0	8.6	9.1	+ 5.8
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	8.9	8.6	8.4	- 2.3
Québec	7.8	7.8	7.4	- 5.1
Ontario	10.0	10.0	9.4	- 6.0
Manitoba	13.5	13.5	12.8	- 5.2
Saskatchewan	7.4	8.1	8.0	- 1.2
Alberta	13.7	13.2	12.5	- 5.3
British Columbia - Colombie-Britannique	14.8	14.1	13.9	- 1.4
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	12.8	11.2	11.0	- 1.8
<b>CANADA</b>	<b>10.4</b>	<b>10.2</b>	<b>9.7</b>	<b>- 4.9</b>
Montréal	9.5	10.2	9.3	- 8.8
Toronto	11.1	10.6	10.5	- 0.9
Winnipeg	18.6	18.4	17.7	- 3.8
Vancouver	17.3	16.4	16.4	-

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

Department No.	1984							
	January	February	March	April	May	June	July	August
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août
thousands of dollars milliers de dollars								
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	44,916	50,576	58,568	60,707	51,233	40,395	55,949	54,588
2 Women's and misses' coats and suits	39,205	40,273	46,900	42,697	28,520	26,461	59,406	69,909
3 Women's and misses' sportswear	134,591	148,857	167,438	181,595	172,279	147,612	155,681	189,839
4 Furs	20,510	19,146	19,474	18,204	22,640	22,152	25,502	26,384
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	69,452	76,805	84,529	95,790	81,940	79,127	90,122	93,361
6 Girls' and teenage girls' wear	30,052	41,018	52,624	46,418	47,277	40,336	53,754	50,243
7 Lingerie and women's sleepwear	44,739	47,970	53,540	61,110	55,579	48,029	49,352	52,734
8 Intimate apparel	42,931	40,880	40,695	42,107	40,274	38,454	37,740	39,746
9 Millinery	3,444	3,149	2,640	3,107	2,798	2,424	2,943	4,346
10 Women's and girls' hosiery	32,748	34,280	39,697	37,763	32,867	29,118	50,109	37,874
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	45,527	50,967	56,516	57,710	50,290	41,804	47,277	51,050
12 Women's, misses' and children's footwear	97,702	109,941	122,543	128,879	104,997	92,428	98,574	112,703
13 Men's clothing	121,340	140,920	166,013	167,322	159,525	137,056	150,036	229,386
14 Men's furnishings	132,716	146,282	159,176	172,391	173,063	140,450	133,174	156,380
15 Boys' clothing and furnishings	40,444	39,254	44,204	44,734	38,362	36,263	51,324	38,178
16 Men's and boys' furnishings	24,361	27,162	32,391	32,976	32,143	22,275	22,346	22,373
17 Cosmetics and beauty products	44,670	47,161	52,023	45,488	49,264	31,330	32,293	39,302
18 Toiletries, cosmetics and drugs	232,795	199,923	213,043	223,306	195,132	196,226	210,756	202,822
19 Photographic equipment and supplies	59,725	58,676	59,685	64,316	55,113	55,831	56,319	54,958
20 Piece goods	25,252	26,667	31,122	26,979	25,028	24,532	24,511	28,097
21 Linens and domestics	121,750	147,997	140,777	151,252	152,878	143,694	142,527	135,663
22 Smallwares and notions	37,372	38,519	38,611	47,588	43,534	46,036	46,659	44,702
23 China and glassware	87,001	101,079	96,902	97,883	99,005	85,874	92,311	92,985
24 Floor coverings	54,955	56,244	56,856	59,541	56,175	59,124	60,611	59,133
25 Draperies, curtains and furniture coverings	70,393	70,608	78,321	77,447	75,031	70,789	72,644	72,890
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	52,943	56,088	59,053	58,699	50,679	54,464	58,408	56,417
27 Furniture	164,181	149,696	181,427	202,788	179,091	184,144	184,927	164,286
28 Major appliances	68,864	75,193	67,578	71,476	62,734	64,592	65,488	61,702
29 Television, radio and music	155,964	155,926	166,879	169,612	160,329	160,431	156,487	157,710
30 Housewares and small electrical appliances	192,356	180,822	176,925	193,174	184,170	190,226	187,632	192,182
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	127,010	133,042	144,415	144,513	144,914	149,094	137,513	144,061
32 Plumbing, heating and building materials	33,974	34,557	36,565	38,059	27,221	26,508	27,439	27,661
33 Jewellery	120,572	117,310	125,204	129,718	129,276	117,662	124,672	122,106
34 Toys and games	89,283	78,632	89,257	106,363	92,527	90,874	102,496	108,940
35 Sporting goods and luggage	110,494	117,950	127,818	160,321	158,935	137,302	132,998	128,124
36 Stationery, books and magazines	122,007	120,595	134,271	143,825	149,072	140,567	156,230	147,167
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	50,741	48,489	51,597	55,469	53,537	52,120	47,205	50,604
38 Meals and lunches	1,319	1,338	1,440	1,587	532	641	894	819
39 Repairs and services	5,878	5,797	5,498	5,564	5,441	5,585	5,627	5,306
40 All other departments	54,141	57,570	72,601	79,437	70,806	64,476	64,029	63,384
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,058,228	3,146,452	3,398,437	3,604,916	3,341,853	3,146,702	3,304,673	3,434,723

(1) At selling value.

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

1984		1983			Change - Variation			Rayon	
September	October	October	November	December	October/ September 1984	October 1984/1983			
Septembre	Octobre	Octobre	Novembre	Décembre	Octobre/ septembre 1984	Octobre 1984/1983			
thousands of dollars					per cent		N°		
milliers de dollars					pourcentage				
54,357	64,728	52,865	60,363	43,008	+ 19.1	+ 22.4	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	1	
83,440	80,945	75,907	65,218	41,728	- 3.0	+ 6.6	Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	2	
174,471	198,711	178,184	189,368	141,664	+ 13.9	+ 11.5	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3	
25,317	33,039	27,305	26,498	22,296	+ 30.5	+ 20.8	Fourrures	4	
85,762	94,704	103,100	93,272	85,943	+ 10.4	- 8.1	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5	
50,337	58,228	50,001	49,075	34,485	+ 15.7	+ 16.5	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6	
50,476	72,258	64,976	78,397	46,585	+ 43.2	+ 11.2	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7	
35,711	42,404	38,763	43,721	41,201	+ 18.7	+ 9.4	Sous-vêtements	8	
4,278	4,686	3,726	6,168	4,783	+ 9.5	+ 25.8	Chapeaux	9	
33,111	39,387	41,918	44,947	36,026	+ 19.0	- 6.0	Ras pour dames et fillettes	10	
54,405	68,408	64,462	71,320	43,894	+ 25.7	+ 6.1	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11	
104,799	113,648	111,203	109,038	99,229	+ 8.4	+ 2.2	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12	
187,359	215,604	169,651	205,168	151,901	+ 15.1	+ 27.1	Vêtements pour hommes	13	
186,491	214,446	198,003	202,452	128,688	+ 29.0	+ 8.5	Articles d'habillement pour hommes	14	
41,908	51,578	57,809	52,040	39,863	+ 31.0	- 7.3	Articles et articles d'habillement pour garçons	15	
72,416	90,410	90,464	89,353	74,727	+ 24.8	- 0.1	Chaussures pour hommes et garçons	16	
34,785	46,074	48,351	53,945	29,076	+ 32.5	- 4.7	Produits alimentaires et connexes	17	
217,670	254,922	257,286	263,946	205,343	+ 22.8	- 0.9	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18	
50,715	71,199	72,117	67,510	55,038	+ 40.4	- 1.3	Appareils et fournitures photographiques	19	
24,521	31,080	33,908	31,024	30,764	+ 26.7	- 8.3	Tissus à la pièce	20	
129,887	141,617	124,040	136,414	142,638	+ 9.0	+ 14.2	Litterie et linge de maison	21	
39,474	45,141	43,669	42,639	45,259	+ 14.4	+ 3.4	Menus articles	22	
83,437	97,638	106,666	112,641	117,588	+ 17.0	- 8.5	Porcelaine et verrerie	23	
54,491	53,946	47,316	49,372	61,790	- 1.0	+ 14.0	Revêtements de plancher	24	
72,908	77,514	61,859	64,586	68,814	+ 6.3	+ 25.3	Tentures, rideaux et housses	25	
65,958	67,707	63,389	62,099	50,908	+ 2.7	+ 6.8	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'aménagement pour la maison	26	
162,507	188,309	183,341	171,046	209,070	+ 15.9	+ 2.7	Meubles	27	
61,736	76,636	57,853	70,701	74,158	+ 24.1	+ 32.5	Gros appareils ménagers	28	
146,644	181,177	177,052	189,819	161,475	+ 23.5	+ 2.3	Télévision, radio et musique	29	
173,661	199,612	196,117	227,174	176,548	+ 14.9	+ 1.8	Articles de ménage et petits appareils électriques	30	
127,959	149,256	138,961	136,729	141,427	+ 16.6	+ 7.4	Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.	31	
27,515	29,504	39,936	42,173	52,218	+ 7.2	- 26.1	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32	
115,731	140,621	130,947	140,184	111,075	+ 21.5	+ 7.4	Bijouterie	33	
126,319	155,077	170,227	150,049	79,959	+ 22.8	- 8.9	Jouets et jeux	34	
129,454	170,046	164,336	159,376	125,645	+ 31.4	+ 3.5	Articles de sport et valises	35	
151,405	150,552	133,920	143,899	113,493	- 0.6	+ 12.4	Papeterie, livres et revues	36	
36,087	49,767	59,703	56,261	64,697	+ 8.0	- 16.6	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37	
659	613	1,175	1,083	1,018	+ 33.6	- 47.8	Repas et casseroles	38	
5,153	5,670	5,030	5,295	5,466	+ 10.0	+ 12.7	Services et travaux de réparation	39	
22,396	94,921	87,295	90,540	63,018	+ 49.7	+ 8.7	Tous autres rayons	40	
3,355,508	3,924,183	3,732,871	3,854,903	3,222,506	+ 18.0	+ 5.1	TOTAL, TOUS RAYONS	41	

(1) Valeur de vente.

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

Department No.	1984						
	January	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
thousands of dollars							
milliers de dollars							
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	51,421	53,003	54,293	49,198	47,327	47,126	57,684
2 Women's and misses' coats and suits	50,969	46,723	54,850	54,447	46,817	45,072	52,294
3 Women's and misses' sportswear	161,151	163,198	163,520	157,425	158,775	163,811	159,967
4 Furs	21,180	21,158	21,871	21,215	24,728	25,619	27,300
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	86,182	88,721	93,953	85,610	83,951	84,024	76,434
6 Girls' and teenage girls' wear	41,517	46,638	53,320	41,454	46,195	45,657	44,410
7 Lingerie and women's sleepwear	54,205	55,449	56,375	55,649	53,933	54,832	54,814
8 Intimate apparel	41,047	42,242	41,889	40,478	39,737	40,998	39,739
9 Millinery	3,563	3,827	4,314	4,081	3,487	4,010	4,159
10 Women's and girls' hosiery	37,789	38,202	40,026	35,494	31,518	31,118	30,460
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	53,084	54,743	55,806	53,629	51,744	51,137	52,796
12 Women's, misses' and children's footwear	117,425	117,857	118,642	112,217	97,551	96,465	99,061
13 Men's clothing	164,414	156,580	169,186	164,136	164,129	158,040	161,183
14 Men's furnishings	160,898	164,324	169,076	163,805	166,550	158,273	138,133
15 Boys' clothing and furnishings	45,786	41,276	46,542	44,402	42,558	42,313	40,951
16 Men's and boys' footwear	86,047	84,775	81,440	81,723	75,062	74,326	73,478
17 Food and kindred products(2)	44,670	47,147	48,756	43,990	27,992	33,172	32,478
18 Toiletries, cosmetics and drugs	222,360	228,323	230,992	219,537	205,351	213,013	216,203
19 Photographic equipment and supplies	61,308	64,217	65,784	60,385	53,950	58,465	56,444
20 Piece goods	29,095	29,185	29,224	26,549	24,855	25,058	24,339
21 Linens and domestics	131,294	142,401	140,880	139,859	138,664	142,942	144,868
22 Smallwares and notions	42,203	43,005	45,629	43,192	40,168	42,749	42,566
23 China and glassware	98,931	105,127	100,431	99,338	95,762	90,296	94,485
24 Floor coverings	56,443	57,890	58,972	57,778	54,162	55,978	58,727
25 Draperies, curtains and furniture coverings	70,298	71,577	76,726	72,705	72,475	72,047	73,125
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	60,588	61,711	62,316	58,459	48,369	55,118	57,183
27 Furniture	171,247	160,718	179,645	177,636	169,248	184,829	185,970
28 Major appliances	69,159	70,393	68,706	67,325	63,645	68,892	68,236
29 Television, radio and music	167,345	169,365	169,811	160,668	158,537	161,137	162,309
30 Housewares and small electrical appliances	196,245	193,834	191,291	181,825	183,532	189,955	191,641
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	146,317	148,134	147,078	138,223	135,147	138,571	133,379
32 Plumbing, heating and building materials	33,876	36,652	37,795	35,113	27,927	29,649	29,107
33 Jewellery	124,857	122,815	124,532	122,313	125,353	123,648	127,766
34 Toys and games	108,192	99,379	109,425	106,720	105,997	110,192	110,864
35 Sporting goods and luggage	139,450	139,651	137,556	138,148	139,015	135,366	135,648
36 Stationery, books and magazines	138,335	140,958	157,654	142,027	142,018	138,657	139,150
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	54,070	51,826	56,767	52,115	51,828	54,514	49,316
38 Meals and lunches(2)	1,319	1,338	1,416	1,407	555	635	511
39 Repairs and services	5,921	6,205	5,952	5,549	5,744	5,659	5,489
40 All other departments	70,447	70,451	72,541	67,543	66,044	66,557	66,677
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,420,634	3,441,007	3,542,965	3,383,353	3,270,391	3,319,909	3,321,969

(1) The sum of the components may not equal to the total due to rounding.

(2) Due to the absence of seasonality, the seasonally adjusted data are equal to the unadjusted data.

TABLEAU 25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1983 et 1984(1)

1984			1983			Change - Variation	
August	September <sup>F</sup>	October <sup>P</sup>	October	November	December	October/ September 1984	Rayon
Août	Septembre <sup>F</sup>	Octobre <sup>P</sup>	Octobre	Novembre	Décembre	Octobre/ septembre 1984	N°
<b>Thousands of dollars</b>						per cent	
<b>Millions of dollars</b>						pourcentage	
60,108	59,471	57,576	62,850	51,720	49,812	- 3.2	Robes, robes de mariage, étoffes et uniformes pour dames et jeunes filles
55,616	54,373	53,354	49,577	51,232	49,837	- 1.9	Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles
188,173	177,632	175,535	158,256	163,484	166,363	- 1.2	Vêtements sport pour dames et jeunes filles
26,604	22,141	25,478	21,056	21,902	20,687	+ 15.1	Fourrures
91,025	85,093	80,654	86,725	88,257	91,011	- 5.2	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants
47,525	47,311	49,549	43,325	43,247	45,470	+ 4.7	Vêtements de fillettes et d'adolescentes
54,783	53,710	55,159	50,855	55,688	55,686	+ 2.7	Lingerie et vêtements de nuit pour dames
41,666	41,662	40,451	36,322	37,953	40,080	- 2.9	Sous-vêtements
5,008	4,474	3,512	2,757	3,373	3,002	- 21.5	Chapeaux
34,662	34,578	35,145	37,820	40,511	40,130	+ 1.6	Bas pour dames et fillettes
54,237	55,017	53,342	49,845	53,161	51,734	- 3.0	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes
112,057	107,635	104,589	101,077	108,541	107,939	- 2.8	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants
198,917	178,452	177,691	138,982	168,885	156,128	- 0.5	Vêtements pour hommes
156,398	159,071	163,154	150,747	165,774	161,653	+ 2.6	Articles d'habillement pour hommes
41,937	40,969	42,139	45,685	47,318	47,564	+ 2.9	Vêtements et articles d'habillement pour garçons
77,784	78,027	77,925	77,460	81,759	81,808	- 0.1	Chaussures pour hommes et garçons
32,514	39,627	41,533	48,351	53,945	29,076	+ 4.8	Produits alimentaires et connexes(2)
211,868	228,521	217,207	212,594	210,599	215,711	- 5.0	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments
56,531	55,559	57,332	56,540	59,255	63,249	+ 3.2	Appareils et fournitures photographiques
26,434	26,773	27,361	30,531	30,508	30,115	+ 2.2	Tissus à la pièce
146,897	151,443	146,069	124,741	126,970	135,313	- 3.5	Literie et linge de maison
43,449	42,626	41,973	42,470	44,222	43,394	+ 3.2	Menus articles
92,494	91,044	92,015	100,615	101,375	103,158	+ 1.5	Porcelaine et verrerie
59,558	60,877	56,026	46,639	52,384	56,350	- 8.0	Revêtements de plancher
75,539	78,839	75,407	59,139	64,353	65,897	- 4.4	Tentures, rideaux et housses
54,784	67,393	58,650	52,792	56,200	58,595	- 13.0	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'aménagement pour la maison
180,142	183,613	183,497	180,028	174,087	177,917	- 0.1	Meubles
68,019	70,878	76,794	58,690	64,418	65,291	+ 8.3	Gros appareils ménagers
163,355	164,462	164,087	160,105	164,719	158,081	- 0.2	Télévision, radio et musique
194,846	187,235	185,758	178,298	193,979	191,999	- 0.8	Articles de ménage et petits appareils électriques
140,119	140,009	140,782	129,089	134,151	144,486	+ 0.6	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.
29,684	29,846	29,980	40,632	40,509	44,364	+ 0.4	Matériel de plomberie, chauffage et construction
127,348	128,894	127,033	116,794	115,960	120,139	- 1.4	Bijouterie
102,634	100,006	95,216	101,530	111,477	124,458	+ 4.8	Jouets et jeux
139,993	136,135	136,848	131,425	141,743	139,280	+ 0.5	Articles de sport et valises
140,702	150,328	136,655	116,591	121,898	137,272	- 9.1	Papeterie, livres et revues
50,880	46,976	45,019	51,644	50,950	65,463	- 4.2	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures
567	549	617	1,175	1,083	1,018	+ 12.3	Repas et canapé-croûtes(2)
5,570	5,246	5,435	4,558	4,845	5,577	+ 3.6	Services et travaux de réparation
67,928	67,645	77,005	72,905	74,136	73,351	+ 13.8	Tous autres rayons
3,450,932	3,454,313	3,415,940	3,214,202	3,377,564	3,417,028	- 1.1	<b>TOTAL, TOUS RAYONS</b>
							41

(1) La somme des composantes peut ne pas être égale au total en raison de l'arrondissement.

(2) Puisqu'il y a absence de saisonnalité, les données désaisonnalisées sont par conséquent égales aux données non désaisonnalisées.

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

No.	Department	1984						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5.36	4.86	4.29	3.60	2.66	2.03	3.85
2	Women's and misses' coats and suits	3.07	2.80	2.56	2.54	2.71	3.40	8.36
3	Women's and misses' sportswear	4.21	3.99	3.42	3.60	2.87	2.31	3.40
4	Furs	3.94	7.47	9.50	26.01	45.92	46.05	22.18
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.96	4.43	3.88	3.72	3.89	3.37	4.76
6	Girls' and teenage girls' wear	3.90	3.85	3.37	2.93	3.02	2.58	4.51
7	Lingerie and women's sleepwear	4.01	3.81	3.48	3.85	2.88	2.52	3.09
8	Intimate apparel	5.20	5.02	3.80	3.96	3.59	3.18	3.71
9	Millinery	2.57	3.14	2.32	2.09	2.23	1.96	2.59
10	Women's and girls' hosiery	3.95	4.15	3.65	3.41	3.00	3.15	4.65
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	5.03	5.80	4.52	4.14	3.26	3.07	4.72
12	Women's, misses' and children's footwear	6.86	7.19	5.46	4.66	4.09	3.67	5.45
13	Men's clothing	5.60	6.13	5.09	4.99	4.61	3.29	5.90
14	Men's furnishings	5.34	5.50	4.27	4.54	4.24	2.42	3.68
15	Boys' clothing and furnishings	5.65	5.14	4.10	3.38	3.29	2.99	5.23
16	Men's and boys' Footwear	8.11	7.65	5.49	4.96	5.27	3.75	3.55
17	Food and kindred products	0.92	0.79	1.00	0.77	0.40	0.35	0.32
18	Toiletries, cosmetics and drugs	5.91	4.90	4.53	5.08	4.01	4.30	4.73
19	Photographic equipment and supplies	6.38	6.68	6.16	6.69	4.88	4.09	4.49
20	Piece goods	6.90	7.19	7.01	7.48	6.18	6.89	7.60
21	Linens and domestics	4.20	9.08	6.26	6.84	5.53	5.04	4.66
22	Smallwares and notions	4.28	5.77	4.77	6.79	6.32	7.17	6.85
23	China and glassware	13.69	11.86	9.71	11.57	7.65	8.48	8.97
24	Floor coverings	5.62	5.80	4.54	4.81	4.74	5.25	5.19
25	Draperies, curtains and furniture coverings	6.89	6.24	5.50	5.08	4.51	4.46	4.73
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	8.64	9.63	8.27	8.21	6.73	8.16	7.78
27	Furniture	4.32	4.45	4.29	4.86	3.48	3.69	3.57
28	Major appliances	1.85	2.27	1.64	1.81	1.42	1.27	1.38
29	Television, radio and music	4.71	5.04	4.25	5.15	4.83	4.98	4.42
30	Housewares and small electrical appliances	8.20	6.33	6.83	6.72	5.52	5.44	5.78
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	7.79	8.10	6.51	5.49	3.81	4.20	5.07
32	Plumbing, heating and building materials	4.25	4.49	4.04	3.39	2.17	1.82	2.45
33	Jewellery	11.72	9.49	7.50	7.74	6.20	6.13	7.69
34	Toys and games	8.78	6.28	5.46	6.08	5.05	5.32	5.74
35	Sporting goods and luggage	6.47	8.22	6.55	6.18	5.02	4.01	4.55
36	Stationery, books and magazines	6.04	5.43	5.60	6.12	5.56	5.50	6.71
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	3.46	3.40	3.33	3.21	2.99	2.93	3.18
38	Meals and lunches	0.07	0.07	0.07	0.08	0.03	0.03	0.03
39	Repairs and services	0.67	0.69	0.54	0.58	0.52	0.51	0.50
40	All other departments	2.35	2.67	2.69	2.42	1.67	1.68	2.11
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.56	4.65	4.13	4.22	3.53	3.28	3.97

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

1984						1983						Rayon
August	September	October	October	November	December	Août	Septembre	Octobre	Octobre	Novembre	Décembre	
3.28	3.49	3.92	3.71	3.81	1.85	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles						1
4.42	3.98	2.99	3.05	2.61	1.69	Manteaux et baileurs pour dames et jeunes filles						2
3.72	2.65	3.53	3.42	3.42	1.78	Vêtements sport pour dames et jeunes filles						3
14.76	7.30	5.93	4.72	3.70	2.60	Fourrures						4
3.42	3.31	3.52	3.95	3.47	2.25	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants						5
1.91	2.63	3.76	3.25	2.72	1.44	Vêtements de fillettes et d'adolescentes						6
3.39	2.85	3.90	3.51	3.00	0.95	Lingerie et vêtements de nuit pour dames						7
3.76	3.01	4.24	4.02	4.14	2.63	Sous-vêtements						8
3.81	2.30	1.68	1.65	1.71	1.03	Chapeaux						9
4.71	2.64	3.35	3.52	3.66	1.99	Bas pour dames et fillettes						10
4.48	3.19	3.81	3.69	2.84	1.06	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes						11
4.57	3.29	3.77	3.89	3.34	3.10	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants						12
7.00	4.35	5.19	4.60	3.89	1.94	Vêtements pour hommes						13
4.53	3.74	5.00	4.87	3.20	1.05	Articles d'habillement pour hommes						14
1.90	3.13	4.07	4.96	3.38	1.66	Vêtements et articles d'habillement pour garçons						15
5.24	4.22	5.38	5.68	4.06	2.91	Chaussures pour hommes et garçons						16
0.45	0.64	0.77	0.87	0.77	0.34	Produits alimentaires et connexes						17
4.36	4.23	4.90	5.09	4.36	1.69	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments						18
4.08	4.28	6.22	6.19	4.27	1.71	Appareils et fournitures photographiques						19
7.31	5.77	6.70	6.70	5.89	6.67	Tissus à la pièce						20
4.53	4.06	5.10	4.49	4.77	3.10	Literie et linge de maison						21
6.31	3.78	4.60	4.52	4.04	3.16	Menus articles						22
9.93	7.11	8.34	10.00	6.21	3.36	Porcelaine et verrerie						23
5.49	4.39	3.83	3.20	3.13	5.46	Revêtements de plancher						24
5.23	4.68	4.85	3.89	3.76	3.85	Tentures, rideaux et housses						25
7.87	7.90	7.99	7.13	4.94	2.37	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'aménagement pour la maison						26
4.08	3.63	4.16	4.10	3.94	4.79	Meubles						27
1.42	1.32	1.66	1.18	1.54	1.46	Gros appareils ménagers						28
4.24	2.75	4.17	3.89	3.35	1.79	Télévision, radio et musique						29
5.82	5.44	5.57	5.40	5.21	2.18	Articles de ménage et petits appareils électriques						30
5.82	5.76	5.59	5.40	5.00	3.74	Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.						31
2.82	2.94	2.77	3.21	3.68	4.07	Matériel de plomberie, chauffage et construction						32
7.20	5.56	7.76	7.64	5.36	1.70	Bijouterie						33
6.10	6.15	4.91	6.50	2.55	0.86	Jouets et jeux						34
5.31	6.23	8.83	8.71	6.50	2.55	Articles de sport et valises						35
4.34	4.70	6.01	5.49	3.50	1.51	Papeterie, livres et revues						36
2.90	3.37	2.50	3.03	2.58	2.41	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures						37
0.03	0.02	0.03	0.05	0.04	0.03	Réparation et casse-croûtes						38
0.60	0.51	0.47	0.46	0.38	0.40	Services et travaux de réparation						39
2.29	2.21	2.95	3.17	2.74	1.09	Tous autres rayons						40
3.82	3.42	4.02	3.93	3.30	1.83	TOTAL, TOUS RAYONS						41

TABLE 22. Department Store Monthly Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1983 and 1984

No.	Department	1984						
		January	February	March	April	May	June	July
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	0.19	0.22	0.25	0.28	0.34	0.38	0.30
2	Women's and misses' coats and suits	0.32	0.36	0.42	0.38	0.30	0.32	0.17
3	Women's and misses' sportswear	0.23	0.26	0.31	0.29	0.34	0.37	0.30
4	Furs	0.24	0.13	0.11	0.04	0.02	0.02	0.05
5	Infants' and children's wear and nursery	0.23	0.24	0.27	0.29	0.24	0.27	0.22
6	Girls' and teenage girls' wear	0.24	0.30	0.33	0.32	0.33	0.32	0.25
7	Lingerie and women's sleepwear	0.24	0.27	0.30	0.28	0.33	0.34	0.33
8	Intimate apparel	0.20	0.19	0.26	0.26	0.27	0.30	0.27
9	Millinery	0.33	0.30	0.39	0.52	0.42	0.87	0.42
10	Women's and girls' hosiery	0.24	0.25	0.29	0.29	0.31	0.32	0.22
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	0.20	0.18	0.23	0.24	0.29	0.31	0.23
12	Women's, misses' and children's footwear	0.14	0.15	0.19	0.22	0.22	0.23	0.19
13	Men's clothing	0.16	0.18	0.21	0.20	0.21	0.21	0.18
14	Men's furnishings	0.19	0.19	0.24	0.23	0.24	0.24	0.26
15	Boys' clothing and furnishings	0.18	0.19	0.26	0.30	0.28	0.28	0.22
16	Men's and boys' footwear	0.12	0.13	0.18	0.22	0.18	0.21	0.15
17	Food and kindred products	1.31	1.30	1.05	1.21	1.81	1.53	1.57
18	Toiletries, cosmetics and drugs	0.18	0.19	0.23	0.20	0.23	0.25	0.17
19	Photographic equipment and supplies	0.16	0.15	0.16	0.15	0.19	0.19	0.22
20	Piece goods	0.13	0.14	0.15	0.12	0.16	0.15	0.13
21	Linens and domestics	0.22	0.12	0.16	0.15	0.18	0.19	0.21
22	Smallwares and notions	0.21	0.18	0.21	0.16	0.15	0.16	0.15
23	China and glassware	0.06	0.09	0.10	0.09	0.13	0.12	0.12
24	Floor coverings	0.17	0.17	0.22	0.21	0.20	0.24	0.20
25	Draperies, curtains and furniture coverings	0.15	0.16	0.19	0.20	0.22	0.24	0.21
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	0.12	0.11	0.12	0.12	0.14	0.13	0.13
27	Furniture	0.20	0.21	0.26	0.22	0.27	0.23	0.28
28	Major appliances	0.52	0.46	0.58	0.57	0.66	0.68	0.73
29	Television, radio and music	0.21	0.20	0.24	0.20	0.20	0.20	0.22
30	Housewares and small electrical appliances	0.13	0.15	0.14	0.16	0.18	0.17	0.17
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	0.12	0.13	0.16	0.18	0.26	0.25	0.19
32	Plumbing, heating and building materials	0.19	0.22	0.25	0.30	0.38	0.31	0.42
33	Jewellery	0.09	0.10	0.14	0.13	0.16	0.14	0.13
34	Toys and games	0.12	0.15	0.19	0.18	0.18	0.15	0.18
35	Sporting goods and luggage	0.14	0.13	0.16	0.18	0.20	0.19	0.22
36	Stationery, books and magazines	0.17	0.18	0.19	0.17	0.18	0.19	0.16
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	0.25	0.29	0.31	0.32	0.33	0.35	0.30
38	Meals and lunches	16.43	13.77	15.74	13.45	19.76	14.88	26.16
39	Repairs and services	1.55	1.45	1.80	1.73	1.88	2.11	1.70
40	All other departments	0.39	0.39	0.41	0.43	0.56	0.51	0.47
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	0.21	0.21	0.25	0.24	0.27	0.27	0.25

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

1984						1983						Rayon
August	September	October	October	November	December	August	September	Octobre	Octobre	Novembre	Décembre	
Août	Septembre	Octobre	Octobre	Novembre	Décembre							No
0.20	0.29	0.28	0.30	0.28	0.45	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles						1
0.24	0.27	0.33	0.33	0.35	0.46	Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles						2
0.30	0.36	0.30	0.30	0.30	0.48	Vêtements sport pour dames et jeunes filles						3
0.17	0.13	0.19	0.21	0.27	0.35	Fourrures						4
0.30	0.29	0.30	0.28	0.27	0.43	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants						5
0.51	0.38	0.29	0.31	0.36	0.57	Vêtements de fillettes et d'adolescentes						6
0.30	0.34	0.30	0.32	0.37	0.78	Lingerie et vêtements de nuit pour dames						7
0.27	0.31	0.26	0.27	0.26	0.37	Sous-vêtements						8
0.31	0.43	0.62	0.68	0.73	0.85	Chapeaux						9
0.24	0.35	0.32	0.30	0.28	0.45	Bas pour dames et fillettes						10
0.23	0.32	0.29	0.30	0.37	0.72	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes						11
0.23	0.29	0.28	0.26	0.30	0.31	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants						12
0.17	0.21	0.21	0.22	0.28	0.44	Vêtements pour hommes						13
0.24	0.27	0.23	0.22	0.32	0.74	Articles d'habillement pour hommes						14
0.45	0.34	0.28	0.22	0.28	0.52	Vêtements et articles d'habillement pour garçons						15
0.29	0.23	0.21	0.19	0.24	0.31	Chaussures pour hommes et garçons						16
7.02	1.48	1.33	1.37	2.08		Produits alimentaires et connexes						17
0.22	0.24	0.22	0.23	0.23	0.52	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments						18
0.24	0.22	0.19	0.18	0.23	0.53	Appareils et fournitures photographiques						19
0.15	0.16	0.17	0.16	0.16	0.15	Tissus à la pièce						20
0.22	0.24	0.20	0.23	0.22	0.33	Literie et linge de maison						21
0.16	0.25	0.23	0.23	0.24	0.33	Menus articles						22
0.10	0.13	0.13	0.11	0.17	0.30	Porcelaine et verrerie						23
0.18	0.22	0.26	0.33	0.33	0.20	Revêtements de plancher						24
0.19	0.21	0.21	0.26	0.27	0.27	Tentures, rideaux et housses						25
0.12	0.14	0.13	0.15	0.20	0.38	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'aménagement pour la maison						26
0.23	0.27	0.26	0.26	0.25	0.23	Méubles						27
0.68	0.76	0.67	0.86	0.72	0.70	Gros appareils ménagers						28
0.24	0.35	0.26	0.27	0.31	0.51	Télévision, radio et musique						29
0.17	0.17	0.19	0.19	0.21	0.40	Articles de ménage et petits appareils électriques						30
0.18	0.16	0.19	0.19	0.20	0.27	Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.						31
0.36	0.34	0.37	0.32	0.28	0.27	Matériel de plomberie, chauffage et construction						32
0.14	0.17	0.14	0.14	0.19	0.52	Rajouterie						33
0.17	0.17	0.22	0.17	0.37	0.81	Jouets et jeux						34
0.18	0.16	0.13	0.13	0.15	0.35	Articles de sport et valises						35
0.22	0.22	0.17	0.18	0.30	0.58	Papeterie, livres et revues						36
0.36	0.28	0.41	0.35	0.38	0.44	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures						37
20.08	41.66	41.37	20.18	21.79	32.62	Repas et casse-croûtes						38
1.71	1.83	2.25	2.18	2.68	2.52	Services et travaux de réparation						39
0.44	0.45	0.41	0.35	0.37	0.75	Tous autres rayons						40
0.96	0.28	0.26	0.26	0.30	0.49	<b>TOTAL, TOUS RAYONS</b>						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								
pourcentage								
January - Janvier	1,624,889	1,666,708	1,774,688	+ 6.0	+ 6.5			
February - Février	1,554,529	1,598,345	1,720,876	+ 3.0	+ 7.7			
March - Mars	1,537,740	1,565,461	1,695,381	+ 1.5	+ 8.3			
April - Avril	1,536,243	1,582,875	1,709,348	+ 0.8	+ 8.0			
May - Mai	1,527,443	1,591,140	1,708,627	--	+ 7.4			
June - Juin	1,505,203	1,585,200	1,719,376	+ 0.6	+ 8.5			
July - Juillet	1,477,266	1,553,254	1,695,712	+ 1.4	+ 9.2			
August - Août	1,476,402	1,542,394	1,689,630	+ 0.4	+ 9.5			
September - Septembre	1,536,070	1,591,826	1,746,901	+ 3.4	+ 9.7			
October - Octobre	1,554,259	1,631,976	1,799,737	+ 3.0	+ 10.3			
November - Novembre	1,613,782	1,702,704						
December - Décembre	1,755,331	1,887,032						

(1) Accounts receivable of department stores and the outstanding 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								
pourcentage								
January - Janvier	1,542.0	1,583.0	1,686.0	+ 1.1	+ 6.5			
February - Février	1,557.0	1,603.0	1,668.0	- 1.1	+ 4.1			
March - Mars	1,564.0	1,590.0	1,722.0	+ 3.2	+ 8.3			
April - Avril	1,563.0	1,609.0	1,732.0	+ 0.6	+ 7.6			
May - Mai	1,560.0	1,623.0	1,741.0	+ 0.5	+ 7.3			
June - Juin	1,554.0	1,634.0	1,764.0	+ 1.3	+ 8.0			
July - Juillet	1,555.0	1,632.0	1,776.0	+ 0.7	+ 8.8			
August - Août	1,559.0	1,629.0	1,784.0	+ 0.5	+ 9.5			
September - Septembre	1,575.0	1,632.0	1,798.0 <sup>P</sup>	+ 0.8 <sup>P</sup>	+ 10.2 <sup>P</sup>			
October - Octobre	1,569.0	1,649.0	1,816.0 <sup>P</sup>	+ 1.0 <sup>P</sup>	+ 10.1P			
November - Novembre	1,571.0	1,659.0						
December - Décembre	1,550.0	1,668.0						

(1) Accounts receivable of department stores and the outstanding 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, 1984

Department No.	Sales - Combined Seasonal and Trading Day Factors				
	Ventes - Coefficients combinés de correction des variations saisonnières et des jours commerciaux				
	MCD in October MDC en Octobre	September <sup>F</sup> Septembre <sup>F</sup>	October <sup>P</sup> Octobre <sup>P</sup>	November(1) Novembre(1)	
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5	96.99	96.69	109.53	
2 Women's and misses' coats and suits	8	120.15	162.91	156.04	
3 Women's and misses' sportswear	4	123.34	101.89	112.49	
4 Furs	12	98.01	161.30	196.77	
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	5	105.62	110.03	117.39	
6 Girls' and teenage girls' wear	4	111.56	94.14	121.10	
7 Lingerie and women's sleepwear	4	90.86	95.07	145.78	
8 Intimate apparel	4	106.18	91.61	106.58	
9 Millinery	8	89.74	136.97	206.75	
10 Women's and girls' hosiery	4	117.61	112.95	121.70	
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4	103.82	109.58	156.42	
12 Women's, misses' and children's footwear	5	125.96	119.20	133.70	
13 Men's clothing	4	109.60	106.04	146.56	
14 Men's furnishings	5	92.11	90.90	149.19	
15 Boys' clothing and furnishings	6	98.21	95.04	129.14	
16 Men's and boys' footwear	6	108.31	102.73	139.48	
17 Food and kindred products	4	85.20	96.26	124.85	
18 Toiletries, cosmetics and drugs	3	87.56	95.76	117.06	
19 Photographic equipment and supplies	4	90.71	87.62	120.18	
20 Piece goods	6	112.97	120.46	123.25	
21 Linens and domestics	3	109.91	99.59	107.88	
22 Smallwares and notions	4	118.96	116.12	125.96	
23 China and glassware	5	91.33	87.30	144.40	
24 Floor coverings	5	98.89	122.39	121.71	
25 Draperies, curtains and furniture coverings	4	100.93	106.09	115.22	
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	95.26	100.12	143.92	
27 Furniture	5	100.94	102.48	102.24	
28 Major appliances	5	105.65	109.50	109.56	
29 Television, radio and music	5	113.99	102.43	134.44	
30 Housewares and small electrical appliances	3	89.17	99.60	125.34	
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	4	88.63	103.45	105.67	
32 Plumbing, heating and building materials	5	90.97	105.35	107.38	
33 Jewellery	3	95.75	84.53	137.33	
34 Toys and games	4	61.57	100.67	226.95	
35 Sporting goods and luggage	3	81.22	75.73	102.22	
36 Stationery, books and magazines	4	101.52	83.23	130.92	
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	6	82.73	115.70	133.47	
38 Meals and lunches	3	94.11	99.90	115.52	
39 Repairs and services	6	90.07	108.88	139.15	
40 All other departments	5	84.54	91.50	101.12	
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	3	98.63	101.10	125.56	

(1) Seasonal and trading day factors projected for the next month. For more details, see the "seasonal adjustment" section in the introduction (on page xiii).

(1) Prévision des coefficients combinés de correction des variations saisonnières et des jours commerciaux. Pour plus de détails, consulter la section "désaisonnalisation" de l'introduction (à la page xiii).

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

Stocks - Seasonal Factors

Stocks - Coefficients de correction des variations saisonnières

MDC in October	September <sup>F</sup>	October <sup>P</sup>	November(1)	Rayon	No
				MDC en Octobre	
3	91.40	112.42	116.73	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	1
5	153.46	151.71	125.96	Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	2
3	98.22	113.20	116.93	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
5	114.34	129.68	121.69	Fourrures	4
4	100.79	117.42	105.62	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
4	106.39	117.52	113.89	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
4	93.98	131.00	141.43	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3	85.72	104.83	114.40	Sous-vêtements	8
5	95.62	135.44	186.07	Chapeaux	9
4	95.76	112.07	113.24	Bas pour dames et fillettes	10
3	98.89	128.24	135.29	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
3	97.37	108.66	100.41	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
4	104.88	121.34	120.06	Vêtements pour hommes	13
3	104.66	131.68	123.06	Articles d'habillement pour hommes	14
4	99.85	121.15	110.73	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
4	92.81	116.02	100.36	Chaussures pour hommes et garçons	16
..	...	...	...	Produits alimentaires et connexes	17
4	90.88	117.36	124.86	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
4	91.28	124.19	113.76	Appareils et fournitures photographiques	19
4	91.59	113.59	102.20	Tissus à la pièce	20
3	85.77	96.95	106.94	Literie et linge de maison	21
4	92.61	102.66	96.03	Menus articles	22
3	91.65	105.65	110.94	Porcelaine et verrerie	23
3	89.51	96.29	93.43	Revêtements de plancher	24
3	92.48	102.79	99.89	Tentures, rideaux et housses	25
4	97.87	115.44	110.51	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
3	88.51	102.62	96.75	Meubles	27
4	87.10	99.79	110.39	Gros appareils ménagers	28
3	89.17	110.42	115.00	Télévision, radio et musique	29
3	92.75	107.46	117.36	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
4	91.39	106.02	101.46	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
5	92.19	98.41	105.35	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
3	89.79	110.70	121.20	Bijouterie	33
4	126.31	162.87	134.18	Jouets et jeux	34
4	95.09	124.26	112.36	Articles de sport et valises	35
3	100.72	110.17	117.22	Papeterie, livres et revues	36
5	98.11	110.55	110.31	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
..	...	...	...	Repas et casse-croûtes	38
6	98.23	104.32	108.33	Services et travaux de réparation	39
5	93.72	123.27	124.42	Tous autres rayons	40
3	96.27	114.88	114.64	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Seasonal factors projected for the next month. For more details, see the "seasonal adjustment" section in the introduction (on page xiii).

(1) Prévision des coefficients combinés de correction des variations saisonnières. Pour plus de détails, consulter la section "désaisonnalisation" de l'introduction (à la page xiii).

APPENDIX

APPENDICES

## APPENDIX I

### **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.

## APPENDICE I

### **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.

**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 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

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

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

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 Store

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.

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

#### Ventes et recettes nettes totales

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 directe sont exclus.

#### Stocks

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

#### Comptes à recevoir

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.

#### Grand magasin populaire

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.

## APPENDIX II

### METHODOLOGY

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

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

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.

## APPENDICE II

### MÉTHODOLOGIE

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

Le **chiffre des ventes mensuelles par rayon** publié pour le Canada n'est fondé que sur les firmes qui présentent la ventilation requise des ventes. La répartition en pourcentage des ventes par rayon obtenue auprès des firmes déclarantes est appliquée au chiffre mensuel des ventes totales pour le pays afin d'établir une estimation des ventes par rayon pour l'ensemble du Canada.

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

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

## APPENDIX III

### DATA RELIABILITY

#### Non-sampling Errors

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

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

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

**Non-response error.** Some respondents may refuse to answer questions, some are unable to respond, while others may be too late in responding. Data for the non-responding units can be imputed using the data from responding units or some earlier data on the 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-resident 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.

## APPENDICE III

### FIABILITÉ DES DONNÉES

#### Erreurs non liées à l'échantillonnage

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

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

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

**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.

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

### Non-sampling Error Measures

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

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

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

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

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

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.

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  
October**

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

	Response rate		Response fraction
	Taux de réponse		Fraction de réponse
	Survey units	Organizational units	
	Unités d'enquête	Unités organisationnelles	
per cent - pourcentage			
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	100.0	100.0	100.0
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	50.0	85.5
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	40.9	61.1
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	92.3	99.9

## APPENDIX IV

### SEASONAL ADJUSTMENT

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

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

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

(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 Daqum, Statistics Canada, Catalogue 12-564E, Occasional.

(3) See next page.

## APPENDICE IV

### 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 prévision, 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

(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.

mine 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 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.

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.

Commencing with March 1984, the Canada seasonally adjusted total is now derived "indirectly" by the summation of the 40 individually seasonally adjusted departments. Previously, this total was derived by seasonally adjusting the Canada total raw data "directly".(4) Also in March 1984, the

(3) See Table 30.

(4) Refer to: Lothian, J. and Morry, M. (1977): The Problem of Aggregation; Direct or Indirect, Ottawa: Seasonal Adjustment and Time Series Analysis Division, Statistics Canada.

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 à jour mensuellement les séries de référence desquelles on dérive les estimations finales des facteurs saisonniers, en employant les données les plus récentes disponibles.

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.

Depuis mars 1984, le total désaisonné au niveau du Canada est dérivé de "façon indirecte" en faisant la somme des 40 rayons désaisonnalisés séparément au préalable. Auparavant, ce total était obtenu en désaisonnalisant de "façon directe" les données brutes du total, au niveau du Canada.(4). De plus, la désaisonnalisation

(3) Voir tableau 30.

(4) Consulter: Lothian, J. et Morry, M. (1977): Aggrégation directe ou indirecte, Ottawa, Division des séries chronologiques, de la recherche et de l'analyse, Statistique Canada.

end-point seasonal adjustment method was adopted. For the period May 1983 to February 1984, a modified version of the "end-point seasonal adjustment" method, employing a projected factor for the current month only, was utilized. Prior to May 1983, seasonally adjusted data were derived on a monthly basis by employing projected seasonal factors (forecasted one year in advance) calculated once a year.

#### REVISION PROCEDURES

Due to the fact that statistical surveys are subject to different type of errors (as described previously in this section) and that to obtain a 100% response rate each month under a data collection program by mail would prove to be very difficult (almost impossible sometimes) and costly, results must be revised on an ongoing basis as new information is received, enabling us to update our statistical series accordingly.

Revisions of two different types are made in regard to the Department Store Sales and Stocks Survey: the first relates to the way data are gathered while the second results from the seasonal adjustment procedures. In the first type of revision, corrections apply only to the previous year data. They are conducted after the end of the year and, consequently, the revised figures are published in the March issue of the following year of the present bulletin. The second type of revisions are both monthly and annual. In the case of the monthly revisions, the corrected figures for the current month (June for example), are published in the following month issue of the present catalogue (July), while the annual revisions are published once a year in the March issue.

Generally, revised data are indicated with an "r" beside the name of the month to which they apply, in order to inform the user of these changes.

interpolative a été adoptée en mars 1984. Pour la période s'échelonnant de mai 1983 à février 1984, on a utilisé une version modifiée de la désaisonalisation interpolative, employant une prévision du facteur de désaisonalisation pour le mois courant seulement. Avant mai 1983, les données désaisonnalisées étaient dérivées sur une base mensuelle, à l'aide de prévisions (une année à l'avance) des facteurs saisonniers calculés une fois par année.

#### PROCÉDURES DE RÉVISION

Puisque les enquêtes statistiques sont sujettes à différents types d'erreurs (telles qu'expliquées précédemment dans cette section) et qu'il serait très coûteux et difficile (pratiquement impossible parfois) d'atteindre, à partir d'un programme de collecte de données par la poste, un taux de réponse de 100%, il faut donc réviser les résultats sur une base régulière afin de mettre à jour les séries statistiques en déroulant, à mesure que de nouvelles informations nous sont transmises.

On compte donc des révisions de deux types en regard à l'enquête sur les ventes et stocks des grands magasins: les premières sont liées à la façon dont les données sont produites tandis que les secondes résultent de la procédure de désaisonalisation. Les révisions du premier type ne se rapportent qu'aux seules données de l'année précédente. Elles sont effectuées à la fin de l'année et les résultats révisés sont publiés dans le numéro de mars de l'année suivante du présent bulletin. Les révisions du deuxième type sont à la fois mensuelles et annuelles. Dans le cas de celles mensuelles, les résultats rectifiés qui réfèrent au mois courant (soit juin par exemple) sont ajoutées à la publication du mois suivant (juillet) tandis que les révisions annuelles ne sont publiées qu'une fois l'an, dans le bulletin de mars.

En général, on avise l'utilisateur de ces changements, en inscrivant un "r" à côté du nom du mois auquel on applique des révisions.

### NUMBER OF SHOPPING DAYS

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.

### NOMBRE DE JOURS COMMERCIAUX

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

**TEXT TABLE III. Number of Shopping Days, by Month, 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

## APPENDIX V

### CONSTANT DOLLAR ESTIMATES

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

### DATA CONFIDENTIALITY

Statistics Canada is prohibited by law from publishing any statistics which would divulge information relating to any identifiable business without the previous consent in writing of that business.<sup>(5)</sup> 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.

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

## APPENDICE V

### ESTIMATIONS EN DOLLARS CONSTANTS

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

### CONFIDENTIALITÉ DES DONNÉES

La loi interdit à Statistique Canada de diffuser au grand public des données qui pourraient servir à identifier une entreprise ou certaines de ses caractéristiques, sans avoir obtenu au préalable l'autorisation écrite de cette dernière<sup>(5)</sup>. 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.

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

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	10,208,072	- 0.1	4,942,738	- 6.0
<b>1983:</b>					
January - Janvier	206.6	623,021	+ 3.8	301,559	- 0.2
February - Février	213.2	603,808	+ 4.5	283,212	+ 0.3
March - Mars	211.9	787,544	+ 13.5	371,658	+ 9.3
April - Avril	215.4	775,226	- 1.7	359,901	- 5.8
May - Mai	215.8	842,133	+ 3.5	390,238	--
June - Juin	214.9	920,150	+ 16.3	428,176	+ 12.3
July - Juillet	212.9	813,746	+ 6.5	382,220	+ 2.9
August - Août	213.8	850,885	+ 9.7	397,982	+ 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	10,930,478	+ 7.1	5,121,844	+ 3.6
<b>1984:</b>					
January - Janvier	214.3	649,360	+ 4.2	303,014	+ 0.5
February - Février	218.7	659,335	+ 9.2	301,479	+ 6.4
March - Mars	217.1	806,713	+ 2.4	371,586	--
April - Avril	220.4	842,716	+ 8.7	382,358	+ 6.2
May - Mai	222.1	927,771	+ 10.2	417,727	+ 7.0
June - Juin	220.1	941,318	+ 2.3	427,677	- 0.1
July - Juillet	218.4	806,302	- 0.9	369,186	- 3.4
August - Août	218.9	872,975	+ 2.6	398,801	+ 2.1
September - Septembre	215.2	947,867	+ 2.8	440,459	+ 0.8
October - Octobre	220.0	957,575	+ 3.9	435,261	+ 1.2
November - Novembre					
December - Décembre					
Year - Année					

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

The sales-stocks ratios(7) 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.

(6) See Table 26.

(7) See Table 27.

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

On obtient les ratios ventes-stocks(7) 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.

(6) Voir tableau 26.

(7) Voir tableau 27.

APPENDIX VI - APPENDICE VI

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

Baine Johnstone & Company Ltd., Bowring Division, P.O. Box 4100, St. John's, Newfoundland

Caplan, C., Ltd., 135 Rideau St., Ottawa, Ontario (Closed July 1984 - Fermée Juillet 1984)

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

Hougens Watson Lake 84, Box 97, Watson Lake, 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

Sears Canada Inc., 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 (Closed January 1984 - Fermée janvier 1984)

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 Décarie 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 É.-U. ou importés). Ventes unitaires mensuelles selon le type et l'origine, après désaisonnalisation.

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

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

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

Total des ventes au détail pour les magasins à succursales et les grands magasins 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 Trade.** 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

**63-606 Retail Shoe Stores,** 1977

**63-607 Retail Drug Stores,** 1981

**63-608 Retail Florists,** 1981

**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. 700 pages. Premier numéro, 1975. (ISSN 0590-9325).

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

**63-538 Commerce de détail statistiques historiques, 1972-1979.** H.S. Bil. 695 pages. (ISBN 0-660-506-13-0).

Cette publication contient des données brutes et désaisonnalisées, révisées de 1972 à 1979, des sections sur les définitions, les concepts, 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 vêtements pour hommes,** 1981

**63-606 Magasins de vente au détail de chaussures,** 1977

**63-607 Pharmacies au détail,** 1981

**63-608 Fleuristes détaillants,** 1981

**Catalogue**

- 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**

- 63-609 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.

STATISTICS CANADA LIBRARY  
BIBLIOTHÈQUE STATISTIQUE CANADA



1010737167

Canada