

STATISTIQUES STATISTIQUES  
CANADA CANADA

MAR 11 1985

LIBRARY  
BIBLIOTHÈQUE

# Department store sales and stocks

December 1984

# Ventes et stocks des grands magasins

Décembre 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

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

# Department store sales and stocks

December 1984

# Ventes et stocks des grands magasins

Décembre 1984

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

Publication autorisée par  
le ministre des Approvisionnements et  
Services Canada

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

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

© Minister of Supply  
and Services Canada 1985

© Ministre des Approvisionnements  
et Services Canada 1985

March 1985  
5-3406-503

Mars 1985  
5-3406-503

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

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

Catalogue 63-002, Vol. 49, No. 12

Catalogue 63-002, vol. 49, n° 12

ISSN 0380-7045

ISSN 0380-7045

Ottawa

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

## SIGNE 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>	vii
<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 désaisonnalisées, 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 Re- tail 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 Organization	xi	6. Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisation	xi
<b>Highlights</b>	xiii	<b>Points saillants</b>	xiii
<b>Summary of 1984 Results</b>	xv	<b>Sommaire des résultats de 1984</b>	xv
<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 métropoli- taines, 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
6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1983 and 1984	8
7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1983 and 1984	10
8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1983 and 1984	10
9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1983 and 1984	12
10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1983 and 1984	12
11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1983 and 1984	14
12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1983 and 1984	14
13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1983 and 1984	16
14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1983 and 1984	16
15. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1983 and 1984	18
16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1983 and 1984	19
17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1983 and 1984	19
18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1983 and 1984	20
19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1983 and 1984	20
20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1983 and 1984	21
21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1983 and 1984	21

TABLES DES MATIÈRES - suite

Tableau	Page
6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1983 et 1984	8
7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1983 et 1984	10
8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1983 et 1984	10
9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1983 et 1984	12
10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1983 et 1984	12
11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1983 et 1984	14
12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1983 et 1984	14
13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1983 et 1984	16
14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1983 et 1984	16
15. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1983 et 1984	18
16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1983 et 1984	19
17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1983 et 1984	19
18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1983 et 1984	20
19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1983 et 1984	20
20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1983 et 1984	21
21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1983 et 1984	21

## TABLE OF CONTENTS - Concluded

Table	Page
22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1982-1984	22
23. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1982-1984	23
24. Department Store Monthly Stocks, by Department, Canada, 1983 and 1984	24
25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1983 and 1984	26
26. Department Store Monthly Stock-Sales Ratios, by Department, Canada, 1983 and 1984	28
27. Department Store Monthly Sales-Stock Ratios, by Department, 1983 and 1984	30
28. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted, Canada, 1982-1984	32
29. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Seasonally Adjusted, Canada, 1982-1984	32
30. Department Store Sales and Stocks, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1984	34
 Appendix	
I. Definitions	39
II. Methodology	41
III. Data Reliability	43
IV. Seasonal Adjustment Revision Procedures Number of Shopping Days	47 49 50
V. Constant Dollar Estimates Data Confidentiality Explanatory Notes	51 51 53
VI. List of Department Store Organizations	55
 Selected Publications	

## TABLES DES MATIÈRES - fin

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

## Choix de publications

## 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

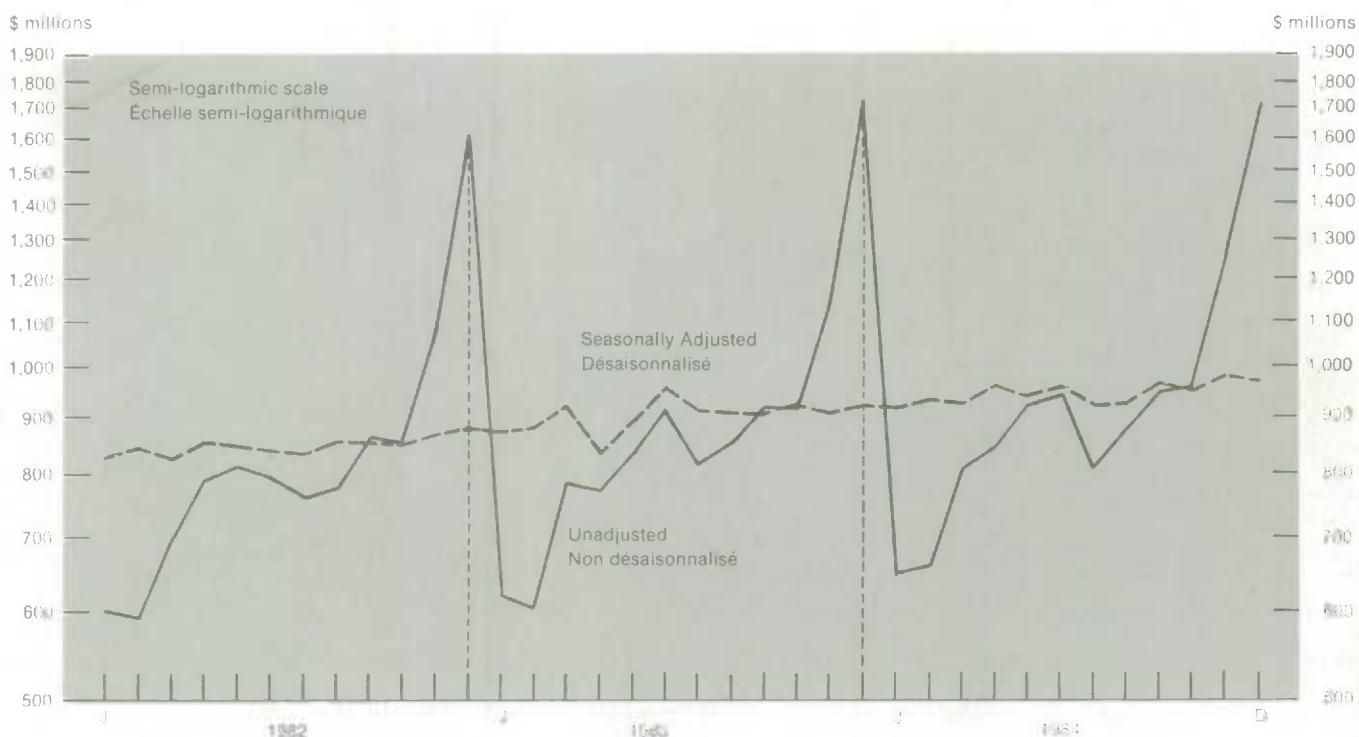


Chart — 2

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

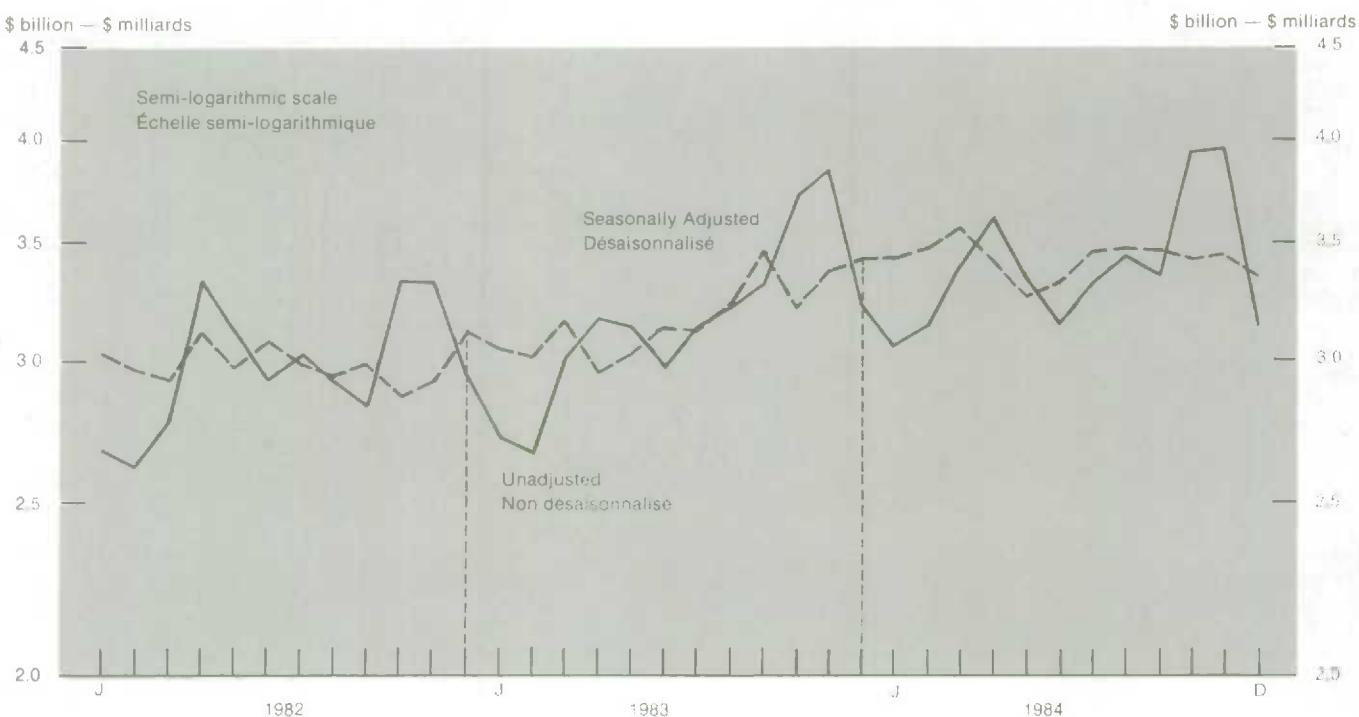
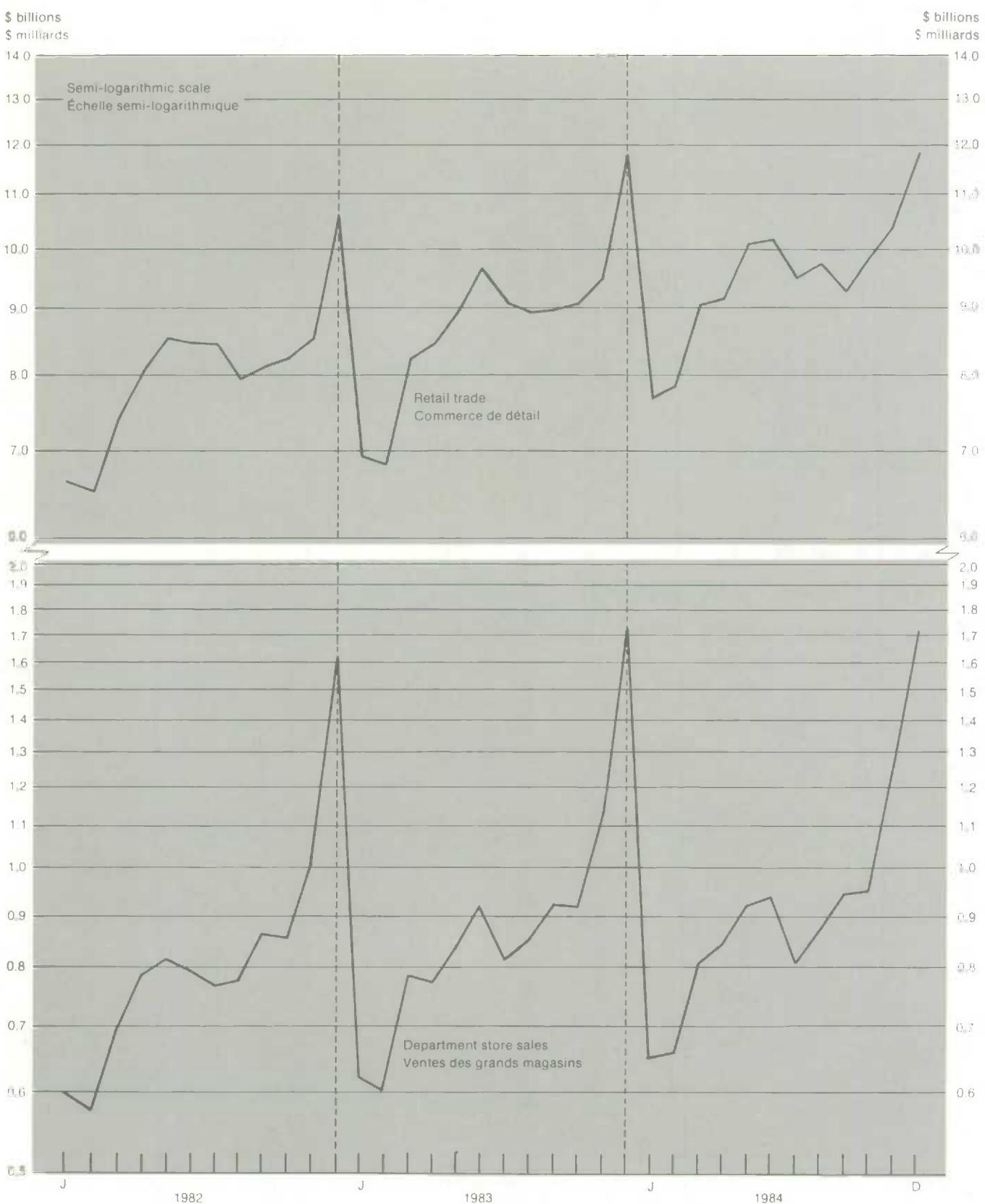


Chart — 3

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

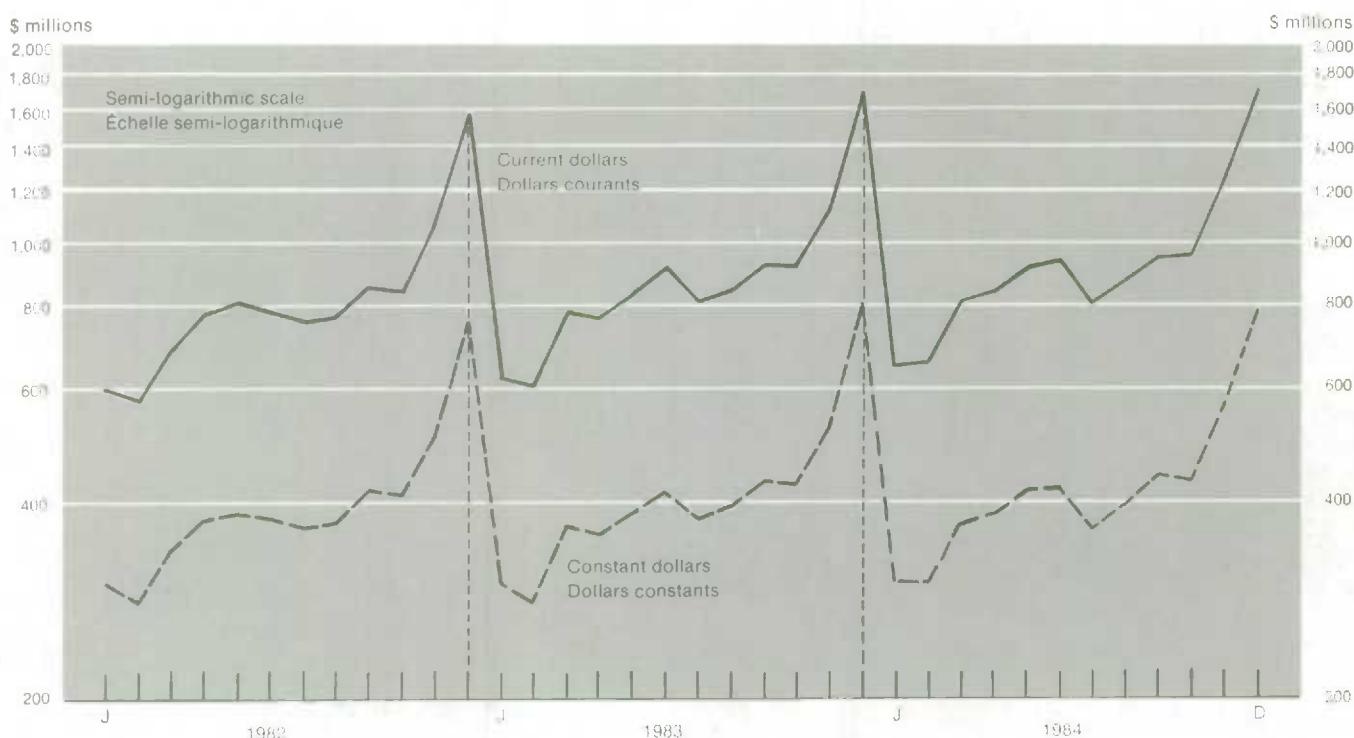
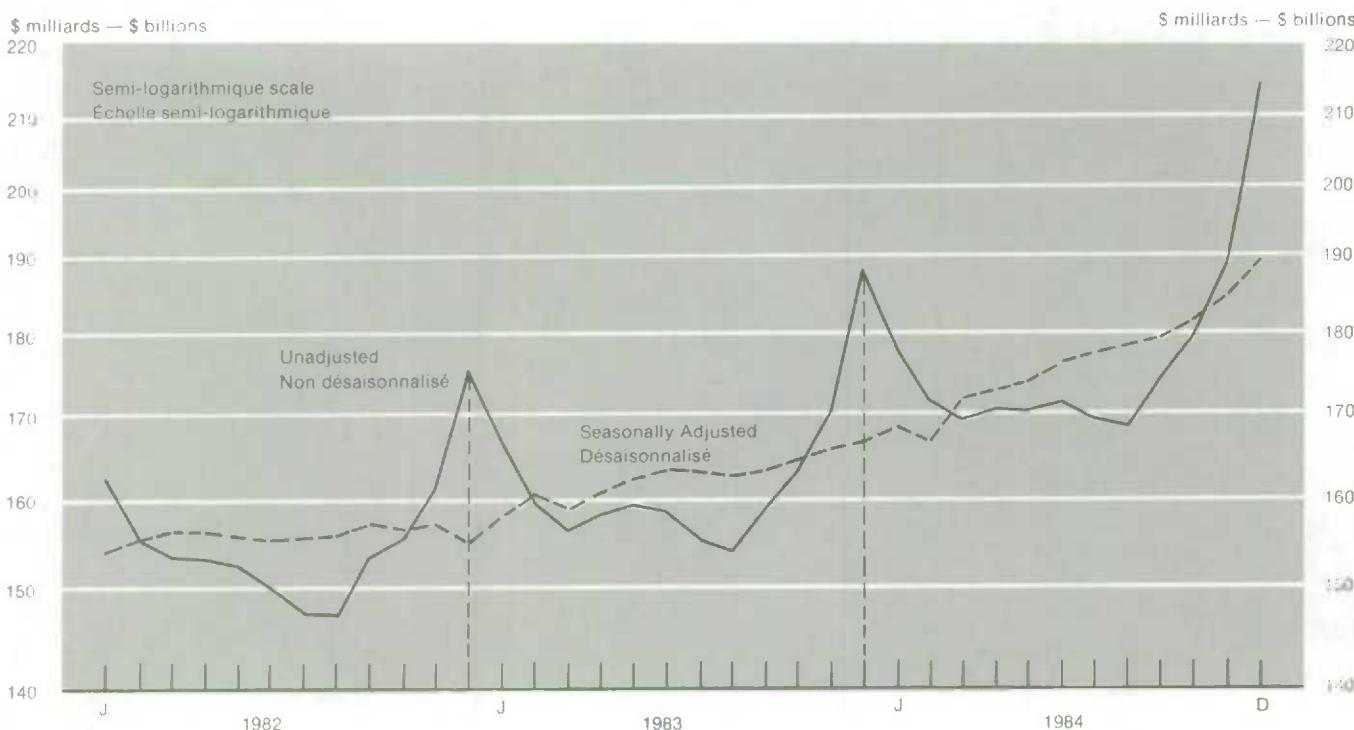


Chart - 5

### 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**



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

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

\$ millions

700

\$ millions

200

100

500

400

300

200

100

0

December — Décembre  
1983, 1984

Legend — Légende

Sales(1)  
Ventes(1)

-  Junior department stores  
Grands magasins populaires
-  Major department stores  
Grands magasins traditionnels

Qué.

Montréal

Ont.

Toronto

Man.

Winnipeg

Sask.

Alta.  
Alb.B.C.  
C.-B.

Vancouver

0

\$ millions

300

200

100

0

(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

- o Total department store sales in December 1984, adjusted for seasonal variations and the number of trading days, decreased 1.3% from the revised preceding month's sales of \$979.9 million to \$967.3 million. Among the 28 departments recording lower sales, the largest decreases were reported in furs (- 19.3%), millinery (- 17.4%) and girls' and teenage girls' wear (- 12.3%). The most notable increases were observed in plumbing, heating and building materials (+ 6.9%), major appliances (+ 5.8%) and gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies (+ 4.1%).

### Unadjusted Sales

- o Unadjusted department store sales totalled \$1,718.0 million in December 1984, down 0.8% from the December 1983 level. Sales were lower in 27 of the 40 departments, with the largest decreases reported in piece goods (- 21.7%), gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies (- 18.2%) and millinery (- 13.2%). The most notable increases were recorded in major appliances (+ 8.1%), china and glassware (+ 6.8%) and floor coverings (+ 5.7%).
- o At the provincial level, when compared to last year, sales decreased in British Columbia (- 7.2%), Alberta (- 3.0%), Prince Edward Island (- 2.0%) and Saskatchewan (- 0.6%). In the remaining provinces, sales increased from 6.8% in Newfoundland to 0.2% in Ontario. Sales in the Yukon and Northwest Territories rose by 1.9%. Of the 10 metropolitan areas surveyed, five reported lower sales, with decreases ranging from 7.3% in Vancouver to 1.0% in Hamilton. Sales rose in Halifax-Dartmouth (+ 9.2%), Quebec City (+ 4.9%), Montreal (+ 2.3%) and Toronto (+ 0.6%). Sales remained virtually unchanged in Winnipeg.
- o Sales by major department store organizations in December 1984 totalled \$1,049.6 million, down 2.7% from December 1983.

## POINTS SAILLANTS

### Ventes désaisonnalisées

- o Les ventes totales des grands magasins en décembre 1984, corrigées en fonction des variations saisonnières et du nombre de journées d'affaires, ont baissé de 1.3% par rapport à l'estimation révisée de novembre 1984 de \$979.9 millions pour ainsi s'établir à \$967.3 millions. Des 28 rayons à avoir enregistrer des ventes inférieures comparativement au mois précédent, on a constaté les baisses les marquées dans les rayons de fourrures (- 19.3%), de chapeaux (- 17.4%), et de vêtements de fillettes et d'adolescentes (- 12.3%). Les hausses les plus fortes ont été observées pour les rayons du matériel de plomberie, chauffage et construction (+ 6.9%), de gros appareils ménagers (+ 5.8%) et d'essence, d'huile, d'accessoires d'automobile, de réparation et de fournitures (+ 4.1%).

### Ventes non désaisonnalisées

- o Les ventes non désaisonnalisées des grands magasins ont totalisé \$1,718.0 millions en décembre 1984, soit 0.8% de moins qu'en décembre 1983. Les ventes ont diminué dans 27 des 40 rayons parmi lesquels les baisses les plus marquées ont été signalées pour les rayons de tissus à la pièce (- 21.7%), d'essence, d'huile, d'accessoires d'automobile, de réparation et de fournitures (- 18.2%) et de chapeaux (- 13.2%). Les hausses les notables ont été déclarées pour les rayons de gros appareils ménagers (+ 8.1%), de porcelaine et verrerie (+ 6.8%) et de revêtements de plancher (+ 5.7%).

- o Au niveau provincial, par rapport à l'an dernier, les ventes ont diminué en Colombie-Britannique (- 7.2%), en Alberta (- 3.0%), à l'Île-du-Prince-Édouard (- 2.0%) et en Saskatchewan (- 0.6%). Dans les autres provinces, les ventes ont haussé, les gains s'échelonnant de 6.8% à Terre-Neuve à 0.2% en Ontario. Au Yukon et aux Territoires du Nord-Ouest, les ventes ont haussé de 1.9%. Des dix régions métropolitaines enquêtées, cinq ont signalé des baisses variant de 7.3% à Vancouver, à 1.0% à Hamilton. Les ventes ont haussé à Halifax-Dartmouth (+ 9.2%), à Québec (+ 4.9%), à Montréal (+ 2.3%) et à Toronto (+ 0.6%). Les ventes n'ont pas varié à Winnipeg.

- o Les ventes attribuables aux sociétés de grands magasins traditionnels, en décembre 1984, ont totalisé \$1,049.6 millions, soit une diminution

Junior department store organizations had sales of \$668.4 million, up 2.4% from a year earlier.

- o Cumulative unadjusted sales for all department stores for the year 1984 reached \$11,384.7 million, 4.2% higher than the \$10,930.5 million reported in 1983.
- o In December 1984, there were 805 retail locations operated by department store organizations, no change from the number reported for November 1984, but three more than in December 1983. Of this total number, 329 were operated by major department store organizations and 476 by junior department store organizations.
- o In December 1984, total department store sales constituted 14.5% of all retail sales in Canada, a slight decrease from the 14.8% share held in December 1983.
- o Total sales for the fourth quarter of 1984 were 3.7% higher than the last quarter of 1983 and reached \$3,932.3 million.

#### Stocks

- o The unadjusted selling value of inventories, held by department stores in December 1984 at \$3,142.7 million, showed a decrease of 2.5% from the same month a year earlier. Seasonally adjusted, the value of stocks held decreased 2.1% from the revised preceding month's value of \$3,419.7 million to a level of \$3,348.6 million.

de 2.7% par rapport au mois correspondant un an plus tôt. Les sociétés de grands magasins populaires, pour leur part, ont enregistré des ventes de l'ordre de \$668.4 millions, soit une hausse de 2.4% par rapport au mois de décembre 1983.

- o Le total des ventes cumulatives et non désaisonnalisées pour l'ensemble des rayons en 1984 a atteint \$11,384.7 millions et été ainsi de 4.2% supérieur aux \$10,930.5 millions déclarés en 1983.
- o En décembre 1984, on a dénombré 805 points de vente exploités par les sociétés de grands magasins, soit le même nombre qu'en novembre 1984 et trois de plus qu'en décembre 1983. De ce total, 329 ont été exploités par les sociétés de grands magasins traditionnels et 476 par les sociétés de grands magasins populaires.
- o Durant le mois de décembre 1984, les ventes par les grands magasins ont représenté à elles seules, 14.5% de l'ensemble du commerce de détail au Canada, soit un léger recul par rapport au 14.8% détenu en décembre 1983.
- o Les ventes totales pour le quatrième trimestre de 1984 ont augmenté de 3.7% comparativement au dernier trimestre de 1983 pour atteindre \$3,932.3 millions.

#### Stocks

- o La valeur marchande, non désaisonnalisée, des stocks détenus en décembre 1984, a enregistré une baisse de 2.5% par rapport au mois correspondant l'année dernière pour se chiffrer à \$3,142.7 millions. La valeur désaisonnalisée des inventaires a diminué de 2.1% comparativement à l'estimation révisée du mois précédent (\$3,419.7 millions) et a totalisé \$3,348.6 millions.

o Department store sales, the fourth most important component of retail trade in Canada according to the kind of business classification, registered a gain of 4.2% in 1984 when compared to last year. Total sales for the twelve months reached \$11,384.7 million. Among the 40 departments surveyed, 31 departments reported increased sales over 1983, with major advances recorded in women's and misses' coats and suits (+ 11.8%), toys and games (+ 10.0%) and men's clothing (+ 9.9%), while piece goods (- 10.0%), plumbing, heating and building materials (- 6.1%) and floor coverings (- 3.5%) had the most notable declines.

o Sales by major department store organizations, totalling \$7,177.2 million for the year 1984, were 2.4% higher than in 1983, while junior department store organizations had a sales increase of 7.3% and reached \$4,207.5 million. As a proportion of total department stores sales, major department store organizations represented 63.0% of sales, while junior department store organizations had 37.0% of total sales. Last year the percentages were 64.1% and 35.9% respectively.

o At the provincial level, when compared to last year, total department store sales rose in all provinces with the exception of British Columbia (- 0.6%) and Alberta (- 0.3%). Increases ranged from 10.7% in Nova Scotia to 3.9% in Prince Edward Island. Sales rose 1.1% in the Yukon and Northwest Territories. Among the 10 metropolitan areas surveyed sales were lower in Vancouver (- 1.4%), Calgary (- 0.7%) and Edmonton (- 0.4%). The largest increase was posted in Quebec City (+ 12.0%).

- o The department stores' sales share of total retail trade in Canada was 9.9% in 1984, down, from the 10.3% recorded in 1983.
- o Total department store sales, in constant dollars, were 1.6% higher in 1984 than in 1983 and totalled \$5,204.8 million.

o Les ventes des grands magasins, la quatrième plus importante composante du commerce de détail au Canada d'après la classification par genre de commerce, ont enregistré un gain par rapport à l'an dernier s'élevant à 4.2%. Le total des ventes pour les douze mois de 1984 a atteint \$11,384.7 millions. Des 40 rayons enquêtés, 31 ont déclarés des hausses des ventes par rapport à 1983 parmi lesquels les rayons de manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles (+ 11.8%), de jouets et jeux (+ 10.0%) et de vêtements pour hommes (+ 9.9%) ont indiqué les plus fortes augmentations tandis que les rayons de tissus à la pièce (- 10.0%), du matériel de plomberie, chauffage et construction (- 6.1%) et de revêtements de plancher (- 3.5%) ont signalé les baisses les plus notables.

o Les ventes des sociétés de grands magasins traditionnels pour 1984 ont été de 2.4% supérieures à celles de 1983 et se sont chiffrées à \$7,177.2 millions tandis que celles enregistrées par les sociétés de grands magasins populaires se sont accrues de 7.3% pour atteindre \$4,207.5 millions. Par rapport à l'ensemble des ventes des grands magasins, des sociétés de grands magasins traditionnels ont représenté à elles seules 63.0% du total tandis que les sociétés de grands magasins populaires ont accapré 37.0%. L'année avant, les pourcentages respectifs étaient de 64.1% et de 35.9%.

o Au niveau provincial, comparativement à l'an dernier, toutes les provinces ont enregistré des accroissements des ventes par les grands magasins à l'exception de la Colombie-Britannique (- 0.6%) et de l'Alberta (- 0.3%). Les hausses se sont échelonnées de 10.7% en Nouvelle-Ecosse à 3.9% à l'Île-du-Prince-Édouard. Les ventes se sont accrues de 1.1% au Yukon et aux Territoires du Nord-Ouest. Des 10 régions métropolitaines enquêtées les ventes ont été inférieures par rapport à l'année précédente à Vancouver (- 1.4%), à Calgary (- 0.7%) et à Edmonton (- 0.4%). La plus forte augmentation a été signalée à Québec (+ 12.0%).

o En 1984, la part des ventes des grands magasins dans le commerce de détail s'est chiffrée à 9.9%, soit un léger recul par rapport au 10.3% enregistré en 1983.

o Le total des ventes des grands magasins, en dollars constants de 1971, a été de 1.6% supérieur en 1984 au total de 1983 et s'est élevé à \$5,204.8 millions.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

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

Department No.	1984						
	January Janvier	February Février	March Mars	April Avril	May Mai	June Juin	July 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	5,201	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	1,135
10 Women's and girl's 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	41,694	25,144
14 Men's furnishings	24,848	26,576	37,241	37,990	40,816	58,020	36,124
15 Men's clothing and furnishings	3,187	3,750	10,771	12,257	14,666	12,117	6,820
16 Men's and boys' footwear	8,173	8,825	18,203	18,146	15,772	16,786	12,803
17 Sport and related products	45,478	59,465	53,739	56,139	58,341	54,777	51,800
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	15,374
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	33,221	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	17,773	14,856
38 Meals and lunches	19,202	18,292	21,864	20,360	20,934	21,342	20,109
39 Repairs and services	8,804	8,461	10,191	9,550	10,366	10,857	9,417
40 All other departments	23,049	21,525	26,970	32,814	42,287	38,466	30,597
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	649,360	659,335	806,713	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	
August	September	October	November	December	December	December 1984/1983	Rayon		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre	Décembre 1984/1983			N°
thousands of dollars							per cent		
milliers de dollars							pourcentage		
16,621	15,554	16,504	17,087	22,861	23,185	- 1.4	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	1	
15,806	20,945	27,114	28,231	23,212	24,709	- 6.1	Manteaux et baileurs pour dames et jeunes filles	2	
51,039	65,818	56,324	64,261	78,306	79,440	- 1.4	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3	
1,787	3,466	5,576	9,117	7,821	8,564	- 8.7	Fourrures	4	
27,271	25,941	26,928	29,022	36,949	38,184	- 3.2	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5	
26,263	19,170	15,489	22,449	23,728	23,933	- 0.9	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6	
15,540	17,733	18,540	29,722	49,059	48,913	+ 0.3	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7	
10,581	11,863	10,002	11,574	15,173	15,653	- 3.1	Sous-vêtements	8	
1,141	1,856	2,791	4,274	4,019	4,630	- 13.2	Chapeaux	9	
8,043	12,564	11,773	12,867	16,275	18,072	- 9.9	Bébé pour dames et fillettes	10	
11,403	17,073	17,954	28,747	41,174	41,435	- 0.6	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11	
24,655	31,884	30,109	34,487	32,242	32,003	+ 0.7	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12	
33,169	43,034	41,513	62,375	81,881	78,209	+ 4.7	Vêtements pour hommes	13	
34,641	44,467	42,954	72,159	118,928	122,032	- 2.5	Articles d'habillement pour hommes	14	
20,573	13,592	13,592	17,325	30,637	32,913	+ 3.8	Vêtements et articles d'habillement pour hommes	15	
54,755	53,598	36,795	32,542	38,138	25,566	+ 1.8	Chenilles pour hommes et garçons	16	
(60,196)	54,037	59,273	79,349	87,061	86,450	+ 0.7	Produits alimentaires et conserves	17	
46,472	49,142	52,322	66,206	127,749	121,800	+ 4.4	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18	
13,466	11,845	11,454	15,605	29,610	32,235	- 8.1	Appareils et fournitures photographiques	19	
3,844	4,252	4,637	4,706	3,610	4,612	- 21.7	Tissus à la pièce	20	
29,949	32,027	27,767	33,936	46,244	46,038	+ 0.4	Literie et linge de maison	21	
7,085	10,447	9,818	10,648	12,777	14,334	- 10.9	Menus articles	22	
9,364	11,734	11,702	20,217	37,355	34,970	+ 6.8	Porcelaine et verrerie	23	
10,763	12,409	14,103	16,105	11,964	11,318	+ 5.7	Revêtements de plancher	24	
13,947	15,572	15,973	17,669	17,066	17,887	- 4.6	Tentures, rideaux et housse	25	
7,173	8,348	8,472	13,052	20,595	21,484	- 4.1	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'aménagement pour la maison	26	
40,222	44,761	45,249	47,935	43,256	43,681	- 1.0	Meubles	27	
43,551	46,890	46,141	52,106	54,887	50,778	+ 8.1	Gros appareils ménagers	28	
37,168	53,322	43,418	57,909	89,117	90,416	- 1.4	Télévision, radio et musique	29	
53,048	31,929	35,824	47,466	80,865	80,971	- 0.1	Articles de ménage et petits appareils électriques	30	
24,769	22,215	26,691	29,640	35,481	37,835	- 6.2	Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.	31	
9,795	9,344	10,641	10,643	11,457	12,841	- 10.8	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32	
16,960	20,798	18,123	29,904	67,721	65,308	+ 3.7	Bijouterie	33	
17,851	20,524	31,589	62,102	91,546	92,972	- 1.5	Jouets et jeux	34	
24,148	20,765	19,267	28,021	47,906	49,342	- 2.9	Articles de sport et valises	35	
33,902	32,212	25,048	43,606	74,280	75,016	- 1.0	Papeterie, livres et revues	36	
17,439	13,693	19,868	20,970	21,905	26,795	- 18.2	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37	
21,550	20,789	22,172	26,172	32,678	34,264	- 4.6	Repas et casse-croûtes	38	
9,752	10,039	12,167	15,855	13,701	13,551	+ 1.1	Services et travaux de réparation	39	
13,866	28,737	32,224	36,666	57,399	57,580	- 0.3	Tous autres rayons	40	
112,975	947,867	957,575	1,254,727	1,718,033	1,731,121	- 0.8	TOTAL, TOUS RAYONS	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	1,763	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	13,220	13,311	13,819	13,309	13,692	13,553	13,545
16 Men's and boys' footwear	16,136	16,248	16,430	17,413	16,832	16,795	16,171
17 Food and kindred products	54,279	57,265	54,340	59,675	61,216	58,369	57,788
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	26,170	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	43,946
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	21,466
39 Repairs and services	10,295	10,112	10,125	10,487	10,573	10,917	10,938
40 All other departments	33,499	31,290	31,353	32,576	31,761	32,823	32,938
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	926,673	935,595	929,532	958,329	945,853	955,511	964,958

(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	October	November <sup>T</sup>	December <sup>P</sup>	December	December/ November 1984	Rayon	No	
Août	Septembre	Octobre	Novembre <sup>T</sup>	Décembre <sup>P</sup>	Décembre	Décembre/ novembre 1984			
thousands of dollars							per cent		
milliers de dollars							pourcentage		
17,183	16,036	16,990	15,878	16,014	15,548	+ 0.9	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles		
14,757	17,433	16,739	17,483	16,648	15,872	- 4.8	Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	2	
53,248	53,362	55,427	56,175	54,280	51,711	- 3.4	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3	
2,693	3,537	3,649	4,200	3,390	3,442	- 19.3	Fourrures	4	
24,740	24,560	24,456	24,754	24,403	23,519	- 1.4	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5	
17,622	17,184	16,355	18,234	15,985	14,783	- 12.3	Vêtements de fillettes et d'adolescentes		
19,718	19,516	19,608	20,341	20,054	18,837	- 1.4	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7	
10,585	11,173	10,907	10,916	11,056	10,775	+ 1.3	Sous-vêtements	8	
1,801	2,068	2,046	2,031	1,677	1,794	- 17.4	Chapeaux	9	
10,115	10,682	10,449	10,511	10,277	10,559	- 2.2	Bas pour dames et fillettes	10	
15,094	16,445	16,708	18,110	17,129	16,442	- 5.4	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes		
25,131	25,314	25,290	25,557	25,125	23,264	- 1.7	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12	
35,171	39,264	39,405	41,913	42,420	39,092	+ 1.2	Vêtements pour hommes	13	
45,432	48,276	47,158	48,585	47,572	45,114	- 2.1	Articles d'habillement pour hommes	14	
17,373	17,713	15,863	15,721	13,569	17,108	+ 3.9	Vêtements et articles d'habillement pour jeunes	15	
15,945	15,818	14,371	14,556	14,500	15,071	+ 3.1	Cosmétiques pour femmes et garçons		
39,703	42,679	42,120	41,931	42,948	39,438	+ 8.2	Produits alimentaires et cosmétiques	17	
52,180	56,126	54,795	57,741	57,565	52,995	- 0.3	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18	
12,974	13,058	13,059	12,990	12,945	13,295	- 0.3	Appareils et fournitures photographiques	19	
3,845	3,764	3,848	3,798	3,646	4,426	- 4.0	Tissus à la pièce	20	
29,245	29,139	27,793	30,869	29,543	27,683	- 4.3	Literie et linge de maison		
8,149	8,782	8,455	8,475	8,664	9,290	+ 2.2	Menus articles	22	
11,829	12,849	13,518	13,800	14,045	12,423	+ 1.8	Porcelaine et verrerie	23	
11,423	12,548	11,641	11,007	12,224	11,390	- 6.0	Revêtements de plancher	24	
14,285	15,429	15,088	15,255	15,066	14,907	- 1.2	Tentures, rideaux et houssees	25	
8,304	8,764	8,520	8,983	8,977	9,049	- 0.1	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'aménagement pour la maison		
40,207	44,345	44,449	46,424	45,030	42,041	- 3.0	Meubles	27	
43,250	44,386	42,995	47,015	49,727	44,034	+ 5.8	Gros appareils ménagers	28	
42,305	46,778	42,187	43,462	44,510	43,320	+ 2.4	Télévision, radio et musique	29	
36,096	35,806	36,170	37,440	37,189	35,578	- 0.7	Articles de ménage et petite appareils électriques	30	
27,217	25,064	26,098	27,728	26,206	25,813	- 5.5	Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.		
9,971	10,272	10,049	10,173	10,876	11,702	+ 6.9	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32	
21,295	21,720	21,530	21,984	22,691	20,797	+ 3.2	Bijouterie	33	
28,929	33,333	30,836	27,899	25,871	24,473	- 7.3	Jouets et jeux	34	
26,344	25,563	25,667	26,484	25,860	24,694	- 2.4	Articles de sport et vêtements	35	
30,812	31,729	29,993	32,485	31,421	30,210	- 3.3	Papeterie, livres et revues		
17,631	16,551	17,051	16,262	16,922	19,153	+ 4.1	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	36	
11,590	22,091	22,273	22,514	22,323	22,216	- 0.8	Repas et casse-croûtes	37	
10,835	11,145	11,170	11,363	11,051	10,129	- 2.8	Services et travaux de réparation	38	
31,003	33,994	35,356	35,307	34,505	32,493	- 2.3	Tous autres rayons	39	
225,608	961,073	950,071	979,862	967,341	920,358	- 1.3	TOTAL, TOUS RAYONS	40	

(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	2,021	2,782	2,145	2,526	2,901	2,478
12 CANADA	649,360	659,335	806,713	842,716	927,771	941,318	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	34,535
7 Quebec City	18,733	16,822	20,466	21,611	27,559	25,779	23,021
8 Toronto	91,845	93,675	115,269	121,503	130,168	138,276	114,163
9 Vancouver	66,468	65,879	81,021	74,707	82,622	82,772	72,695
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 Variation	
August	September	October	November	December	December	December 1984/1983	Province		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre	Décembre 1984/1983			No
<b>thousands of dollars - milliers de dollars</b>									
11,317	11,141	12,329	16,131	23,157	21,685	+ 6.8	Terre-Neuve		1
6,375	5,490	5,624	7,412	10,707	10,924	- 2.0	Île-du-Prince-Édouard		2
28,836	28,999	30,813	43,553	61,171	57,769	+ 5.9	Nouvelle-Écosse		3
19,763	19,791	20,956	30,267	40,149	40,017	+ 0.3	Nouveau-Brunswick		4
163,813	176,106	182,239	229,606	312,223	304,967	+ 2.4	Québec		5
312,534	341,407	347,095	473,274	653,189	652,084	+ 0.2	Ontario		6
45,526	52,448	49,639	65,859	85,871	85,566	+ 0.4	Manitoba		7
27,248	31,473	30,177	41,146	53,485	53,793	- 0.6	Saskatchewan		8
117,116	128,327	127,318	159,400	219,062	225,789	- 3.0	Alberta		9
137,771	149,335	148,330	185,186	254,072	273,669	- 7.2	Colombie-Britannique		10
2,574	3,350	3,054	2,294	4,948	4,556	+ 1.9	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest		11
872,975	947,867	957,575	1,254,737	1,718,033	1,731,121	- 0.8	CANADA		12

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

1984							1983	Change Variation	
August	September	October	November	December	December	December 1984/1983	Certaines zones métropolitaines		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre	Décembre 1984/1983			No
<b>thousands of dollars - milliers de dollars</b>									
43,591	49,079	48,618	60,020	83,892	85,124	- 1.4	Calgary		1
53,470	57,612	57,446	71,344	96,074	100,816	- 4.7	Edmonton		2
15,745	16,665	17,572	24,904	32,904	30,126	+ 9.2	Halifax-Dartmouth		3
22,156	24,493	25,892	32,526	50,915	51,446	- 1.0	Hamilton		4
93,911	106,689	108,137	138,914	190,825	186,524	+ 2.3	Montréal		5
38,390	42,719	44,593	56,416	73,494	74,772	- 1.7	Ottawa-Hull		6
23,843	24,577	25,644	31,863	40,556	38,661	+ 4.9	Ville de Québec		7
112,291	139,209	139,154	188,655	263,715	262,038	+ 0.6	Toronto		8
74,140	88,171	87,881	108,850	148,953	160,745	- 7.3	Vancouver		9
41,157	47,664	44,889	59,918	76,858	76,858	-	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	81,269
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	August	September	October	November	December	December	Change Variation	Province	No
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre	Décembre	Décembre 1984/1983		
9,729	10,873	11,086	15,666	20,626	17,028	+ 21.1			
<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	
90,369	106,580	107,600	134,896	174,254	170,332	+ 2.3	Québec	5	
180,143	213,139	214,317	292,214	386,092	388,614	- 0.6	Ontario	6	
28,635	36,495	32,513	43,967	54,203	55,448	- 2.2	Manitoba	7	
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8	
86,398	97,543	94,529	120,054	160,601	171,051	- 6.1	Alberta	9	
137,152	120,456	118,969	148,121	198,033	217,651	- 9.0	Colombie-Britannique	10	
x	x	x	x	x	x	x	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11	
530,591	619,438	611,524	798,450	1,049,646	1,078,633	- 2.7	CANADA	12	

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

1984	August	September	October	November	December	December	Change Variation	Certaines zones métropolitaines	No
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre	Décembre	Décembre 1984/1983		
33,402	38,915	36,924	47,629	64,408	67,164	- 4.0	Calgary	1	
40,093	44,376	43,621	54,463	71,870	77,308	- 7.0	Edmonton	2	
x	x	x	x	x	x	x	Halifax-Dartmouth	3	
16,107	18,450	19,482	23,807	37,264	37,210	+ 0.1	Hamilton	4	
59,685	73,867	72,264	93,142	122,148	118,386	+ 3.2	Montréal	5	
22,992	28,020	29,404	36,757	44,557	46,030	- 3.2	Ottawa-Hull	6	
x	x	x	x	x	x	x	Ville de Québec	7	
62,302	102,488	102,337	139,757	188,850	188,296	+ 0.3	Toronto	8	
65,858	76,930	76,272	94,227	126,584	138,559	- 8.6	Vancouver	9	
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	28,021
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 Variation	Province	Nº
August	September	October	November	December	December	December 1984/1983				
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre	Décembre 1984/1983	thousands of dollars - milliers de dollars			
x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1		
x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2		
19,107	18,126	19,727	27,887	40,544	40,740	- 0.5	Nouvelle-Écosse	3		
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4		
73,444	69,526	74,639	94,710	137,969	134,636	+ 2.5	Québec	5		
132,391	128,268	132,778	181,060	267,097	263,470	+ 1.4	Ontario	6		
16,892	15,953	17,126	21,892	31,669	30,118	+ 5.1	Manitoba	7		
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8		
30,718	30,784	32,789	39,347	58,461	54,739	+ 6.8	Alberta	9		
30,312	28,879	29,361	37,066	56,039	56,018	--	Colombie-Britannique	10		
x	x	x	x	x	x	x	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11		
342,384	328,437	346,051	456,277	668,387	652,488	+ 2.4	CANADA	12		

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

1984							1983	Change Variation	Certaines zones métropolitaines	Nº
August	September	October	November	December	December	December 1984/1983				
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre	Décembre 1984/1983	thousands of dollars - milliers de dollars			
10,189	10,165	11,694	12,391	19,484	17,960	+ 8.5	Calgary	1		
13,377	13,236	13,825	16,881	24,204	23,508	+ 3.0	Edmonton	2		
x	x	x	x	x	x	x	Halifax-Dartmouth	3		
6,049	6,043	6,410	8,719	13,651	14,236	- 4.1	Hamilton	4		
34,225	32,821	35,873	45,772	68,677	68,138	+ 0.8	Montréal	5		
15,393	14,700	15,189	19,659	28,937	28,742	+ 0.7	Ottawa-Hull	6		
x	x	x	x	x	x	x	Ville de Québec	7		
35,732	36,721	36,817	48,898	74,865	73,742	+ 1.5	Toronto	8		
11,282	11,242	11,610	14,623	22,369	22,186	+ 0.8	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 No
August	September	October	November	December	December			
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre			
<b>number - nombre</b>								
14	14	14	14	14	14	Terre-Neuve	1	
7	7	7	7	7	7	Île-du-Prince-Édouard	2	
33	33	33	33	33	32	Nouvelle-Écosse	3	
26	26	26	26	26	26	Nouveau-Brunswick	4	
160	160	161	163	163	163	Québec	5	
299	299	300	300	300	300	Ontario	6	
38	38	38	38	38	38	Manitoba	7	
31	31	32	32	32	31	Saskatchewan	8	
83	83	83	83	83	84	Alberta	9	
103	103	103	103	103	101	Colombie-Britannique	10	
6	6	6	6	6	6	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11	
800	800	803	805	805	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 No
August	September	October	November	December	December			
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre			
<b>number - nombre</b>								
26	26	26	26	26	26	Calgary	1	
33	33	33	33	33	33	Edmonton	2	
14	14	14	14	14	13	Halifax-Dartmouth	3	
24	24	24	24	24	24	Hamilton	4	
75	75	75	76	76	80	Montréal	5	
32	32	32	32	32	33	Ottawa-Hull	6	
21	21	21	22	22	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	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	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	February	March	April	May	June	July
	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	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
August	September	October	November	December	December			
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre			
number - nombre						Nº		
6	6	6	6	6	8	Terre-Neuve	1	
3	3	3	3	3	3	Île-du-Prince-Édouard	2	
7	7	7	7	7	6	Nouvelle-Écosse	3	
4	4	4	4	4	4	Nouveau-Brunswick	4	
54	54	55	55	55	56	Québec	5	
110	110	110	110	110	112	Ontario	6	
18	18	18	18	18	18	Manitoba	7	
15	15	15	15	15	16	Saskatchewan	8	
46	46	46	46	46	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	329	329	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
August	September	October	November	December	December			
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre			
number - nombre						Nº		
14	14	14	14	14	14	Calgary	1	
18	18	18	18	18	18	Edmonton	2	
6	6	6	6	6	5	Halifax-Dartmouth	3	
14	14	14	14	14	14	Hamilton	4	
30	30	30	30	30	30	Montréal	5	
12	12	12	12	12	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	November	December	December			
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre			
<b>number - nombre</b>								
8	8	8	8	8	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	108	108	107	Québec	5	
189	189	190	190	190	188	Ontario	6	
20	20	20	20	20	20	Manitoba	7	
16	16	17	17	17	15	Saskatchewan	8	
37	37	37	37	37	35	Alberta	9	
43	43	43	43	43	41	Colombie-Britannique	10	
1	1	1	1	1	1	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11	
472	472	474	476	476	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	November	December	December			
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre			
<b>number - nombre</b>								
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	46	46	50	Montréal	5	
20	20	20	20	20	20	Ottawa-Hull	6	
13	13	13	14	14	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-December

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

Department Rayon No.	Sales - Ventes		Change 1984/1983 Variation 1984/1983 per cent milliers de dollars pourcentage
	1983 <sup>f</sup>	1984	
	thousands of dollars		
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	184,317	191,613	+ 4.0
2 Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	181,505	202,986	+ 11.8
3 Women's and misses' sportswear - Vêtements sport pour dames et jeunes filles	606,610	654,140	+ 7.8
4 Furs - Fourrures	38,229	40,405	+ 5.7
5 Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	279,816	292,087	+ 4.4
6 Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'adolescentes	186,139	200,123	+ 7.5
7 Lingerie and women's sleeperwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames	225,507	239,974	+ 6.4
8 Intimate apparel - Sous-vêtements	123,070	130,393	+ 6.0
9 Millinery - Chapeaux	21,200	22,677	+ 7.0
10 Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes	125,771	126,706	+ 0.7
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	189,348	199,696	+ 5.5
12 Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	284,135	301,907	+ 6.3
13 Men's clothing - Vêtements pour hommes	431,553	474,065	+ 9.9
14 Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes	534,034	574,874	+ 7.4
15 Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons	151,429	161,446	+ 6.6
16 Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons	190,101	195,783	+ 3.0
17 Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes	695,038	730,600	+ 5.1
X 18 Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	620,832	653,211	+ 5.2 X
19 Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques	162,823	156,896	- 3.6
20 Piece goods - Tissus à la pièce	52,561	47,299	- 10.0
21 Linens and domestics - Literie et linge de maison	335,238	346,518	+ 3.4
22 Smallwares and notions - Menus articles	103,931	101,404	- 2.4
23 Chins and glassware - Porcelaine et verrerie	153,675	157,047	+ 2.2
24 Floor coverings - Revêtements de plancher	149,748	144,511	- 3.5
25 Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses	179,118	179,125	--
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	108,269	105,591	- 2.5
27 Furniture - Meubles	522,067	530,296	+ 1.6
28 Major appliances - Gros appareils ménagers	517,220	537,362	+ 3.9
29 Television, radio and music - Télévision, radio et musique	511,726	517,994	+ 1.2
30 Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques	437,188	436,584	- 0.1
31 Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	309,070	320,614	+ 3.7
32 Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction	134,330	126,182	- 6.1
33 Jewellery - Bijouterie	246,036	265,623	+ 8.0
34 Toys and games - Jouets et jeux	303,064	333,402	+ 10.0
35 Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises	307,326	312,112	+ 1.6
36 Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues	358,687	374,575	+ 4.4
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	212,351	206,097	- 2.9
38 Meals and lunches - Repas et casse-croûtes	259,181	265,414	+ 2.4
39 Repairs and services - Services et travaux de réparation	122,454	129,160	+ 5.5
40 All other departments - Tous autres rayons	375,781	398,200	+ 6.0
41 ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS	10,930,478	11,384,692	+ 4.2

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

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

Province	Sales - Ventes		Change 1984/1983
	1983 <sup>r</sup>	1984	
	thousands of dollars		
	milliers de dollars		per cent
Newfoundland - Terre-Neuve	130,694	137,976	+ 5.6
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	67,664	70,304	+ 3.9
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	322,689	357,213	+ 10.7
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	237,756	251,187	+ 5.6
Québec	1,951,027	2,126,452	+ 9.0
Ontario	3,969,309	4,152,660	+ 4.6
Manitoba	562,305	595,230	+ 5.9
Saskatchewan	347,524	366,425	+ 5.4
Alberta	1,528,398	1,524,151	- 0.3
British Columbia - Colombie-Britannique	1,779,961	1,769,574	- 0.6
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	33,158	33,518	+ 1.1
CANADA	10,930,478	11,384,692	+ 4.2

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

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

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1984/1983
	1983 <sup>r</sup>	1984	
	thousands of dollars		
	milliers de dollars		per cent
Calgary	582,680	578,413	- 0.7
Edmonton	691,821	689,110	- 0.4
Halifax-Dartmouth	176,405	196,076	+ 11.2
Hamilton	291,274	306,434	+ 5.2
Montréal	1,168,680	1,259,298	+ 7.8
Ottawa-Hull	480,226	504,335	+ 5.0
Quebec City - Ville de Québec	268,395	300,477	+ 12.0
Toronto	1,581,782	1,654,923	+ 4.6
Vancouver	1,053,121	1,038,159	- 1.4
Winnipeg	508,536	538,676	+ 5.9

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

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

Province	Sales - Ventes		Change 1984/1983
	1983 <sup>r</sup>	1984	
	thousands of dollars	per cent	
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	102,211	118,152	+ 15.6
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	1,111,880	1,216,999	+ 9.5
Ontario	2,435,503	2,518,464	+ 3.4
Manitoba	370,261	338,422	+ 4.9
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	1,174,669	1,141,945	- 2.8
British Columbia - Colombie-Britannique	1,435,679	1,407,644	- 2.0
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	x	x
CANADA	7,007,420	7,177,173	+ 2.4

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

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

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1984/1983
	1983 <sup>r</sup>	1984	
	thousands of dollars	per cent	
Certaines zones métropolitaines			Variation 1984/1983
Calgary	459,826	448,936	- 2.4
Edmonton	541,368	525,237	- 3.0
Halifax-Dartmouth	x	x	x
Hamilton	220,385	225,349	+ 2.3
Montréal	750,370	821,979	+ 9.5
Ottawa-Hull	310,747	318,584	+ 2.5
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	1,160,887	1,200,053	+ 3.4
Vancouver	919,310	896,205	- 2.5
Winnipeg	x	x	x

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

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

Province	Sales - Ventes		Change 1984/1983
	1983 <sup>r</sup>	1984	
	thousands of dollars	per cent	
		milliers de dollars	pourcentage
Newfoundland - Terre-Neuve	x	x	x
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	x	x	x
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	220,477	239,061	+ 8.4
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	x	x	x
Québec	839,152	909,451	+ 8.4
Ontario	1,533,804	1,634,197	+ 6.5
Manitoba	192,045	206,808	+ 7.7
Saskatchewan	x	x	x
Alberta	353,731	382,207	+ 8.1
British Columbia - Colombie-Britannique	344,281	361,932	+ 5.1
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	x	x	x
CANADA	3,923,056	4,207,521	+ 7.3

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

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

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1984/1983
	1983 <sup>r</sup>	1984	
	thousands of dollars	per cent	
		milliers de dollars	pourcentage
Calgary	122,853	129,478	+ 5.4
Edmonton	150,451	163,872	+ 8.9
Halifax-Dartmouth	x	x	x
Hamilton	70,891	81,086	+ 14.4
Montréal	418,307	437,314	+ 4.5
Ottawa-Hull	169,479	185,752	+ 9.6
Quebec City - Ville de Québec	x	x	x
Toronto	420,895	454,872	+ 8.1
Vancouver	133,810	141,957	+ 6.1
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	Sales	Distribution	Sales
	Sales	Distribu-	Ventes	Ventes	Distribu-	Sales
	Ventes	tion	'000	'000	%	Ventes
	'000	%				%
<b>1982:</b>						
January - Janvier	600,051	100.0	404,403	67.4	195,648	32.6
February - Février	578,049	100.0	386,536	66.9	191,513	33.1
March - Mars	694,137	100.0	466,897	67.3	227,240	32.7
April - Avril	788,971	100.0	503,423	63.8	285,547	36.2
May - Mai	813,933	100.0	507,484	62.3	306,449	37.7
June - Juin	790,853	100.0	498,681	63.1	292,172	36.9
July - Juillet	763,949	100.0	477,590	62.5	286,359	37.5
August - Août	775,727	100.0	480,433	61.9	295,295	38.1
September - Septembre	861,179	100.0	583,300	67.7	277,880	32.3
October - Octobre	859,187	100.0	562,793	65.5	296,393	34.5
November - Novembre	1,073,558	100.0	708,645	66.0	364,914	34.0
December - Décembre	1,608,478	100.0	1,009,764	62.8	598,714	37.2
Year - Année	10,208,072	100.0	6,589,949	64.6	3,618,124	35.4
<b>1983:</b>						
January - Janvier	623,021	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	1,254,727	100.0	798,450	63.6	456,277	36.4
December - Décembre	1,718,033	100.0	1,049,646	61.1	668,387	38.9
Year - Année	11,384,692	100.0	7,177,173	63.0	4,207,521	37.0

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

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

Province and Selected Metropolitan Areas	Distribution			Change 1984/1983
	1982	1983 <sup>r</sup>	1984	
per cent - pourcentage				
Newfoundland - Terre-Neuve	10.4	9.9	10.7	+ 8.1
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	20.8	20.6	20.3	- 1.5
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	14.7	14.0	14.2	+ 1.4
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	13.6	13.7	13.5	- 1.5
Québec	11.2	11.1	11.2	+ 0.9
Ontario	15.0	14.7	14.3	- 2.7
Manitoba	19.6	18.8	18.4	- 2.1
Saskatchewan	11.1	12.1	12.5	+ 3.3
Alberta	18.9	18.6	17.6	- 5.4
British Columbia - Colombie-Britannique	20.6	19.8	19.4	- 2.0
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	17.1	14.8	14.0	- 5.4
CANADA	15.1	14.8	14.5	- 2.0
Montréal	13.5	13.8	13.9	+ 0.7
Toronto	16.4	15.5	15.3	- 1.3
Winnipeg	25.6	24.8	24.1	- 2.8
Vancouver	23.6	22.5	22.0	- 2.2

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

Department No.	1984							
	January Janvier	February Février	March Mars	April Avril	May Mai	June Juin	July Juillet	August 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	30,109	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	137,054	150,036	229,236
14 Men's furnishings	132,716	146,282	159,176	172,391	173,063	140,450	133,174	156,345
15 Boys' clothing and furnishings	20,000	29,263	34,204	44,734	30,362	36,263	51,300	36,739
16 Men's and boys' furnishings	74,361	75,367	77,901	81,777	73,143	72,977	73,866	77,374
17 Food and kindred products	44,878	47,147	52,054	45,400	49,906	33,388	32,967	27,202
18 Toiletries, cosmetics and drugs	232,705	199,923	213,043	223,306	195,132	196,226	210,756	202,822
19 Photographic equipment and supplies	59,725	58,476	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	59,561	56,175	59,124	60,611	59,133
25 Draperies, curtains and furniture coverings	70,395	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	123,204	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	50,700
38 Meals and lunches	1,319	1,338	1,440	1,587	532	641	894	377
39 Repairs and services	5,878	5,797	5,498	5,566	5,441	5,585	5,627	5,806
40 All other departments	54,141	57,570	72,601	79,437	70,806	64,476	64,029	63,808
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	3,434,755

(1) At selling value.

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

1983							Change - Variation	
September	October	November	December	December	December/ November 1984	December 1984/1983	Rayon	
Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre	Décembre/ novembre 1984	Décembre 1984/1983		
<b>thousands of dollars</b>							per cent	No
<b>milliers de dollars</b>							pourcentage	
54,357	64,728	57,571	45,608	43,008	- 20.8	+ 6.0	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	1
83,440	80,945	70,550	50,773	41,728	- 28.0	+ 21.7	Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	2
174,471	198,711	192,894	134,334	141,664	- 30.4	- 5.2	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
25,317	33,039	29,510	25,372	22,296	- 14.0	+ 13.8	Fourrures	4
85,762	94,704	86,815	80,906	85,943	- 6.8	- 5.9	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
50,337	58,228	54,394	34,643	34,085	- 36.3	+ 0.5	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
50,476	72,258	81,643	44,955	46,585	- 44.9	- 3.5	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
35,711	42,404	49,459	45,726	41,201	- 7.5	+ 11.0	Sous-vêtements	8
4,278	4,686	6,081	5,219	4,783	- 14.2	+ 9.1	Chapeaux	9
33,111	39,387	39,460	36,076	36,026	- 8.6	+ 0.1	Bas pour dames et fillettes	10
54,405	68,408	82,772	55,213	43,894	- 33.3	+ 25.8	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
104,799	113,648	107,353	92,242	99,229	- 14.1	- 7.0	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
187,339	215,604	215,040	165,447	151,901	- 23.1	+ 8.9	Vêtements pour hommes	13
166,491	214,846	222,946	146,255	128,688	- 34.4	+ 13.7	Articles d'habillement pour hommes	14
40,708	57,270	48,721	35,514	35,063	- 21.5	+ 12.9	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
72,415	70,410	79,068	53,713	74,777	- 19.4	+ 14.7	Chaussures pour hommes et garçons	16
34,735	46,376	31,749	27,231	29,076	- 34.5	+ 29.0	Préparations alimentaires et conserves	17
207,670	254,922	284,562	204,790	205,343	- 28.0	- 0.3	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
50,715	71,199	58,884	43,862	55,038	- 25.5	- 20.3	Appareils et fournitures photographiques	19
24,521	31,080	27,120	24,833	30,764	- 8.4	- 19.3	Tissus à la pièce	20
129,887	141,617	154,798	147,230	142,638	- 4.9	+ 3.2	Literie et linge de maison	21
39,470	45,141	41,179	46,102	45,299	+ 12.0	+ 1.9	Menus articles	22
83,437	97,638	97,406	93,316	117,588	- 4.2	- 20.6	Porcelaine et verrerie	23
54,491	53,946	49,800	54,850	61,790	+ 10.1	- 11.2	Revêtements de plancher	24
72,908	77,514	76,557	73,544	68,814	- 3.9	+ 6.6	Tentures, rideaux et housses	25
65,958	67,707	75,685	53,331	50,908	- 29.5	+ 4.8	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
162,507	188,309	151,275	180,001	209,470	+ 19.0	- 13.9	Méubles	27
61,736	76,636	80,803	74,523	74,158	- 7.8	+ 0.5	Gros appareils ménagers	28
146,644	181,177	181,739	149,728	161,475	- 17.6	- 7.3	Télévision, radio et musiques	29
173,661	199,612	200,706	147,027	176,548	- 26.7	- 16.7	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
127,959	149,256	138,906	131,082	141,427	- 5.6	- 7.3	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
27,515	29,504	28,873	34,009	52,218	+ 17.8	- 34.9	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
115,731	140,621	149,674	109,683	111,075	- 26.7	- 1.3	Bijouterie	33
126,319	155,077	181,104	104,710	79,959	- 42.2	+ 31.0	Jouets et jeux	34
129,454	170,046	153,421	126,343	125,645	- 17.6	+ 0.6	Articles de sport et valises	35
151,405	150,552	189,415	132,413	113,493	- 30.1	+ 16.7	Papeterie, livres et revues	36
46,087	49,767	51,942	63,070	64,697	+ 21.4	- 2.5	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
459	613	399	166	1,018	- 58.4	- 83.7	Repas et cassé-croûtes	38
5,153	5,670	5,998	5,591	5,466	- 6.8	+ 2.3	Services et travaux de réparation	39
73,396	94,921	91,339	57,459	63,018	- 37.1	- 8.8	Tous autres rayons	40
3,125,508	3,924,183	3,945,841	3,142,710	3,222,506	- 20.4	- 2.5	<b>TOTAL, TOUS RAYONS</b>	41

(1) Valeur de vente.

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

Department No.	1984						
	January Janvier	February Février	March Mars	April Avril	May Mai	June Juin	July 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	163,011	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	161,335
14 Men's furnishings	160,898	164,324	169,076	163,805	166,550	158,273	158,387
15 Boys' clothing and furnishings	45,786	41,276	46,542	44,402	42,258	42,313	40,293
16 Men's and boys' footwear	56,348	58,772	61,449	51,723	51,362	51,739	51,983
17 Food and kindred products(2)	44,670	47,147	48,756	43,290	27,292	33,172	32,997
18 Toiletries, cosmetics and drugs	222,360	228,323	230,992	219,537	205,551	213,013	216,202
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	43,003	43,629	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	167,343	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	110,664
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	49,311
38 Meals and lunches(2)	1,319	1,338	1,416	1,407	555	635	912
39 Repairs and services	5,921	6,205	5,952	5,549	5,744	5,659	5,649
40 All other departments	70,447	70,451	72,541	67,543	66,044	66,557	66,477
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,420,634	3,441,007	3,542,965	3,383,353	3,270,391	3,319,909	3,321,949

(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	October	November <sup>T</sup>	December <sup>P</sup>	December	December/ November 1984		Rayon		
Août	Septembre	Octobre	Novembre <sup>T</sup>	Décembre <sup>P</sup>	Décembre	Décembre/ novembre 1984				No
thousands of dollars							per cent			
milliers de dollars							pourcentage			
60,108	59,472	57,090	49,481	52,507	48,432	+ 6.1				
55,616	54,373	53,593	55,825	58,744	49,837	+ 5.2				
188,173	177,632	173,458	164,479	157,876	166,343	- 4.0				
26,604	22,141	25,321	24,355	23,670	20,687	- 2.8				
91,025	85,093	80,545	82,760	83,665	91,011	+ 1.1				
47,525	47,311	49,546	47,671	45,697	45,470	- 4.1				
54,783	53,710	56,596	56,570	53,912	55,686	- 4.7				
41,666	41,662	40,764	42,911	43,565	40,080	+ 1.5				
5,008	4,474	3,502	3,299	3,236	3,002	- 1.9				
34,662	34,578	35,127	35,070	38,019	40,130	+ 8.4				
54,237	55,017	54,018	59,910	61,199	51,734	+ 2.2				
112,057	107,635	104,669	105,710	101,486	107,939	- 4.0				
156,317	178,636	177,534	176,697	171,848	156,128	- 2.7				
154,394	159,071	165,264	176,475	178,141	161,653	+ 0.9				
41,973	40,969	42,295	42,587	43,701	47,544	+ 2.0				
77,288	78,037	77,340	73,291	70,888	81,808	- 3.3				
32,514	39,627	41,581	40,746	39,779	39,076	- 17.0				
218,868	228,521	218,286	225,887	215,932	215,711	- 4.4				
56,531	55,559	56,037	52,719	51,131	63,249	- 3.0				
26,434	26,773	27,337	26,265	24,522	30,115	- 6.6				
146,897	151,043	145,947	145,329	141,385	135,313	- 2.7				
43,445	42,626	43,860	43,261	43,398	43,398	+ 1.4				
92,494	91,044	91,577	87,108	82,438	103,158	- 5.4				
59,558	60,877	55,603	53,278	50,926	56,350	- 4.4				
75,539	78,839	75,418	76,256	72,303	65,897	- 5.2				
54,784	67,393	59,022	67,686	60,670	58,595	- 10.4				
180,142	183,613	179,942	159,797	157,441	177,917	- 1.5				
68,019	70,878	76,613	72,539	66,835	65,291	- 7.9				
163,355	164,462	162,748	157,934	149,893	158,081	- 5.1				
194,846	187,235	182,230	172,899	162,436	191,999	- 6.1				
140,119	140,009	139,953	137,507	132,932	144,486	- 3.3				
29,684	29,846	29,688	27,718	28,103	44,364	+ 1.4				
127,348	128,894	126,706	124,471	120,922	120,139	- 2.9				
102,634	100,006	97,151	129,686	149,457	124,458	+ 15.2				
139,993	136,135	136,716	136,805	138,534	139,280	+ 1.3				
140,702	150,328	134,090	157,473	157,022	137,272	- 0.3				
10,880	46,976	45,091	49,764	53,071	65,463	+ 6.6				
367	549	609	429	173	1,018	- 59.8				
3,770	5,246	5,438	5,563	5,553	5,577	- 0.2				
67,808	67,645	76,645	71,580	67,149	73,351	- 6.2				
3,474,932	3,454,313	3,405,015	3,419,696	3,348,575	3,417,028	- 2.1				
TOTAL, TOUS RAYONS										41

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

<sup>(2)</sup> 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
		Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5.36	4.86	4.29	3.60	2.66	2.03
2	Women's and misses' coats and suits	3.07	2.80	2.56	2.54	2.71	3.40
3	Women's and misses' sportswear	4.21	3.99	3.42	3.60	2.87	2.31
4	Furs	3.94	7.47	9.50	26.01	45.92	46.05
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	3.96	4.43	3.88	3.72	3.89	3.37
6	Girls' and teenage girls' wear	3.90	3.85	3.37	2.93	3.02	2.58
7	Lingerie and women's sleepwear	4.01	3.81	3.48	3.85	2.88	2.52
8	Intimate apparel	5.20	5.02	3.80	3.96	3.59	3.18
9	Millinery	2.57	3.14	2.32	2.09	2.23	1.96
10	Women's and girls' hosiery	3.95	4.15	3.65	3.41	3.00	3.15
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	5.03	5.80	4.52	4.14	3.26	3.07
12	Women's, misses' and children's footwear	6.86	7.19	5.46	4.66	4.09	3.67
13	Men's clothing	5.60	6.13	5.09	4.99	4.61	3.29
14	Men's furnishings	5.38	5.50	4.27	4.54	4.24	2.42
15	Boys' clothing and furnishings	5.65	5.14	4.10	3.38	3.29	2.99
16	Men's and boys' footwear	8.11	7.65	5.49	4.96	5.27	3.72
17	Food and kindred products	0.92	0.79	1.00	0.77	0.40	0.62
18	Toiletries, cosmetics and drugs	5.91	4.90	4.53	5.08	4.01	4.30
19	Photographic equipment and supplies	6.38	6.68	6.16	6.69	4.88	4.09
20	Piece goods	6.90	7.19	7.01	7.48	6.18	6.89
21	Linens and domestics	4.20	9.08	6.26	6.84	5.53	5.04
22	Smallwares and notions	4.28	5.77	4.77	6.79	6.32	7.17
23	China and glassware	13.69	11.86	9.71	11.57	7.65	8.48
24	Floor coverings	5.62	5.80	4.54	4.81	4.74	5.25
25	Draperies, curtains and furniture coverings	6.89	6.24	5.50	5.08	4.51	4.46
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	8.64	9.63	8.27	8.21	6.73	8.16
27	Furniture	4.32	4.45	4.29	4.86	3.48	3.69
28	Major appliances	1.85	2.27	1.64	1.81	1.42	1.27
29	Television, radio and music	4.71	5.04	4.25	5.15	4.83	4.98
30	Housewares and small electrical appliances	8.20	6.33	6.83	6.72	5.52	5.44
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	7.79	8.10	6.51	5.49	3.81	4.20
32	Plumbing, heating and building materials	4.25	4.49	4.04	3.39	2.17	1.82
33	Jewellery	11.72	9.49	7.50	7.74	6.20	6.13
34	Toys and games	8.78	6.28	5.46	6.08	5.05	5.32
35	Sporting goods and luggage	6.47	8.22	6.55	6.18	5.02	4.01
36	Stationery, books and magazines	6.04	5.43	5.60	6.12	5.56	5.50
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	3.46	3.40	3.33	3.21	2.99	2.93
38	Meals and lunches	0.07	0.07	0.07	0.08	0.03	0.04
39	Repairs and services	0.67	0.69	0.54	0.58	0.52	0.51
40	All other departments	2.35	2.67	2.69	2.42	1.67	1.68
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.56	4.65	4.13	4.22	3.53	3.28

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

1984						1983	Rayon N°
August	September	October	November	December	December		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre		
3.28	3.49	3.92	3.37	2.00	1.85	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	1
4.42	3.98	2.99	2.50	2.19	1.69	Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	2
3.72	2.65	3.53	3.00	1.72	1.78	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
14.76	7.30	5.93	3.24	3.24	2.60	Fourrures	4
3.42	3.31	3.52	2.99	2.19	2.25	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
1.91	2.63	3.76	2.42	1.46	1.44	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
3.39	2.85	3.90	2.75	0.92	0.95	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3.76	3.01	4.24	4.27	3.01	2.63	Sous-vêtements	8
3.81	2.30	1.68	1.42	1.30	1.03	Chapeaux	9
4.71	2.64	3.35	3.07	2.22	1.99	Bags pour dames et fillettes	10
4.48	3.19	3.81	2.88	1.34	1.06	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
4.57	3.29	3.77	3.11	2.86	3.10	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
7.00	4.35	5.19	3.45	2.02	1.94	Vêtements pour hommes	13
4.53	3.74	5.00	3.09	1.23	1.05	Articles d'habillement pour hommes	14
1.90	3.03	4.07	2.77	1.44	1.66	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
3.24	4.22	5.38	3.51	2.44	2.91	Chaussures pour hommes et garçons	16
3.45	0.64	0.77	0.65	0.27	0.34	Produits alimentaires et connexes	17
3.36	4.23	4.90	4.17	1.61	1.69	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
4.08	4.28	6.22	3.77	1.48	1.71	Appareils et fournitures photographiques	19
7.31	5.77	6.70	5.76	6.88	6.67	Tissus à la pièce	20
4.53	4.06	5.10	4.56	3.18	3.10	Literie et linge de maison	21
6.31	3.78	4.60	3.87	3.61	3.16	Menus articles	22
9.93	7.11	8.34	4.82	2.50	3.56	Porcelaine et verrerie	23
5.49	4.39	3.83	3.09	4.58	5.46	Revêtements de plancher	24
5.23	4.68	4.85	4.32	4.30	3.85	Tentures, rideaux et housses	25
7.87	7.90	7.99	5.80	2.59	2.37	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'aménagement pour la maison	26
4.08	3.63	4.16	3.16	4.16	4.79	Meubles	27
1.42	1.32	1.66	1.55	1.36	1.46	Gros appareils ménagers	28
4.24	2.75	4.17	3.14	1.68	1.79	Télévision, radio et musique	29
5.82	5.44	5.57	4.23	1.82	2.18	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
5.82	5.76	5.59	4.69	3.69	3.74	Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.	31
2.82	2.94	2.77	2.71	2.97	4.07	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
7.20	5.56	7.76	5.01	1.62	1.70	Bijouterie	33
6.10	6.15	4.91	2.92	1.14	0.86	Jouets et jeux	34
5.31	6.23	8.83	5.48	2.64	2.55	Articles de sport et valises	35
4.34	4.70	6.01	4.34	1.78	1.51	Papeterie, livres et revues	36
2.90	3.37	2.50	2.48	2.88	2.41	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
0.03	0.02	0.03	0.02	0.01	0.03	Repas et casse-croûtes	38
0.60	0.51	0.47	0.38	0.41	0.40	Services et travaux de réparation	39
2.29	2.21	2.95	2.49	1.00	1.09	Tous autres rayons	40
3.82	3.42	4.02	3.10	1.60	1.83	TOTAL, TOUS RAYONS	41

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

Department No.	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	0.28	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' furniture	0.12	0.12	0.12	0.12	0.13	0.11	0.17
17 Food and kitchen products	1.31	1.30	1.03	1.31	1.31	1.23	1.21
18 Toiletries, cosmetics and drugs	0.10	0.19	0.25	0.20	0.25	0.25	0.24
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	26.14
39 Repairs and services	1.55	1.45	1.80	1.73	1.88	2.11	1.63
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, 1963 et 1964

1964						1963	
August	September	October	November	December	December	Rayon	
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Décembre		No.
0.30	0.29	0.28	0.28	0.44	0.45	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	1
0.24	0.27	0.33	0.37	0.38	0.46	Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	2
0.30	0.36	0.30	0.33	0.48	0.48	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
0.07	0.13	0.19	0.29	0.29	0.35	Fourrures	4
0.30	0.29	0.30	0.32	0.44	0.43	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
0.51	0.38	0.29	0.40	0.53	0.57	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
0.30	0.34	0.30	0.39	0.78	0.78	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.27	0.31	0.26	0.25	0.32	0.37	Sous-vêtements	8
0.31	0.43	0.62	0.79	0.71	0.85	Chapeaux	9
0.24	0.35	0.32	0.33	0.43	0.45	Bâts pour dames et fillettes	10
0.23	0.32	0.29	0.38	0.60	0.72	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
0.23	0.29	0.28	0.31	0.32	0.31	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
0.17	0.21	0.21	0.29	0.43	0.44	Vêtements pour hommes	13
0.24	0.27	0.23	0.33	0.64	0.74	Articles d'habillement pour hommes	14
0.45	0.34	0.28	0.34	0.59	0.52	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
0.20	0.23	0.21	0.27	0.37	0.31	Chaussures pour hommes et garçons	16
1.72	1.48	1.63	2.34	2.08	2.08	Produits alimentaires et connexes	17
0.22	0.24	0.22	0.25	0.52	0.52	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
0.24	0.22	0.19	0.24	0.58	0.53	Appareils et fournitures photographiques	19
0.15	0.16	0.17	0.16	0.14	0.15	Tissus à la pièce	20
0.22	0.24	0.20	0.23	0.31	0.33	Literie et linéa de maison	21
0.16	0.25	0.23	0.25	0.29	0.33	Menus articles	22
0.10	0.13	0.13	0.21	0.39	0.30	Porcelaine et verrerie	23
0.18	0.22	0.26	0.31	0.23	0.20	Revêtements de plancher	24
0.19	0.21	0.21	0.23	0.23	0.27	Tentures, rideaux et housse	25
0.12	0.14	0.13	0.18	0.32	0.38	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'aménagement pour la maison	26
0.23	0.27	0.26	0.28	0.26	0.23	Meubles	27
0.68	0.76	0.67	0.66	0.71	0.70	Gros appareils ménagers	28
0.24	0.35	0.26	0.32	0.54	0.51	Télévision, radio et musique	29
0.17	0.17	0.19	0.24	0.47	0.40	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
0.18	0.16	0.19	0.21	0.26	0.27	Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.	31
0.36	0.34	0.37	0.36	0.36	0.27	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
0.14	0.17	0.14	0.21	0.52	0.52	Bijouterie	33
0.17	0.17	0.22	0.37	0.64	0.81	Jouets et jeux	34
0.18	0.16	0.13	0.17	0.34	0.35	Articles de sport et valises	35
0.22	0.22	0.17	0.26	0.46	0.58	Papeterie, livres et revues	36
0.36	0.28	0.41	0.41	0.38	0.44	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
10.08	41.66	41.37	51.72	115.67	32.62	Repas et casse-croûtes	38
1.71	1.83	2.25	2.72	2.36	2.52	Services et travaux de réparation	39
0.44	0.45	0.41	0.39	0.77	0.75	Tous autres rayons	40
0.26	0.28	0.26	0.32	0.48	0.49	TOTAL, TOUS RAYONS	41

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

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

Month Mois	1982	1983	1984	Change from previous month	Change 1984/1983			
				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1984/1983			
thousands of dollars milliers de dollars								
per cent pourcentage								
January - Janvier	1,624,889	1,666,708	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	1,893,508	+ 5.2	+ 11.2			
December - Décembre	1,755,331	1,887,032	2,152,790	+ 13.7	+ 14.1			

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

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

TABLE 29. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Seasonally Adjusted, Canada, 1982-1984

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

Month Mois	1982	1983	1984	Change from previous month	Change 1984/1983			
				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1984/1983			
millions of dollars millions de dollars								
per cent pourcentage								
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	+ 0.8	+ 10.2			
October - Octobre	1,569.0	1,649.0	1,819.0	+ 1.2	+ 10.3			
November - Novembre	1,571.0	1,659.0	1,849.0 <sup>r</sup>	+ 1.6 <sup>r</sup>	+ 11.5 <sup>r</sup>			
December - Décembre	1,550.0	1,668.0	1,895.0 <sup>p</sup>	+ 2.5 <sup>p</sup>	+ 13.6 <sup>p</sup>			

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

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

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 and 1985

Department No.	Sales - Combined Seasonal and Trading Day Factors			
	Ventes - Coefficients combinés de correction des variations saisonnières et des jours commerciaux			
	MCD in December MDC en Décembre	November <sup>F</sup> Novembre <sup>F</sup>	December <sup>P</sup> Décembre <sup>P</sup>	January(1) 1985 Janvier(1) 1985
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5	107.62	142.76	54.83
2 Women's and misses' coats and suits	8	161.48	139.43	82.49
3 Women's and misses' sportswear	4	114.39	144.26	61.07
4 Furs	12	217.07	230.72	162.74
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	5	117.24	151.41	73.89
6 Girls' and teenage girls' wear	5	123.11	148.44	50.53
7 Lingerie and women's sleepwear	4	146.12	244.64	57.57
8 Intimate apparel	4	106.03	137.24	79.37
9 Millinery	8	210.40	239.58	78.31
10 Women's and girls' hosiery	4	122.41	158.37	80.16
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4	158.74	240.37	58.96
12 Women's, misses' and children's footwear	5	134.94	128.33	60.22
13 Men's clothing	4	148.82	193.02	62.58
14 Men's furnishings	5	148.52	250.00	55.95
15 Boys' clothing and furnishings	6	125.45	181.63	64.43
16 Men's and boys' footwear	6	136.15	154.67	59.44
17 Food and kindred products	4	125.25	136.14	85.69
18 Toiletries, cosmetics and drugs	2	118.12	220.88	77.94
19 Photographic equipment and supplies	4	120.13	228.73	70.10
20 Piece goods	6	123.92	99.01	85.73
21 Linens and domestics	3	109.94	156.53	108.76
22 Smallwares and notions	4	125.65	147.47	107.55
23 China and glassware	5	146.50	265.97	60.99
24 Floor coverings	6	123.82	97.88	85.07
25 Draperies, curtains and furniture coverings	4	115.82	113.28	72.59
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	145.30	229.43	75.39
27 Furniture	5	103.26	96.06	95.79
28 Major appliances	5	110.83	110.38	92.10
29 Television, radio and music	5	133.24	200.22	86.91
30 Housewares and small electrical appliances	3	126.78	217.44	68.85
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	4	106.89	135.39	70.97
32 Plumbing, heating and building materials	5	104.62	105.34	74.38
33 Jewellery	3	136.03	298.45	49.02
34 Toys and games	4	222.60	353.86	37.78
35 Sporting goods and luggage	3	105.80	185.25	68.56
36 Stationery, books and magazines	4	134.23	236.40	70.46
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	6	128.95	129.45	85.56
38 Meals and lunches	3	116.25	146.39	89.30
39 Repairs and services	6	139.53	123.98	87.91
40 All other departments	5	103.85	166.35	71.96
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	3	128.05	177.60	69.40

(1) Seasonal and trading day factors projected for the next month. For more details, see the "seasonal adjustment" section in the appendix IV (on page 47).

(2) Seasonal factors projected for the next month. For more details, see the "seasonal adjustment" section in the appendix IV (on page 47).

TABLEAU 30. Ventes et stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1984 et 1985

Stocks - Seasonal Factors

Stocks - Coefficients de correction des variations saisonnières

MDC in December	November <sup>F</sup>	December <sup>P</sup>	January(2) 1985	Rayon	No
				MDC en Décembre	
4	116.35	86.86	87.85	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	1
4	126.38	86.43	78.54	Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	2
3	117.28	85.09	83.90	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
5	121.17	107.19	96.28	Fourrures	4
4	104.90	96.70	81.15	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
4	114.10	75.81	71.62	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
4	144.32	83.39	82.30	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3	115.26	104.96	106.43	Sous-vêtements	8
5	184.34	161.29	100.78	Chapeaux	9
4	112.52	94.89	88.73	Bags pour dames et fillettes	10
3	138.16	90.22	87.53	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
3	101.55	90.89	84.16	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
4	121.70	96.28	74.27	Vêtements pour hommes	13
3	126.33	92.19	93.59	Articles d'habillement pour hommes	14
4	112.07	85.16	89.54	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
4	107.88	89.58	87.35	Chaussures pour hommes et garçons	16
...	...	...	...	Produits alimentaires et connexes	17
4	125.99	94.84	107.44	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
4	111.69	85.78	97.60	Appareils et fournitures photographiques	19
4	103.25	101.27	87.91	Tissus à la pièce	20
3	106.52	104.13	92.32	Literie et linge de maison	21
4	95.19	105.06	88.83	Menus articles	22
3	111.82	113.20	87.02	Porcelaine et verrerie	23
3	93.47	107.71	96.01	Revêtements de plancher	24
3	100.11	101.44	100.04	Tentures, rideaux et housses	25
4	111.82	87.90	88.87	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'aménagement pour la maison	26
3	94.67	114.33	94.44	Meubles	27
4	111.39	111.50	100.12	Gros appareils ménagers	28
3	115.07	99.89	93.56	Télévision, radio et musique	29
3	116.08	90.51	98.14	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
4	101.02	98.61	87.80	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
5	104.17	121.01	101.75	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
3	120.25	90.71	96.93	Bijouterie	33
4	139.65	70.06	84.10	Jouets et jeux	34
4	112.15	91.20	79.74	Articles de sport et valises	35
3	120.28	84.33	89.59	Papeterie, livres et revues	36
5	104.38	118.84	93.46	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
...	...	...	...	Repas et casse-croûtes	38
3	107.82	100.68	102.17	Services et travaux de réparation	39
3	127.60	85.57	78.54	Tous autres rayons	40
3	115.39	93.85	90.10	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Prévision des coefficients combinés de correction des variations saisonnières et des jours commerciaux. Pour plus de détails, consulter la section "désaisonnalisation" de l'appendice IV (à la page 47).

(2) Prévision des coefficients combinés de correction des variations saisonnières. Pour plus de détails, consulter la section "désaisonnalisation" de l'appendice IV (à la page 47).

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

### DEFINITIONS

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

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

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

## 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 listeage incomplet et d'une couverture insuffisante de la population visée.

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

**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 as the percentage of the published data which is based upon actual reported data submitted by department stores. For example,

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 réponse constitue le pourcentage des données publiées qui sont fondées sur des renseignements effectivement déclarés par les grands magasins.

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.

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  
December**

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

	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	98.2	91.3	99.8
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	50.0	87.9
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	40.9	62.2
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	84.6	99.7

## SEASONAL ADJUSTMENT

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

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

The X-11 part of the X-11-ARIMA program uses primarily the ratio-to-moving average method to smooth the modified series and obtain a preliminary estimate of the trend-cycle, to calculate the ratios of the original series (fitted) to the estimates of the trend-cycle and to estimate the seasonal factors from these ratios. The final seasonal factors are produced only after these operations have been repeated several times.(3) These procedures, used to 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 Dagum, Statistics Canada, Catalogue 12-564E, Occasional.

(3) See next page.

## DÉSaisonNALISATION

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

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

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

(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

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.

A 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 inter-

(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.

(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.

polative 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'explicites 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 coté 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'agrégner les données visées et de les présenter sous une forme moins détaillée mais qui respecte la consigne de confidentialité. Par exemple dans bien des cas, les données relatives aux Territoires du Nord-Ouest et du Yukon sont incluses avec celles de la Colombie-Britannique.

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

(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	220.5	1,254,727	+ 10.2	569,037	+ 7.5
December - Décembre	218.0	1,718,033	- 0.8	788,089	- 2.8
Year - Année	218.7	11,384,692	+ 4.2	5,204,674	+ 1.6

## 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)  
Rohinson, 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.

**Catalogue**

**63-603 Men's Retail Clothing Stores,** 1981

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

**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.

**Catalogue**

**63-603 Magasins de vêtements pour hommes,** 1981

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

**Catalogue**

- 63-607 Retail Drug Stores, 1981  
 63-608 Retail Florists, 1981  
 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**

- 63-607 Pharmacies au détail, 1981  
 63-608 Fleuristes détaillants, 1981  
 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



1010737171

Canada