

C3

Catalogue 63-002 Monthly

Catalogue 63-002 Mensuel

STATISTICS STATISTIQUES
CANADA CANADA

APR 23 1985

LIBRARY
BIBLIOTHÈQUE

Department store sales and stocks

January 1985

Ventes et stocks des grands magasins

Janvier 1985



Statistics Canada Statistique Canada

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

Comment commander les publications

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

Statistics Canada

Merchandising and Services Division
Retail Trade Section

Department store sales and stocks

January 1985

Statistique Canada

Division du commerce et des services
Section du commerce de détail

Ventes et stocks des grands magasins

Janvier 1985

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

© Minister of Supply
and Services Canada 1985

April 1985
5-3406-503

Price: Canada, \$13.00, \$130.00 a year
Other Countries, \$14.00, \$140.00 a year

Payment to be made in Canadian Funds or Equivalent

Catalogue 63-002, Vol. 50, No. 1

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par
le ministre des Approvisionnements et
Services Canada

© Ministre des Approvisionnements
et Services Canada 1985

Avril 1985
5-3406-503

Prix: Canada, \$13.00, \$130.00 par année
Autres pays, \$14.00, \$140.00 par année

Paiement en dollars canadiens ou l'équivalent

Catalogue 63-002, vol. 50, n° 1

ISSN 0380-7045

Ottawa

SYMBOLS

The following standard symbols are used in Statistics Canada publications:

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

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

A NOTE ON CANSIM

Some current historical statistics on Department Store Sales and Stocks (Matrix No. 112), as well as many other series, are available to the public from Statistics Canada's computerized data bank CANSIM (Canadian Socio-Economic Information Management System) via terminal, on computer printouts, or in machine readable form. For further information contact the CANSIM staff, Current Economic Analysis Division, Statistics Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (telephone 613-990-8200), 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
- . L.M. Kwilecki, Economists
- . J. Brunette, Unit Head

SIGNES CONVENTIONNELS

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

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

NOTA

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

NOTE AU SUJET DE CANSIM

La banque de données informatisées de Statistique Canada CANSIM (Système canadien d'information socio-économique) fournit au public certaines statistiques actuelles et historiques sur les ventes et stocks des grands magasins (matrice n° 112) et sur de nombreuses autres séries, par le biais d'un terminal, d'imprimés d'ordinateur ou de supports sous une forme lisible par une machine. Pour plus de renseignements, s'adresser au personnel de CANSIM, Division de l'analyse de conjoncture, Statistique Canada, Ottawa, K1A 0Z8 (téléphone 613-990-8200), ou aux conseillers régionaux des bureaux de Statistique Canada situés à travers le Canada.

Cette publication a été rédigée sous la direction de:

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

TABLE OF CONTENTS

	Page
Introduction	vii
Charts	
1. Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985	viii
2. Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985	viii
3. Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1983-1985	ix
4. Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1983-1985	x
5. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1983-1985	x
6. Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization	xi
Highlights	xiii
Table	
1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1984 and 1985	2
2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1984 and 1985	4
3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985	6
4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	6
5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985	8
6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	8

TABLE DES MATIÈRES

	Page
Introduction	vii
Graphiques	
1. Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1983-1985	viii
2. Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1983-1985	viii
3. Ventes des grands magasins et commerce de détail Total, par mois, Canada, 1983-1985	ix
4. Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1983-1985	x
5. Montant à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985	x
6. Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisation	xi
Points saillants	xiii
Tableau	
1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	2
2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaisonnalisées, par rayon, Canada, 1984 et 1985	4
3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1984 et 1985	6
4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	6
5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985	8
6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	8

TABLE OF CONTENTS - *Continued*

Table	Page
7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985	10
8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	10
9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985	12
10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	12
11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985	14
12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	14
13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985	16
14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	16
15. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1984 and 1985	18
16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985	19
17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	19
18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985	20
19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	20
20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985	21
21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985	21

TABLE DES MATIÈRES - *suite*

Tableau	Page
7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985	10
8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	10
9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1984 et 1985	12
10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	12
11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985	14
12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	14
13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985	16
14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	16
15. Ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	18
16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1984 et 1985	19
17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	19
18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985	20
19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	20
20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985	21
21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985	21

TABLE OF CONTENTS - Concluded

Table	Page
22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1983-1985	22
23. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1983-1985	23
24. Department Store Monthly Stocks, by Department, Canada, 1984 and 1985	24
25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1984 and 1985	26
26. Department Store Monthly Stock-Sales Ratios, by Department, Canada, 1984 and 1985	28
27. Department Store Monthly Sales-Stock Ratios, by Department, 1984 and 1985	30
28. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Unadjusted, Canada, 1983-1985	32
29. Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985	32
30. Department Store Sales and Stocks, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1984 and 1985	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

Department Store Commodity Reference List	59
---	----

TABLE DES MATIÈRES - fin

Tableau	Page
22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1983-1985	22
23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1983-1985	23
24. Stocks mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	24
25. Stocks mensuels des grands magasins, désaisonnalisés, par rayon, Canada, 1984 et 1985	26
26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	28
27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985	30
28. Montants à recevoir, non désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985	32
29. Montants à recevoir, désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985	32
30. Ventes et stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1984 et 1985	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	
Répertoire des marchandises des grands magasins	59



INTRODUCTION

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

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

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

INTRODUCTION

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

Aux fins de cette publication, seules les activités des "locaux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division du commerce et des services. (Le recensement mesure également les activités des "établissements", toutefois cette unité d'observation n'est pas utilisée dans l'enquête mensuelle sur les grands magasins.) En vertu de la notion de "points de vente", les données sur les grands magasins présentées dans cette publication ne tiennent pas compte d'autres genres de commerce auxquels peuvent s'adonner les firmes déclarantes. Ainsi, les points de vente qui ne répondent pas à la définition des grands magasins sont attribués à la catégorie commerciale qui convient le mieux aux diverses marchandises offertes; à titre d'exemple, les bureaux de vente par catalogue des sociétés de grands magasins sont classés dans le genre de commerce "magasins de marchandises diverses".

Les affaires réalisées par les concessions établies dans les grands magasins sont, aux fins de la présente publication, considérées comme partie des affaires globales du magasin où sont établies les concessions. Cependant, les ventes d'un important rayon (ou magasin) d'alimentation associé ne seront incluses que si le rayon ou magasin fait partie intégrante de l'exploitation générale du grand magasin et n'est pas connu du public sous un nom différent de celui du grand magasin auquel il est associé. Cette méthode se justifie du fait que les spécialistes des études de marché et les urbanistes considèrent comme un tout le grand magasin (qui constitue le plus important genre de grande surface au Canada) et les rayons de concessions; autrement dit, le grand magasin se présente sur le marché comme un établissement unique et non comme un regroupement de petits magasins.

Chart — 1

Graphique — 1

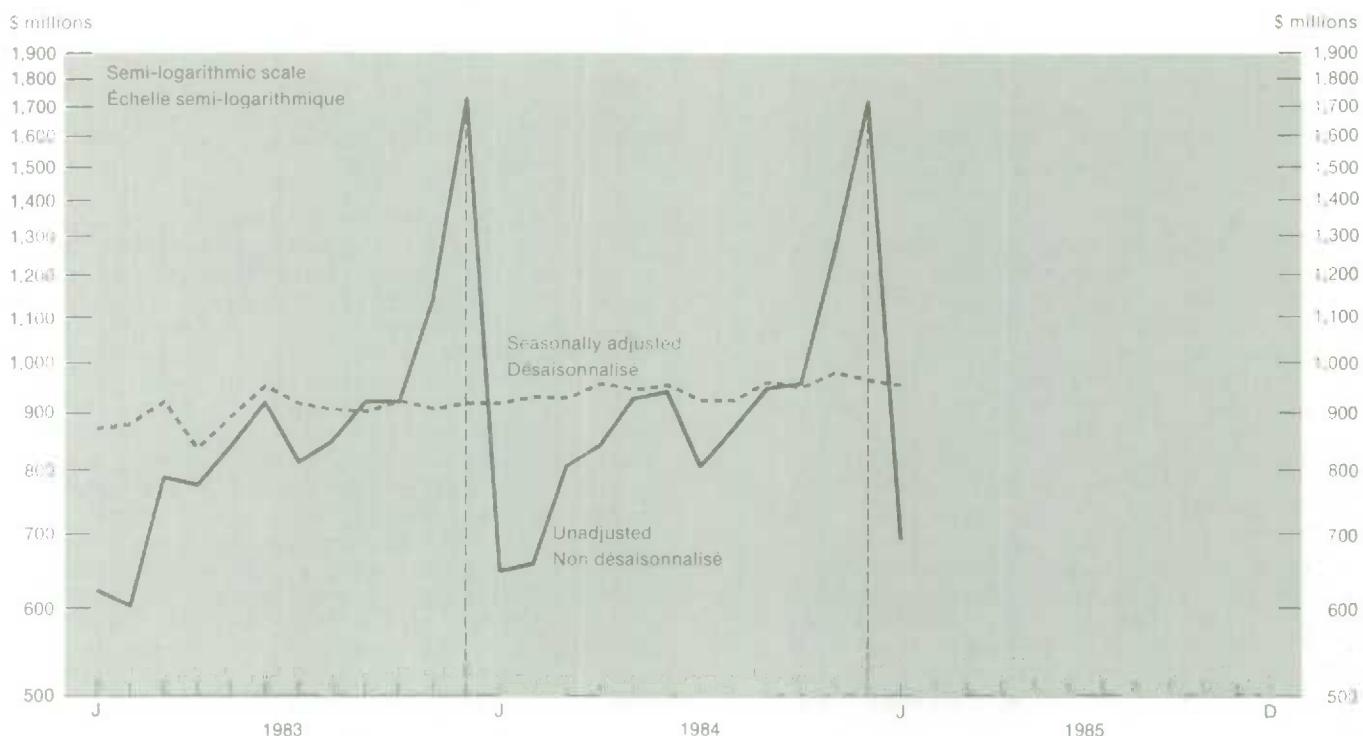
Department Store Sales, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985**Ventes des grands magasins, par mois, non désaisonnalisées et désaisonnalisées, Canada, 1983-1985**

Chart — 2

Graphique — 2

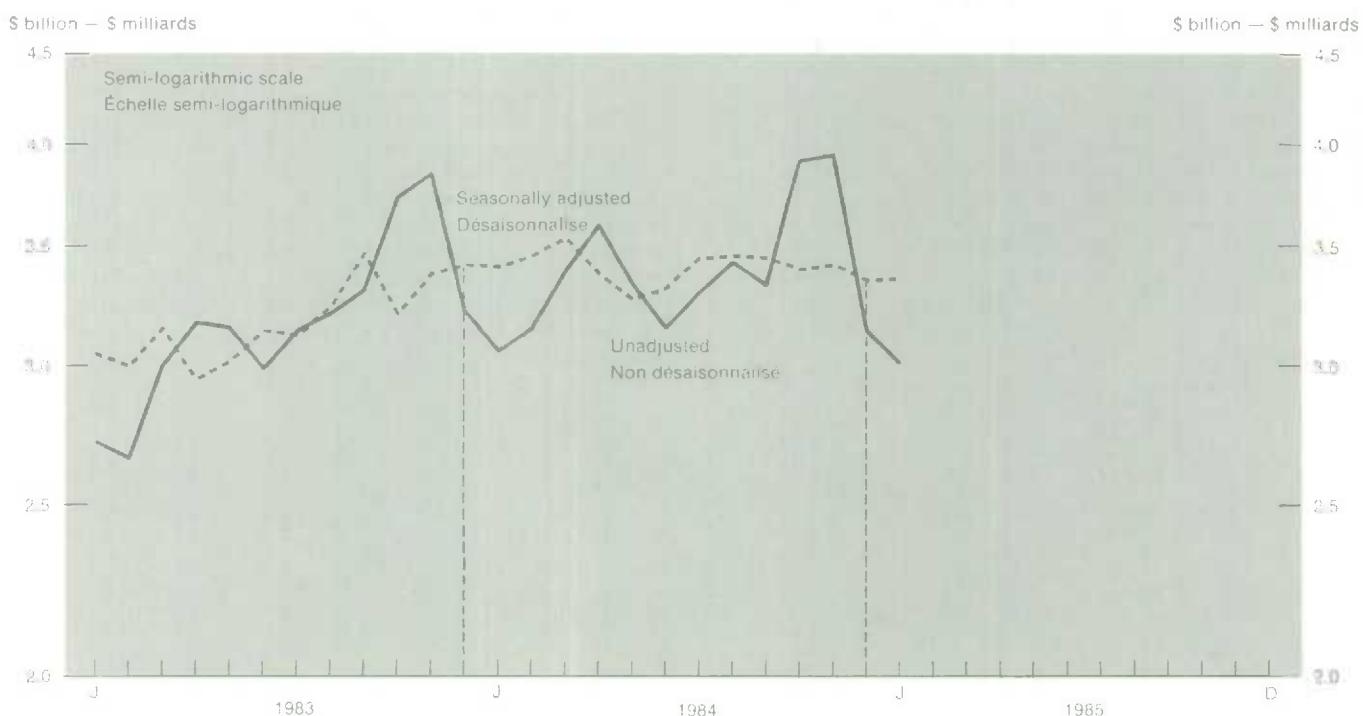
Department Store Stocks, by Month, Unadjusted and Seasonally Adjusted, Canada, 1983-1985**Stocks des grands magasins, par mois, non désaisonnalisés et désaisonnalisés, Canada, 1983-1985**

Chart — 3

Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1983-1985

Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1983-1985

Graphique — 3

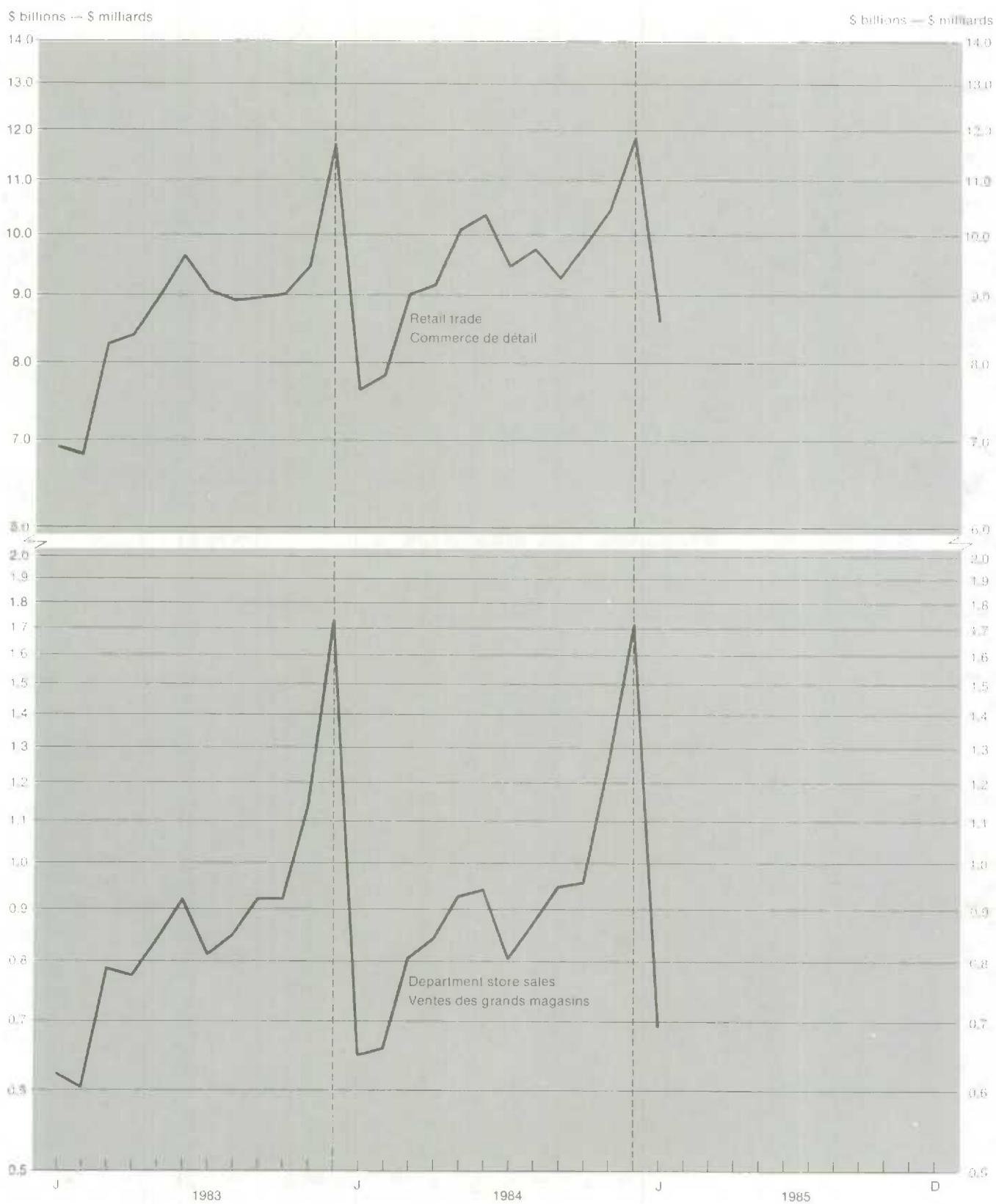


Chart — 4

Graphique — 4

Department Store Sales, Current and Constant (1971) Dollar Estimates, 1983-1985

Ventes des grands magasins, estimations en dollars courants et constants (1971), 1983-1985

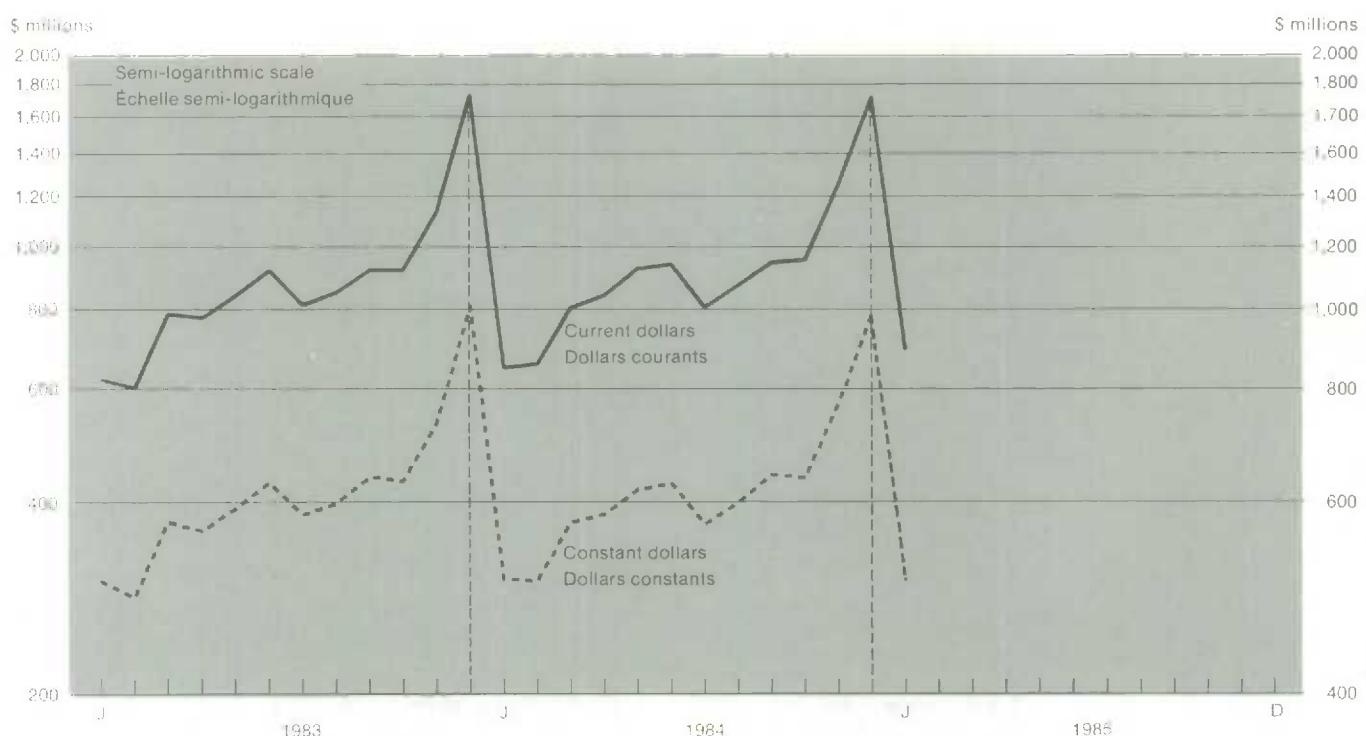


Chart — 5

Graphique — 5

Department Stores' Month-End Accounts Receivable, Canada, 1983-1985

Montant à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985

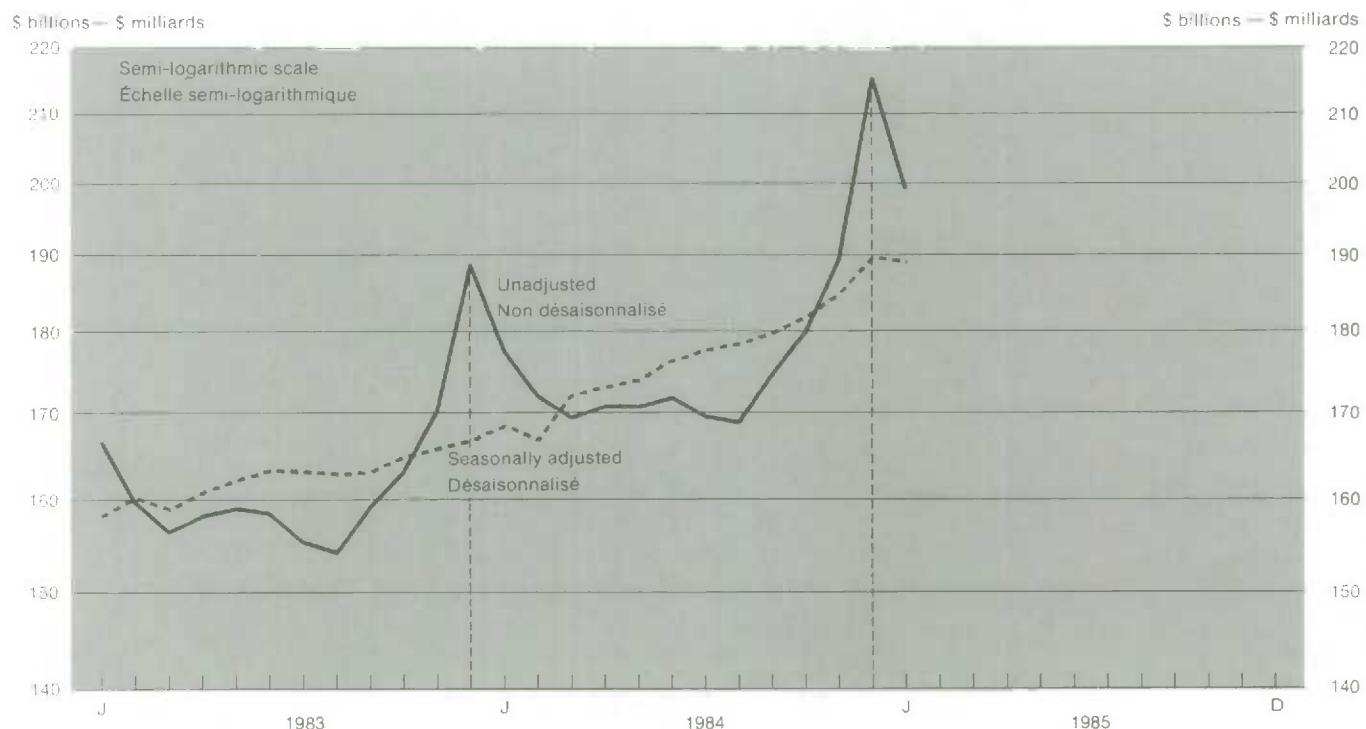


Chart — 6

Graphique — 6

Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization

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

\$ millions

280 —

January — Janvier
1984, 1985

\$ millions

80 —

240 —

200 —

160 —

120 —

80 —

40 —

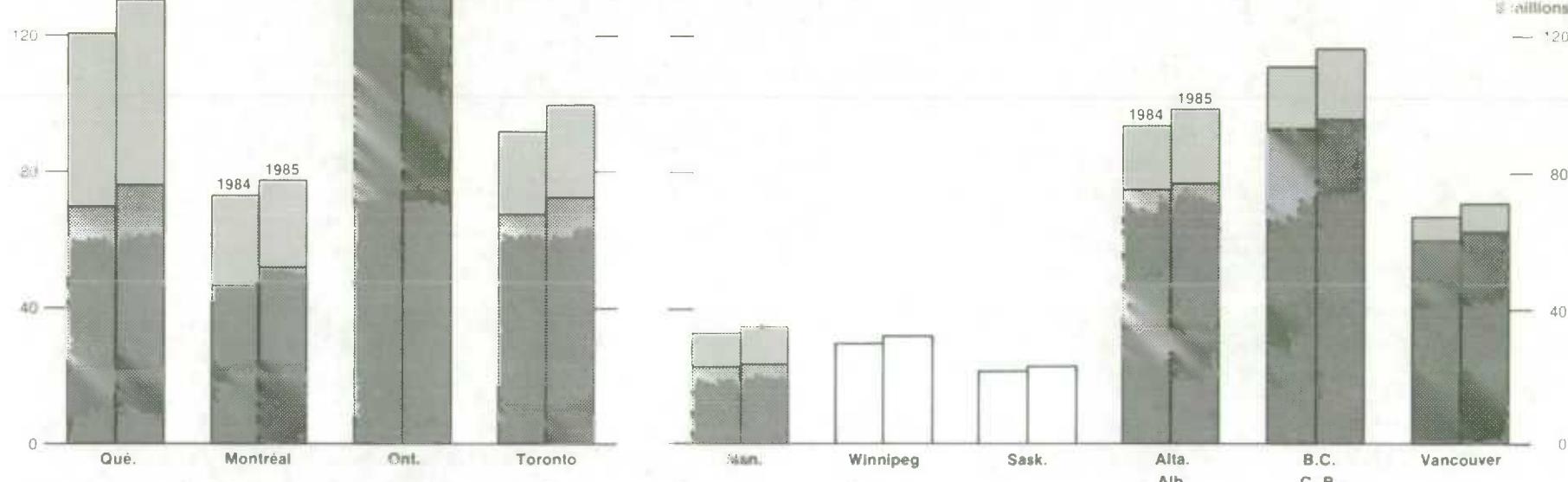
0 —

40 —

0 —

Legend — Légende

Sales⁽¹⁾
Ventes⁽¹⁾



(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 Adjusted for seasonal variations and the number of trading days, total department store sales in January 1985 decreased 1.1% to \$954.6 million from the revised December 1984 level of \$965.4 million. Among the 20 departments recording lower sales, the largest decreases were reported in lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings (- 14.7%), gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies (- 13.2%) and floor coverings (- 12.5%). The most notable gains were recorded in toys and games (+ 21.2%), millinery (+ 17.4%) and repairs and services (+ 11.6%).

Unadjusted Sales

- o In January 1985, unadjusted sales of department stores totalled \$692.7 million, up 6.7% over the January 1984 level. Sales were higher in 31 of the 40 departments, with the largest increases being reported in hardware, paints, wallpaper, etc. (+ 28.2%), repairs and services (+ 23.9%) and toys and games (+ 23.5%). The most notable decreases were recorded in piece goods (- 23.2%), gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies (- 18.8%) and plumbing, heating and building materials (- 13.9%). All provinces reported sales increases with advances ranging from 14.6% in Nova Scotia to 4.7% in British Columbia. Of the 10 metropolitan areas surveyed, only Quebec City reported lower sales (- 1.6%) in comparison with the previous year, while the remaining metropolitan areas registered sales increases ranging from 19.5% in Halifax-Dartmouth to 2.9% in Edmonton.
- o Sales by major department stores in January 1985 reached \$453.7 million, up 4.7% from the corresponding month last year, while junior department stores had sales of \$239.0 million, up 10.6% over the same period.
- o Department store sales constituted 8.0% of total retail trade in Canada in January 1985, a notable decline from the 8.5% share held in January 1984.

POINTS SAILLANTS

Ventes désaisonnalisées

- o Les ventes des grands magasins, corrigées en fonction des variations saisonnières et du nombre de journées d'affaires, ont diminué de 1.1% en janvier 1985 en regard de l'estimation révisée de décembre 1984 de \$965.4 millions pour ainsi s'établir à \$954.6 millions. Des 20 rayons à avoir enregistré des ventes inférieures par rapport au mois précédent, on a constaté les baisses les plus marquées pour les rayons de lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison (- 14.7%), d'essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures (- 13.2%) et de revêtements de plancher (- 12.5%). Les hausses les plus fortes ont été signalées par les rayons de jouets et jeux (+ 21.2%), de chapeaux (+ 17.4%) et de services et travaux de réparation (+ 11.6%).

Ventes non désaisonnalisées

- o Les ventes non désaisonnalisées des grands magasins ont totalisé \$692.7 millions en janvier 1985, soit 6.7% de plus qu'en janvier 1984. Les ventes se sont accrues dans 31 des 40 rayons parmi lesquels les hausses les plus marquées ont été signalées par les rayons de quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc. (+ 28.2%), de services et travaux de réparation (+ 23.9%) et de jouets et jeux (+ 23.5%). Les baisses les plus notables ont été indiquées par les rayons de tissus à la pièce (- 23.2%), d'essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures (- 18.8%) et du matériel de plomberie, chauffage et construction (- 13.9%). Toutes les provinces ont signalé des gains variant de 14.6% en Nouvelle-Écosse à 4.7% en Colombie-Britannique. Des dix régions métropolitaines enquêtées seulement Québec a signalé une baisse des ventes de 1.6% Les hausses des ventes ont varié de 19.5% à Halifax-Dartmouth à 2.9% à Edmonton.
- o Les ventes attribuables aux sociétés de grands magasins traditionnels, en janvier 1985, ont totalisé \$453.7 millions, soit une augmentation de 4.7% par rapport au mois correspondant un an plus tôt. Les sociétés de grands magasins populaires, pour leur part, ont enregistré des ventes s'élevant à \$239.0 millions, soit une hausse de 10.6% par rapport au mois de janvier 1984.
- o Les ventes totales des grands magasins ont représenté, à elles seules, 8.0% de l'ensemble du commerce de détail au Canada en janvier 1985, il s'agit d'une notable baisse comparativement à la part de 8.5% détenue en janvier 1984.

o In January 1985, there were 798 retail locations operated by department store organizations, seven less than in December 1984 and two less than in January 1984. Of this total number, 323 locations were operated by major department store organizations and 475 by junior department store organizations. The decrease in the number of stores operated in January 1985 in comparison with the previous month was due to the reclassification of seven department stores to other kinds of business.

Stocks

o The unadjusted selling value of inventories held by department stores in January 1985 was \$3,014.1 million, down 1.4% from the same month a year earlier. Seasonally adjusted, department store stocks totalled \$3,358.9 million in January 1985, up 0.3% from the previous month's revised value of \$3,347.2 million.

o En janvier 1985, on a dénombré 798 points de vente exploités par les sociétés de grands magasins, soit sept de moins qu'en décembre 1984 et deux de moins qu'en janvier 1984. De ce total, 323 ont été exploités par les sociétés de grands magasins traditionnels et 475 par les sociétés de grands magasins populaires. Le nombre de points de vente en exploitation a diminué en janvier 1985 par rapport au mois précédent à cause de la reclassification de sept magasins à d'autres genres de commerce.

Stocks

o La valeur marchande, non désaisonnalisée, des stocks détenus en janvier 1985 a diminué de 1.4% par rapport au mois correspondant de l'année dernière pour s'établir à \$3,014.1 millions. La valeur désaisonnalisée des stocks a, quant à elle, connue une augmentation de 0.3% par rapport au mois précédent (\$3,374.2 millions - chiffre révisé) et s'est chiffrée à \$3,358.9 millions en janvier 1985.

Statistical Tables

Tableaux statistiques

TABLE 1. Department Store Monthly Sales, by Department, Canada, 1984 and 1985

Department No.	1985		1984					
	January	January	February	March	April	May	June	
	Jenvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	
thousands of dollars milliers de dollars								
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	8,874	8,375	10,406	13,665	16,844	19,286	19,888	
2 Women's and misses' coats and suits	13,173	12,756	14,375	18,288	16,828	10,534	7,793	
3 Women's and misses' sportswear	33,168	31,950	37,338	48,982	50,416	60,068	63,841	
4 Furs	5,132	5,201	2,564	2,049	700	493	481	
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	18,395	17,560	17,322	21,806	25,779	21,083	23,512	
6 Girls' and teenage girls' wear	8,782	7,714	10,655	15,635	15,836	15,633	15,645	
7 Lingerie and women's sleepwear	11,854	11,154	12,591	15,397	15,880	19,313	19,087	
8 Intimate apparel	9,084	8,251	8,141	10,711	10,621	11,213	12,091	
9 Millinery	1,561	1,340	1,004	1,138	1,488	1,254	1,237	
10 Women's and girls' hosiery	8,568	8,297	8,254	10,869	11,074	10,962	9,296	
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	10,190	9,054	8,792	12,510	13,928	15,429	13,606	
12 Women's, misses' and children's footwear	15,400	14,232	15,297	22,432	27,642	25,678	25,178	
13 Men's clothing	23,439	21,676	22,984	32,618	33,525	34,572	41,496	
14 Men's furnishings	26,340	24,848	26,576	37,241	37,990	40,916	58,400	
15 Boys' clothing and furnishings	7,733	7,193	7,790	7,779	7,872	7,680	7,117	
16 Men's and boys' footwear	40,586	38,733	38,875	54,211	58,146	58,722	58,786	
17 Food and related products	51,463	48,658	55,452	51,739	59,139	64,641	64,729	
18 Toiletries, cosmetics and drugs	44,216	39,382	40,794	47,069	45,950	48,677	45,681	
19 Photographic equipment and supplies	8,703	9,357	8,779	9,687	9,610	11,290	13,644	
20 Piece goods	2,811	3,661	3,708	4,441	3,605	4,050	3,558	
21 Linens and domestics	31,419	28,974	16,292	22,485	22,099	27,669	28,501	
22 Smallwares and notions	9,279	8,724	6,672	8,092	7,012	6,889	6,424	
23 China and glassware	7,214	6,355	8,525	9,984	8,457	12,938	10,129	
24 Floor coverings	8,858	9,787	9,703	12,514	12,374	11,857	11,254	
25 Draperies, curtains and furniture coverings	9,912	10,217	11,322	14,234	15,239	16,624	15,888	
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	5,574	6,126	5,822	7,141	7,151	7,527	6,677	
27 Furniture	42,748	37,999	33,630	42,302	41,740	51,428	49,919	
28 Major appliances	39,968	37,198	33,120	41,304	39,477	44,187	50,905	
29 Television, radio and music	32,854	33,133	30,911	39,251	32,923	33,221	32,218	
30 Housewares and small electrical appliances	25,546	23,469	28,562	25,904	28,731	33,348	34,990	
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	20,909	16,312	16,417	22,192	26,323	38,015	35,462	
32 Plumbing, heating and building materials	6,881	7,988	7,704	9,049	11,218	12,535	14,602	
33 Jewellery	10,837	10,284	12,364	16,434	16,769	20,863	19,195	
34 Toys and games	12,558	10,169	12,520	16,360	17,508	18,307	17,069	
35 Sporting goods and luggage	18,873	17,090	14,351	19,504	25,953	31,656	34,251	
36 Stationery, books and magazines	22,155	20,198	22,196	23,995	23,487	26,802	25,552	
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	11,912	14,674	14,249	15,488	17,293	17,889	17,778	
38 Meals and lunches	19,390	19,202	18,292	21,864	20,360	20,934	21,381	
39 Repairs and services	10,907	8,804	8,461	10,191	9,550	10,366	10,037	
40 All other departments	24,821	23,049	21,525	26,970	32,814	42,287	38,446	
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	692,671	649,360	659,335	806,713	842,716	927,771	941,318	

TABLEAU 1. Ventes mensuelles des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1985							Change	Rayon
July	August	September	October	November	December	January 1985/1984	Variation	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier 1985/1984		N°
thousands of dollars							per cent	
milliers de dollars							pourcentage	
14,522	16,621	15,554	16,504	17,087	22,861	+ 6.0	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	1
7,104	15,806	20,945	27,114	28,231	23,212	+ 3.3	Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	2
45,797	51,039	65,818	56,324	64,261	78,306	+ 3.8	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
1,150	1,787	3,466	5,576	9,117	7,821	- 1.3	Fourrures	4
18,914	27,271	25,941	26,928	29,022	36,949	+ 4.8	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
11,906	26,263	19,170	15,499	22,449	23,728	+ 13.8	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
15,958	15,540	17,733	18,540	29,722	49,059	+ 6.3	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
10,172	10,581	11,863	10,002	11,574	15,173	+ 10.1	Sous-vêtements	8
1,135	1,141	1,856	2,791	4,274	4,019	+ 16.5	Chapeaux	9
6,472	8,043	12,564	11,773	12,867	16,275	+ 3.3	Bes pour dames et fillettes	10
10,026	11,403	17,073	17,954	28,747	41,174	+ 12.5	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
18,071	24,655	31,884	30,109	34,487	32,242	+ 8.2	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
33,444	32,749	43,034	41,513	62,375	81,881	+ 8.1	Vêtements pour hommes	13
34,194	34,681	44,467	42,954	72,159	118,928	+ 6.0	Articles d'habillement pour hommes	14
34,320	20,373	13,507	13,155	17,225	24,637	+ 8.2	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
12,460	14,735	17,159	16,796	22,542	26,138	+ 16.5	Chaussures pour hommes et garçons	16
11,810	60,196	54,037	59,673	79,449	87,061	+ 7.2	Produits alimentaires et connexes	17
14,650	46,479	49,142	52,032	68,206	127,149	+ 12.3	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
12,549	13,466	11,845	11,454	15,605	29,610	- 7.0	Appareils et fournitures photographiques	19
3,227	3,844	4,252	4,637	4,706	3,610	- 23.2	Tissus à la pièce	20
30,575	29,949	32,027	27,767	33,936	46,244	+ 8.4	Literie et linge de maison	21
6,816	7,085	10,447	9,818	10,648	12,777	+ 6.4	Meubles articles	22
10,287	9,364	11,734	11,702	20,217	37,355	+ 13.5	Porcelaine et verrerie	23
11,678	10,763	12,409	14,103	16,105	11,964	- 9.5	Rovêtements de plancher	24
15,374	13,947	15,572	15,973	17,669	17,066	- 3.0	Tentures, rideaux et housse	25
7,507	7,173	8,348	8,472	13,052	20,595	- 9.0	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'aménagement pour la maison	26
51,855	40,222	44,761	45,249	47,935	43,256	+ 12.5	Meubles	27
47,592	43,551	46,894	46,141	52,106	54,887	+ 7.4	Gros appareils ménagers	28
35,403	37,168	53,322	43,418	57,909	89,117	- 0.8	Télévision, radio et musique	29
32,448	33,048	31,929	35,824	47,466	80,865	+ 8.8	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
27,097	24,769	22,215	26,691	29,640	35,481	+ 28.2	Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.	31
11,206	9,795	9,344	10,641	10,643	11,457	- 13.9	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
16,208	16,960	20,798	18,123	29,904	67,721	+ 5.4	bijouterie	33
17,857	17,851	20,524	31,589	62,102	91,546	+ 23.5	Jouets et jeux	34
29,202	24,148	20,763	19,267	28,021	47,906	+ 10.4	Articles de sport et valises	35
23,297	33,902	32,212	25,048	43,606	74,280	+ 9.7	Papeterie, livres et revues	36
14,856	17,439	13,693	19,868	20,970	21,905	- 18.8	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
20,089	21,550	20,789	22,172	26,172	32,678	+ 1.0	Repas et cause-croûtes	38
9,417	9,752	10,039	12,167	15,855	13,701	+ 23.9	Services et travaux de réparation	39
30,197	27,866	28,737	32,224	36,666	57,399	+ 7.7	Tous autres rayons	40
806,302	872,975	947,867	957,575	1,254,727	1,718,033	+ 6.7	TOTAL, TOUTS RAYONS	41

TABLE 2. Department Store Monthly Sales, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1984 and 1985(1)

Department No.	1985		1984				
	January ^D		January		February	March	April
	Janvier ^D	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
thousands of dollars milliers de dollars							
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	16,156	15,446	15,546	15,267	15,798	15,076	16,284
2 Women's and misses' coats and suits	16,376	16,827	18,502	17,237	18,055	17,820	18,528
3 Women's and misses' sportswear	54,545	53,982	54,189	52,841	53,221	54,001	60,005
4 Furs	3,258	3,356	2,229	2,898	3,053	2,676	2,451
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	24,711	25,029	24,152	24,432	26,296	22,247	24,722
6 Girls' and teenage girls' wear	17,226	15,579	16,449	15,711	16,387	16,556	16,758
7 Lingerie and women's sleepwear	20,367	20,178	20,163	19,913	19,681	20,567	20,597
8 Intimate apparel	11,338	11,079	11,069	10,973	10,937	10,381	10,822
9 Millinery	1,978	1,763	1,677	1,835	2,074	1,935	1,951
10 Women's and girls' hosiery	10,637	10,734	11,175	11,127	11,162	10,967	10,673
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	17,254	16,082	15,655	15,958	16,519	16,719	16,564
12 Women's, misses' and children's footwear	25,986	24,605	26,529	24,395	26,451	24,755	25,214
13 Men's clothing	38,196	35,706	37,162	35,296	37,966	38,366	39,434
14 Men's furnishings	47,765	45,860	47,641	49,415	50,173	48,553	50,381
15 Boys' clothing and furnishings	14,426	15,850	15,811	12,819	13,589	12,692	13,459
16 Men's and boys' footwear	17,563	16,134	16,546	16,430	17,412	16,932	16,393
17 Food and kindred products	61,748	57,270	57,705	54,876	59,673	51,346	58,769
18 Toiletries, cosmetics and drugs	56,799	53,044	52,548	53,249	52,712	50,898	51,234
19 Photographic equipment and supplies	12,632	14,203	13,976	12,559	13,028	13,094	13,030
20 Piece goods	3,456	4,508	4,381	4,110	3,882	3,954	3,908
21 Linens and domestics	29,116	28,170	26,459	27,984	28,214	29,418	28,710
22 Smallwares and notions	8,594	8,501	7,794	8,709	8,475	8,655	8,381
23 China and glassware	12,503	11,184	12,726	12,105	12,032	13,058	12,878
24 Floor coverings	10,534	12,205	11,775	12,408	12,738	11,732	11,647
25 Draperies, curtains and furniture coverings	14,015	14,680	15,723	14,884	15,312	15,145	14,066
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	7,599	8,653	8,641	8,581	9,249	8,936	8,381
27 Furniture	45,130	41,309	42,985	43,415	46,669	45,481	45,678
28 Major appliances	44,648	42,441	44,761	45,222	46,862	44,911	45,065
29 Television, radio and music	39,857	40,820	42,423	43,473	43,361	42,818	42,577
30 Housewares and small electrical appliances	37,116	35,265	36,234	35,127	35,569	35,568	36,552
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	28,491	24,153	24,349	26,379	27,670	27,676	28,374
32 Plumbing, heating and building materials	9,662	11,561	10,694	11,149	11,084	10,521	11,417
33 Jewelry	22,292	22,475	21,910	21,996	22,798	22,878	22,394
34 Toys and games	31,483	28,689	29,324	29,279	28,356	29,905	27,785
35 Sporting goods and luggage	27,024	25,141	25,129	25,619	26,527	26,156	25,881
36 Stationery, books and magazines	31,608	29,782	30,587	30,396	31,038	32,983	30,605
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	14,411	19,019	19,876	17,764	18,451	16,650	16,856
38 Meals and lunches	21,996	22,610	21,892	22,208	22,792	21,962	21,750
39 Repairs and services	12,353	10,295	10,112	10,125	10,487	10,573	10,917
40 All other departments	34,674	33,499	31,290	31,353	32,576	31,761	32,833
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	954,559	926,673	935,595	929,532	958,329	945,853	955,511

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

TABLEAU 2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaaisonalisées, par rayon, Canada, 1984 et 1985(1)

1984							Change - Variation	
July	August	September	October	November	December ^F	January/ December 1985/1984	Rayon	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre ^F	Janvier/ décembre 1985/1984		
thousands of dollars							per cent	
milliers de dollars							pourcentage	
16,090	17,183	16,036	16,990	15,878	16,025	+ 0.8	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	1
16,849	14,757	17,433	16,739	17,483	16,564	- 1.1	Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	2
54,691	53,248	53,362	55,427	56,175	54,216	+ 0.6	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
2,579	2,693	3,537	3,649	4,200	3,347	- 2.7	Fourrures	4
22,828	24,740	24,560	24,456	24,754	24,371	+ 1.4	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
16,321	17,622	17,184	16,355	18,234	15,863	+ 8.6	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
19,863	19,718	19,516	19,608	20,341	20,075	+ 1.5	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
11,107	10,585	11,173	10,907	10,916	11,086	+ 2.3	Sous-vêtements	8
1,973	1,801	2,068	2,046	2,031	1,685	+ 17.4	Chapeaux	9
9,831	10,115	10,682	10,449	10,511	10,290	+ 3.4	Bas pour dames et fillettes	10
16,170	15,094	16,445	16,708	18,110	17,127	+ 0.7	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
24,799	25,131	25,314	25,290	25,557	24,999	+ 2.3	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
30,139	39,171	39,264	39,485	41,913	41,975	- 9.0	Vêtements pour hommes	13
48,949	45,432	48,276	47,158	48,585	47,513	+ 0.5	Articles d'habillement pour hommes	14
73,249	13,373	13,753	13,823	13,733	13,620	+ 3.0	Vêtements et articles d'habillement pour	15
15,171	15,943	15,814	15,731	16,556	15,508	+ 3.8	quiconque	
61,158	59,783	63,428	62,130	63,821	63,822	- 3.8	Chauferons pour dames et garçons	16
53,817	52,180	56,126	54,795	57,741	57,517	- 1.2	Produits alimentaires et cosmétiques	17
13,250	12,974	13,058	13,059	12,990	12,902	- 2.1	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
4,193	3,845	3,764	3,848	3,798	3,594	- 3.8	Appareils et fournitures photographiques	19
31,781	29,245	29,139	27,793	30,869	29,491	- 1.3	Tissus à la pièce	20
8,397	8,149	8,782	8,455	8,475	8,687	- 1.1		
13,111	11,829	12,848	13,518	13,800	13,950	- 10.4	Literie et linge de maison	21
11,377	11,423	12,548	11,641	13,007	12,036	- 12.5	Menus articles	22
14,761	14,285	15,429	15,088	15,255	14,930	- 6.1	Porcelaine et verrerie	23
8,968	8,304	8,764	8,520	8,983	8,904	- 14.7	Revêtements de plancher	24
43,946	40,207	44,345	44,449	46,424	44,966	+ 0.4	Tentures, rideaux et housses	25
42,181	43,250	44,306	42,995	47,015	50,185	- 11.0		
43,534	42,305	46,778	42,187	43,462	44,008	- 9.4		
36,822	36,096	35,806	36,170	37,440	37,211	- 0.3		
28,343	27,217	25,064	26,098	27,728	26,491	+ 7.6		
10,369	9,971	10,272	10,049	10,173	10,706	- 9.7	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
22,646	21,295	21,720	21,530	21,984	22,657	- 1.6	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
28,751	28,929	33,333	30,836	27,899	25,973	+ 21.2	Bijouterie	33
26,219	26,344	25,563	25,667	26,484	25,911	+ 4.5	Jouets et jeux	34
31,586	30,812	31,729	29,993	32,485	31,400	+ 0.7	Articles de sport et valises	35
16,055	17,631	16,551	17,051	16,262	16,604	- 13.2		
11,766	21,590	22,091	22,273	22,514	22,251	- 1.1		
10,430	10,835	11,145	11,170	11,363	11,071	+ 11.6	Papeterie, livres et revues	36
12,132	31,003	33,994	35,356	35,307	34,469	+ 0.6	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
244,198	925,608	961,073	950,071	979,862	965,448	- 1.1	Repas et casse-croûtes	38
							Services et travaux de réparation	39
							Tous autres rayons	40
							TOTAL, TOUS RAYONS	41

(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, 1984 and 1985

Province No.	1985		1984					
	January	January	February	March	April	May	June	
	Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	
thousands of dollars - milliers de dollars								
1 Newfoundland	6,895	6,101	7,136	8,610	10,060	11,207	11,345	
2 Prince Edward Island	4,074	3,732	3,681	4,225	5,160	5,553	6,168	
3 Nova Scotia	18,630	16,261	18,121	21,953	26,951	27,399	28,025	
4 New Brunswick	13,017	12,082	13,215	15,457	19,334	21,096	20,947	
5 Quebec	130,436	120,485	122,314	146,429	162,154	181,928	178,268	
6 Ontario	248,907	231,162	232,293	282,877	303,082	334,986	348,590	
7 Manitoba	34,415	32,501	33,099	44,095	45,415	48,292	49,252	
8 Saskatchewan	22,137	21,100	21,772	27,789	27,420	29,020	29,464	
9 Alberta	98,295	93,561	95,592	116,483	113,327	124,268	124,800	
10 British Columbia	115,866	110,629	110,091	136,013	127,668	141,495	141,559	
11 Yukon and Northwest Territories	-	1,745	2,021	2,782	2,145	2,526	2,901	
12 CANADA	692,671	649,360	659,335	806,713	842,716	927,771	941,318	

TABLE 4. Total Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

Selected metropolitan areas No.	1985		1984					
	January	January	February	March	April	May	June	
	Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	
thousands of dollars - milliers de dollars								
1 Calgary	37,702	35,833	35,943	43,968	42,603	47,114	46,703	
2 Edmonton	44,148	42,899	43,582	53,091	51,473	56,432	56,832	
3 Halifax-Dartmouth	11,130	9,311	9,973	12,118	14,248	14,739	14,867	
4 Hamilton	19,486	18,359	17,393	20,342	22,155	24,715	25,922	
5 Montreal	77,471	73,090	73,123	86,788	94,533	103,779	104,741	
6 Ottawa-Hull	30,661	27,677	28,387	35,802	37,466	42,693	42,163	
7 Quebec City	18,428	18,733	16,822	20,466	21,611	27,559	25,779	
8 Toronto	99,553	91,845	93,675	115,269	121,503	130,168	138,276	
9 Vancouver	70,220	66,468	65,879	81,021	74,707	82,622	82,772	
10 Winnipeg	31,341	29,679	29,999	39,979	41,273	43,720	44,397	

TABLEAU 3. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par province, 1984 et 1985

1984							Change	Province	No
							Variation		
July	August	September	October	November	December	January 1985/1984			
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier 1985/1984			
thousands of dollars - milliers de dollars									
9,442	11,317	11,141	12,329	16,131	23,157	+ 13.0	Terre-Neuve	1	
6,177	6,375	5,490	5,624	7,412	10,707	+ 9.2	Île-du-Prince-Édouard	2	
25,131	28,836	28,999	30,813	43,553	61,171	+ 14.6	Nouvelle-Écosse	3	
18,130	19,763	19,791	20,956	30,267	40,149	+ 7.7	Nouveau-Brunswick	4	
150,887	163,813	176,106	182,239	229,606	312,223	+ 8.3	Québec	5	
292,171	312,534	341,407	347,095	473,274	653,189	+ 7.7	Ontario	6	
43,233	45,526	52,448	49,639	65,859	85,871	+ 5.9	Manitoba	7	
26,331	27,248	31,473	30,177	41,146	53,485	+ 4.9	Saskatchewan	8	
104,897	117,116	128,327	127,318	159,400	219,062	+ 5.1	Alberta	9	
127,425	137,771	149,335	148,330	185,186	254,072	+ 4.7	Colombie-Britannique	10	
2,478	2,674	3,350	3,054	2,894	4,948	...	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11	
816,302	872,975	947,867	957,575	1,254,727	1,718,033	+ 6.7	CANADA		12

TABLEAU 4. Total des ventes mensuelles des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

1984							Change	Certaines zones métropolitaines	No
							Variation		
July	August	September	October	November	December	January 1985/1984			
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier 1985/1984			
thousands of dollars - milliers de dollars									
41,049	43,591	49,079	48,618	60,020	83,892	+ 5.2	Calgary	1	
48,855	53,470	57,612	57,446	71,344	96,074	+ 2.9	Edmonton	2	
13,030	15,745	16,665	17,572	24,904	32,904	+ 19.5	Halifax-Dartmouth	3	
21,566	22,156	24,493	25,892	32,526	50,915	+ 6.1	Hamilton	4	
84,768	93,911	106,689	108,137	138,914	190,825	+ 6.0	Montréal	5	
34,535	38,390	42,719	44,593	56,416	73,494	+ 10.8	Ottawa-Hull	6	
23,024	23,843	24,577	25,644	31,863	40,556	- 1.6	Ville de Québec	7	
113,163	119,291	139,209	139,154	188,655	263,715	+ 8.4	Toronto	8	
72,695	78,140	88,171	87,881	108,850	148,953	+ 5.6	Vancouver	9	
39,143	41,157	47,664	44,889	59,918	76,858	+ 5.6	Winnipeg	10	

TABLEAU 5. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985

1984							Change	Province	No
							Variation		
July	August	September	October	November	December	January 1985/1984			
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier 1985/1984			
thousands of dollars - milliers de dollars									
x	x	x	x	x	x	x	x	Terre-Neuve	1
x	x	x	x	x	x	x	x	Île-du-Prince-Édouard	2
7,350	9,729	10,873	11,086	15,666	20,626	+ 29.3		Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
84,105	90,369	106,580	107,600	134,896	174,254	+ 9.1		Québec	5
173,654	180,143	213,139	214,317	292,214	386,092	+ 5.7		Ontario	6
27,592	28,635	36,495	32,513	43,967	54,203	+ 3.4		Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	...	Saskatchewan	8
76,448	86,398	97,543	94,529	120,054	160,601	+ 2.5		Alberta	9
99,403	107,152	120,456	118,969	148,121	198,033	+ 3.0		Colombie-Britannique	10
x	x	x	x	x	x	x	...	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
496,195	530,591	619,430	611,524	798,450	1,049,646	+ 4.7		CANADA	12

TABLEAU 6. Ventes mensuelles des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

1984							Change	Certaines zones métropolitaines	No
							Variation		
July	August	September	October	November	December	January 1985/1984			
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier 1985/1984			
thousands of dollars - milliers de dollars									
31,137	33,402	38,915	36,924	47,629	64,408	+ 3.0		Calgary	1
36,547	40,093	44,376	43,621	54,463	71,870	+ 1.3		Edmonton	2
x	x	x	x	x	x	x		Halifax-Dartmouth	3
16,036	16,107	18,450	19,482	23,807	37,264	+ 6.9		Hamilton	4
54,219	59,685	73,867	72,264	93,142	122,148	+ 11.3		Montréal	5
21,341	22,997	28,020	29,404	36,757	44,557	+ 13.2		Ottawa-Hull	6
x	x	x	x	x	x	x		Ville de Québec	7
81,267	83,509	102,488	102,337	139,757	188,850	+ 7.4		Toronto	8
52,111	66,858	76,930	76,272	94,227	126,584	+ 4.7		Vancouver	9
x	x	x	x	x	x	x		Winnipeg	10

TABLEAU 7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985

1984						Change	Province	Nº
July	August	September	October	November	December	January 1985/1984		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier 1985/1984		
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
17,781	19,107	18,126	19,727	27,887	40,544	+ 6.6	Nouvelle-Écosse	3
x	x	x	x	x	x	x	Nouveau-Brunswick	4
66,781	73,444	69,526	74,639	94,710	137,969	+ 7.2	Québec	5
118,517	132,391	128,268	132,778	181,060	267,097	+ 11.1	Ontario	6
15,641	16,892	15,953	17,126	21,892	31,669	+ 11.7	Manitoba	7
x	x	x	x	x	x	x	Saskatchewan	8
28,449	30,718	30,784	32,789	39,347	58,461	+ 15.2	Alberta	9
26,322	30,619	28,879	29,361	37,066	56,039	+ 13.6	Colombie-Britannique	10
x	x	x	x	x	x	...	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
310,107	342,384	328,437	346,051	456,277	668,387	+ 10.6	CANADA	12

TABLEAU 8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

1984						Change	Certaines zones métropolitaines	Nº
July	August	September	October	November	December	January 1985/1984		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier 1985/1984		
thousands of dollars - milliers de dollars								
9,912	10,189	10,165	11,694	12,391	19,484	+ 15.2	Calgary	1
12,308	13,377	13,236	13,825	16,081	24,204	+ 9.6	Edmonton	2
x	x	x	x	x	x	x	Halifax-Dartmouth	3
5,531	6,049	6,043	6,410	8,719	13,651	+ 3.7	Hamilton	4
30,550	34,225	32,821	35,873	45,772	68,677	- 3.5	Montréal	5
12,993	15,393	14,700	15,189	19,659	28,937	+ 6.7	Ottawa-Hull	6
x	x	x	x	x	x	x	Ville de Québec	7
33,334	35,782	36,721	36,817	48,898	74,865	+ 11.0	Toronto	8
13,583	11,282	11,242	11,610	14,623	22,369	+ 13.6	Vancouver	9
x	x	x	x	x	x	x	Winnipeg	10

TABLEAU 9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1984 et 1985

1984						Province number - nombre	No
July	August	September	October	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
14	14	14	14	14	14	Terre-Neuve	1
7	7	7	7	7	7	Île-du-Prince-Édouard	2
32	33	33	33	33	33	Nouvelle-Écosse	3
26	26	26	26	26	26	Nouveau-Brunswick	4
160	160	160	161	163	163	Québec	5
298	299	299	300	300	300	Ontario	6
38	38	38	38	38	38	Manitoba	7
31	31	31	32	32	32	Saskatchewan	8
84	83	83	83	83	83	Alberta	9
103	103	103	103	103	103	Colombie-Britannique	10
6	6	6	6	6	6	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
799	800	800	803	805	805	CANADA	12

(T) La baisse de sept magasins a été causée par la reclassification de ces magasins à d'autres genres de commerce.

TABLEAU 10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

1984						Certaines zones métropolitaines	No
July	August	September	October	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
26	26	26	26	26	26	Calgary	1
33	33	33	33	33	33	Edmonton	2
13	14	14	14	14	14	Halifax-Dartmouth	3
24	24	24	24	24	24	Hamilton	4
75	75	75	75	76	76	Montréal	5
33	32	32	32	32	32	Ottawa-Hull	6
21	21	21	21	22	22	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

TABLEAU 11. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985

1984						Province	Nº
July	August	September	October	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
8	6	6	6	6	6	Terre-Neuve	1
3	3	3	3	3	3	Île-du-Prince-Édouard	2
6	7	7	7	7	7	Nouvelle-Écosse	3
4	4	4	4	4	4	Nouveau-Brunswick	4
55	54	54	55	55	55	Québec	5
113	110	110	110	110	110	Ontario	6
18	18	18	18	18	18	Manitoba	7
16	15	15	15	15	15	Saskatchewan	8
49	46	46	46	46	46	Alberta	9
61	60	60	60	60	60	Colombie-Britannique	10
5	5	5	5	5	5	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
338	328	328	329	329	329	CANADA	12

TABLEAU 12. Nombre de points de vente des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

1984						Certaines zones métropolitaines	Nº
July	August	September	October	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
14	14	14	14	14	14	Calgary	1
18	18	18	18	18	18	Edmonton	2
5	6	6	6	6	6	Halifax-Dartmouth	3
14	14	14	14	14	14	Hamilton	4
30	30	30	30	30	30	Montréal	5
13	12	12	12	12	12	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

TABLEAU 13. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985

1984						Province	No
July	August	September	October	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
6	8	8	8	8	8	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
105	106	106	106	108	108	Québec	5
185	189	189	190	190	190	Ontario	6
20	20	20	20	20	20	Manitoba	7
15	16	16	17	17	17	Saskatchewan	8
35	37	37	37	37	37	Alberta	9
42	43	43	43	43	43	Colombie-Britannique	10
1	1	1	1	1	1	Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	11
461	472	472	474	476	476	CANADA	12

TABLEAU 14. Nombre de points de vente des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

1984						Certaines zones métropolitaines	No
July	August	September	October	November	December		
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre		
number - nombre							
12	12	12	12	12	12	Calgary	1
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	45	46	46	Montréal	5
20	20	20	20	20	20	Ottawa-Hull	6
13	13	13	13	14	14	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, 1984 and 1985
January

TABLEAU 15. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985
Janvier

Department	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984	1985	
No.	thousands of dollars		per cent
	milliers de dollars		pourcentage
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles			
2 Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles			
3 Women's and misses' sportswear - Vêtements sport pour dames et jeunes filles			
4 Furs - Fourrures			
5 Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants			
6 Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'adolescentes			
7 Lingerie and women's睡衣 - Lingerie et vêtements de nuit pour dames			
8 Intimate apparel - Sous-vêtements			
9 Millinery - Chapeaux			
10 Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes			
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes			
12 Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants			
13 Men's clothing - Vêtements pour hommes			
14 Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes			
15 Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons			
16 Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons			
17 Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes			
18 Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments			
19 Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques			
20 Piece goods - Tissus à la pièce			Cumulative figures will appear here in subsequent issues.
21 Linens and domestics - Literie et linge de maison			Les chiffres cumulatifs paraîtront ici dans les numéros ultérieurs.
22 Smallwares and notions - Menus articles			
23 China and glassware - Porcelaine et verrerie			
24 Floor coverings - Revêtements de plancher			
25 Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses			
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison			
27 Furniture - Meubles			
28 Major appliances - Gros appareils ménagers			
29 Television, radio and music - Télévision, radio et musique			
30 Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques			
31 Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.			
32 Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction			
33 Jewellery - Bijouterie			
34 Toys and games - Jouets et jeux			
35 Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises			
36 Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues			
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures			
38 Meals and lunches - Repas et casse-croûtes			
39 Repairs and services - Services et travaux de réparation			
40 All other departments - Tous autres rayons			
41 ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS			

TABLE 16. Total Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985
January

TABLEAU 16. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par province, 1984 et 1985
Janvier

Province	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984	1985	
	thousands of dollars	milliers de dollars	
Newfoundland - Terre-Neuve			per cent
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard			
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse			
New Brunswick - Nouveau-Brunswick			
Québec			Cumulative figures will appear here in subsequent issues.
Ontario			
Manitoba			
Saskatchewan			
Alberta			
British Columbia - Colombie-Britannique			Les chiffres cumulatifs paraîtront ici dans les numéros ultérieurs.
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest			

CANADA

TABLE 17. Total Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985
January

TABLEAU 17. Total des ventes cumulatives des grands magasins, par certaines zones métropolitaines,
1984 et 1985
Janvier

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984	1985	
	thousands of dollars	milliers de dollars	
Calgary			
Edmonton			
Halifax-Dartmouth			
Hamilton			
Montréal			
Ottawa-Hull			
Quebec City - Ville de Québec			Cumulative figures will appear here in subsequent issues.
Toronto			
Vancouver			
Winnipeg			Les chiffres cumulatifs paraîtront ici dans les numéros ultérieurs.

TABLE 18. Major Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985
January

TABLEAU 18. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par province, 1984 et 1985
Janvier

Province	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984	1985	
	thousands of dollars		
Newfoundland - Terre-Neuve			per cent
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard			
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse			
New Brunswick - Nouveau-Brunswick			
Québec	Cumulative figures will appear here in subsequent issues.		
Ontario	Les chiffres cumulatifs paraîtront ici dans les numéros ultérieurs.		
Manitoba			
Saskatchewan			
Alberta			
British Columbia - Colombie-Britannique			
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest			
CANADA			

TABLE 19. Major Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985
January

TABLEAU 19. Ventes cumulatives des grands magasins traditionnels, par certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985
Janvier

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984	1985	
	thousands of dollars		
Calgary			per cent
Edmonton			
Halifax-Dartmouth			
Hamilton			
Montréal	Cumulative figures will appear here in subsequent issues.		
Ottawa-Hull	Les chiffres cumulatifs paraîtront ici dans les numéros ultérieurs.		
Quebec City - Ville de Québec			
Toronto			
Vancouver			
Winnipeg			

TABLE 20. Junior Department Store Cumulative Sales, by Province, 1984 and 1985
January

TABLEAU 20. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985
Janvier

Province	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984	1985	
	thousands of dollars		per cent
Newfoundland - Terre-Neuve			milliers de dollars
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard			pourcentage
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse			
New Brunswick - Nouveau-Brunswick			
Québec			
Ontario			Cumulative figures will appear here in subsequent issues.
Manitoba			
Saskatchewan			
Alberta			Les chiffres cumulatifs paraîtront ici dans les numéros ultérieurs.
British Columbia - Colombie-Britannique			
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest			
CANADA			

TABLE 21. Junior Department Store Cumulative Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985
January

TABLEAU 21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, par certaines zones métropolitaines,
1984 et 1985
Janvier

Selected metropolitan areas	Sales - Ventes		Change 1985/1984
	1984	1985	
	thousands of dollars		per cent
Calgary			milliers de dollars
Edmonton			pourcentage
Halifax-Dartmouth			
Hamilton			
Montréal			Cumulative figures will appear here in subsequent issues.
Ottawa-Hull			
Quebec City - Ville de Québec			Les chiffres cumulatifs paraîtront ici dans les numéros ultérieurs.
Toronto			
Vancouver			
Winnipeg			

TABLE 22. Sales and Market Share of Department Stores by Type of Organization, Canada, 1983-1985

TABLEAU 22. Ventes et parts de marché des grands magasins par type d'organisation, Canada, 1983-1985

Period Période	Department stores Grands magasins					
	Total	Major		Junior		
		Sales Ventes	Distribution %	Sales Ventes	Distribution %	Sales Ventes
	'000			'000	%	'000
1983:						
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
1984:						
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
1985:						
January - Janvier	692,671	100.0	453,654	65.5	239,018	34.5
February - Février						
March - Mars						
April - Avril						
May - Mai						
June - Juin						
July - Juillet						
August - Août						
September - Septembre						
October - Octobre						
November - Novembre						
December - Décembre						
Year - Année						

TABLE 23. Market Share of Department Stores of Total Retail Trade, by Province and Selected Metropolitan Area, 1983-1985
January

TABLEAU 23. Parts de marché des grands magasins en relation au total du commerce de détail, par province et certaines zones métropolitaines, 1983-1985
Janvier

Province and Selected Metropolitan Areas	Distribution			Change 1985/1984
	1983	1984	1985	
per cent - pourcentage				
Newfoundland - Terre-Neuve	5.0	4.7	4.9	+ 4.3
Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard	14.5	11.6	11.5	- 0.9
Nova Scotia - Nouvelle-Écosse	7.1	6.4	6.2	- 3.1
New Brunswick - Nouveau-Brunswick	6.7	6.4	6.1	- 4.7
Québec	6.9	6.4	6.3	- 1.6
Ontario	8.6	8.1	7.5	- 6.2
Manitoba	11.6	11.1	10.2	- 8.1
Saskatchewan	6.5	6.9	6.5	- 5.8
Alberta	12.0	11.9	10.9	- 8.4
British Columbia - Colombie-Britannique	13.2	12.5	12.1	- 3.2
Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest	10.3	8.9
CANADA	9.0	8.5	8.0	- 5.9
Montréal	8.8	8.3	7.6	- 8.4
Toronto	9.3	8.5	8.2	- 3.5
Winnipeg	15.8	15.3	14.0	- 8.5
Vancouver	15.5	14.3	14.3	-

TABLE 24. Department Store Monthly Stocks(1), by Department, Canada, 1984 and 1985

Department	1985		1984						
	January	January	February	March	April	May	June	July	
	Janvier	Janvier	février	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	
No.	thousands of dollars milliers de dollars								
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	39,216	44,916	50,576	58,568	60,707	51,233	40,395	55,949	
2 Women's and misses' coats and suits	48,460	39,205	40,273	46,900	42,697	28,520	26,461	59,406	
3 Women's and misses' sportswear	128,458	134,591	148,857	167,438	181,595	172,279	147,612	155,681	
4 Furs	23,738	20,510	19,146	19,474	18,204	22,640	22,152	25,502	
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	71,712	69,452	76,805	84,529	95,790	81,940	79,127	90,122	
6 Girls' and teenage girls' wear	37,268	30,052	41,018	52,624	46,418	47,277	40,536	53,754	
7 Lingerie and women's sleepwear	44,199	44,739	47,970	53,540	61,110	55,579	48,029	49,352	
8 Intimate apparel	46,465	42,931	40,880	40,695	42,107	40,274	38,454	37,740	
9 Millinery	3,121	3,444	3,149	2,640	3,107	2,798	2,424	2,943	
10 Women's and girls' hosiery	37,920	32,748	34,280	39,697	37,763	32,867	29,118	30,109	
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	49,973	45,527	50,967	56,516	57,710	50,290	41,804	47,277	
12 Women's, misses' and children's footwear	87,890	97,702	109,941	122,543	128,879	104,997	92,428	98,574	
13 Men's clothing	128,739	121,340	140,920	166,013	167,322	159,525	137,054	150,136	
14 Men's furnishings	143,216	132,716	146,282	159,176	172,391	173,063	140,450	133,174	
15 Boys' clothing and furnishings	42,786	40,444	39,954	44,204	44,734	38,362	36,263	51,330	
16 Boys' and girls' footwear	39,372	34,361	33,768	37,981	38,917	37,413	32,873	33,066	
17 Food and children products	41,892	44,679	47,147	52,104	49,485	52,308	53,528	52,297	
18 Toiletries, cosmetics and drugs	255,764	252,705	199,923	213,043	223,306	195,132	196,226	210,756	
19 Photographic equipment and supplies	55,548	59,725	58,676	59,685	64,316	55,113	55,831	56,319	
20 Piece goods	17,961	25,252	26,667	31,122	26,979	25,028	24,532	24,511	
21 Linens and domestics	128,407	121,750	147,997	140,777	151,252	152,878	143,694	142,527	
22 Smallwares and notions	38,204	37,372	38,519	38,611	47,588	43,534	46,036	46,659	
23 China and glassware	68,133	87,001	101,079	96,902	97,883	99,005	85,874	92,311	
24 Floor coverings	50,782	54,955	56,244	56,856	59,541	56,175	59,124	60,611	
25 Draperies, curtains and furniture coverings	70,150	70,393	70,608	78,321	77,447	75,031	70,789	72,644	
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	56,422	52,943	56,088	59,053	58,699	50,679	54,464	58,408	
27 Furniture	145,174	164,181	149,696	181,427	202,788	179,091	184,144	184,927	
28 Major appliances	67,350	68,864	75,193	67,578	71,476	62,734	64,592	65,488	
29 Television, radio and music	133,647	155,964	155,926	166,879	169,612	160,329	160,431	156,487	
30 Housewares and small electrical appliances	165,068	192,356	180,822	176,925	193,174	184,170	190,226	187,632	
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	116,613	127,010	133,042	144,415	144,513	144,914	149,094	137,513	
32 Plumbing, heating and building materials	24,249	33,974	34,557	36,565	38,059	27,221	26,508	27,439	
33 Jewellery	109,241	120,572	117,310	123,204	129,718	129,276	117,662	124,672	
34 Toys and games	112,763	89,283	78,632	89,257	106,363	92,527	90,874	102,496	
35 Sporting goods and luggage	113,598	110,494	117,950	127,818	160,321	158,935	137,302	132,998	
36 Stationery, books and magazines	135,532	122,007	120,595	134,271	143,825	149,072	140,567	156,230	
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	53,971	50,741	48,489	51,597	55,469	53,537	52,120	47,205	
38 Meals and lunches	986	1,319	1,338	1,440	1,587	532	641	536	
39 Repairs and services	5,466	5,878	5,797	5,498	5,564	5,441	5,585	5,557	
40 All other departments	58,466	54,141	57,570	72,601	79,437	70,806	64,476	64,539	
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,014,110	3,058,228	3,146,452	3,398,437	3,604,916	3,341,853	3,146,702	3,304,675	

(1) At selling value.

TABLEAU 24. Stocks(1) mensuels des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1984						Change - Variation		Rayon
August	September	October	November	December	January/ December 1985/1984	January 1985/1984		
Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier/ décembre 1985/1984	Janvier 1985/1984		N°
thousands of dollars		per cent						
milliers de dollars		pourcentage						
54,588	54,357	64,728	57,571	45,608	- 14.0	- 12.7	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	1
69,909	83,440	80,945	70,550	50,773	- 4.6	+ 23.6	Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	2
189,839	174,471	198,711	192,894	134,334	- 4.4	- 4.6	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
26,384	25,317	33,039	29,510	25,372	- 6.4	+ 15.7	Fourrures	4
93,261	85,762	94,704	86,815	80,906	- 11.4	+ 3.3	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
50,243	50,337	58,228	54,394	34,643	+ 7.6	+ 24.0	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
52,734	50,476	72,258	81,643	44,955	- 1.7	- 1.2	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
39,746	35,711	42,404	49,459	45,726	+ 1.6	+ 8.2	Sous-vêtements	8
4,346	4,278	4,686	6,081	5,219	- 40.2	- 9.4	Chapeaux	9
37,874	33,111	39,387	39,460	36,076	+ 5.1	+ 15.8	Bas pour dames et fillettes	10
51,050	54,405	68,408	82,772	55,213	- 9.5	+ 9.8	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
112,703	104,799	113,648	107,353	92,242	- 4.7	- 10.0	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
229,386	187,359	215,604	215,040	165,447	- 24.6	+ 2.8	Vêtements pour hommes	13
155,345	166,491	214,846	222,746	146,255	- 2.1	+ 7.9	Articles d'habillement pour hommes	14
38,739	40,709	33,578	32,571	32,513	+ 20.2	+ 5.0	Vêtements et articles d'habillement polar garçons	15
77,275	72,316	90,410	79,068	63,713	+ 6.3	+ 19.9	Chaussures pour hommes et garçons	16
77,702	78,783	86,074	91,249	73,752	+ 80.1	+ 5.2	Produits alimentaires et boissons	17
202,822	207,670	254,922	284,562	204,790	+ 24.9	+ 9.9	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
54,958	50,715	71,199	58,884	43,862	+ 26.6	- 7.0	Appareils et fournitures photographiques	19
28,097	24,521	31,080	27,120	24,833	- 27.7	- 28.9	Tissus à la pièce	20
135,663	129,887	141,617	154,798	147,230	- 12.8	+ 5.5	Literie et linge de maison	21
44,702	39,474	45,141	41,179	46,102	- 17.1	+ 2.2	Menus articles	22
92,985	83,437	97,638	97,406	93,316	- 27.0	- 21.7	Porcelaine et verrerie	23
59,133	54,491	53,946	49,800	54,850	- 7.4	- 7.6	Revêtements de plancher	24
72,890	72,908	77,514	76,337	73,344	- 4.4	- 0.3	Tentures, rideaux et housses	25
56,417	65,958	67,707	75,685	53,331	+ 5.8	+ 6.6	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'aménagement pour la maison	26
164,286	162,507	188,309	151,275	180,001	- 19.3	- 11.6	Meubles	27
61,702	61,736	76,636	80,803	74,523	- 9.6	- 2.2	Gros appareils ménagers	28
157,710	146,644	181,177	181,739	149,728	- 10.7	- 14.3	Télévision, radio et musique	29
192,182	173,661	199,612	200,706	147,027	+ 12.3	- 14.2	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
144,061	127,959	149,256	138,906	131,082	- 11.0	- 8.2	Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.	31
27,661	27,515	29,504	28,873	34,009	- 28.7	- 28.6	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
122,106	115,731	140,621	149,674	109,683	- 0.4	- 9.4	Bijouterie	33
108,940	126,319	155,077	181,104	104,710	+ 7.7	+ 26.3	Jouets et jeux	34
128,124	129,454	170,046	153,421	126,343	- 10.1	+ 2.8	Articles de sport et valises	35
147,167	151,405	150,552	189,415	132,413	+ 2.4	+ 11.1	Papeterie, livres et revues	36
50,604	46,087	49,767	51,942	63,070	- 14.4	+ 6.4	Essences, huiles, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
539	459	613	399	166	+ 494.0	- 25.2	Repas et casse-croûtes	38
5,406	5,153	5,670	5,998	5,591	- 2.2	- 7.0	Services et travaux de réparation	39
53,844	63,396	94,921	91,339	57,459	+ 1.8	+ 8.0	Tous autres rayons	40
3,434,723	3,325,508	3,924,183	3,945,841	3,142,710	- 4.1	- 1.4	TOTAL, TOUS RAYONS	41

(1) Valeur de vente.

TABLE 25. Department Store Monthly Stocks, Seasonally Adjusted, by Department, Canada, 1984 and 1985(1)

Department No.	1985		1984					
			JanuaryP	January	February	March	April	May
	JanvierP	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	
thousands of dollars milliers de dollars								
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	45,723	51,421	53,003	54,293	49,198	47,327	47,126	
2 Women's and misses' coats and suits	60,525	50,969	46,723	54,850	54,447	46,817	45,072	
3 Women's and misses' sportswear	154,271	161,151	163,198	163,520	157,425	158,775	163,811	
4 Furs	24,397	21,180	21,158	21,871	21,215	24,728	25,619	
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	87,416	86,182	88,721	93,953	85,610	83,951	84,024	
6 Girls' and teenage girls' wear	50,132	41,517	46,638	53,320	41,454	46,195	45,657	
7 Lingerie and women's sleepwear	53,963	54,205	55,449	56,375	55,649	53,933	54,832	
8 Intimate apparel	43,003	41,047	42,242	41,889	40,478	39,737	40,998	
9 Millinery	3,074	3,563	3,827	4,314	4,081	3,487	4,010	
10 Women's and girls' hosiery	41,704	37,789	38,202	40,026	35,494	31,518	31,118	
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	57,481	53,084	54,743	55,806	53,629	51,744	51,137	
12 Women's, misses' and children's footwear	103,341	117,425	117,857	118,642	112,217	97,551	96,465	
13 Men's clothing	169,439	164,414	156,580	169,186	164,136	164,129	158,040	
14 Men's furnishings	172,266	160,898	164,324	169,076	163,805	166,550	158,373	
15 Boys' clothing and furnishings	47,013	43,786	41,276	46,243	42,401	42,548	42,313	
16 Baby and young' supplies	56,637	60,067	64,715	61,440	51,735	51,063	54,356	
17 Food and kindred products(2)	39,763	44,670	47,147	48,796	43,192	37,992	33,179	
18 Toiletries, cosmetics and drugs	233,088	222,360	228,323	230,992	219,537	205,551	213,013	
19 Photographic equipment and supplies	55,948	61,308	64,217	65,784	60,385	53,950	58,465	
20 Piece goods	20,784	29,095	29,185	29,224	26,549	24,855	25,058	
21 Linens and domestics	140,971	131,294	142,401	140,880	139,859	138,664	142,942	
22 Smallwares and notions	43,276	42,203	43,003	43,629	43,192	40,168	42,749	
23 China and glassware	79,935	98,931	105,127	100,431	99,338	95,762	90,296	
24 Floor coverings	51,585	56,443	57,890	58,972	57,778	54,162	55,978	
25 Draperies, curtains and furniture cov- erings	70,822	70,298	71,577	76,726	72,705	72,475	72,047	
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	63,048	60,588	61,711	62,316	58,459	48,369	55,118	
27 Furniture	156,261	171,247	160,718	179,645	177,636	169,248	184,829	
28 Major appliances	67,208	69,159	70,393	68,706	67,325	63,645	68,892	
29 Television, radio and music	145,093	167,343	169,365	169,811	160,668	158,537	161,137	
30 Housewares and small electrical appliances	168,272	196,245	193,834	191,291	181,825	183,532	189,955	
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	132,405	146,317	140,134	147,078	138,223	135,147	138,571	
32 Plumbing, heating and building materials	25,519	33,876	36,652	37,795	35,113	27,927	29,649	
33 Jewellery	118,804	124,857	122,815	124,532	122,313	125,353	123,648	
34 Toys and games	134,724	108,192	99,379	109,425	106,720	105,997	110,192	
35 Sporting goods and luggage	141,221	139,450	139,651	137,556	138,148	139,015	135,366	
36 Stationery, books and magazines	152,549	138,335	140,958	157,654	142,027	142,018	138,657	
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	55,941	54,070	51,826	56,767	52,115	51,828	54,514	
38 Meals and lunches(2)	803	1,319	1,338	1,416	1,407	555	635	
39 Repairs and services	5,364	5,921	6,205	5,952	5,569	5,744	5,659	
40 All other departments	72,717	70,447	70,451	72,541	67,543	66,044	66,557	
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	3,358,875	3,420,634	3,441,007	3,542,965	3,383,353	3,270,391	3,319,909	

(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, 1984 et 1985(1)

1984						Change - Variation	
July	August	September	October	November	December ^T	January/ December 1985/1984	Rayon
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre ^T	Janvier/ décembre 1985/1984	N°
thousands of dollars						per cent	
milliers de dollars						pourcentage	
57,684	60,108	59,472	57,090	49,481	51,403	- 11.1	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles
52,294	55,616	54,373	53,593	55,825	59,145	+ 2.3	Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles
159,967	188,173	177,632	173,458	164,479	156,848	- 1.6	Vêtements sport pour dames et jeunes filles
27,300	26,604	22,141	25,321	24,355	23,766	+ 2.7	Fourrures
76,434	91,025	85,093	80,545	82,760	84,057	+ 4.0	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants
44,410	47,525	47,311	49,546	47,671	46,050	+ 8.9	
54,814	54,783	53,710	56,596	56,570	53,797	+ 0.3	Vêtements de fillettes et d'adolescentes
39,739	41,666	41,662	40,764	42,911	43,595	- 0.4	Lingerie et vêtements de nuit pour dames
4,159	5,008	4,474	3,502	3,299	3,237	- 5.0	Sous-vêtements
30,460	34,662	34,578	35,127	35,070	38,590	+ 8.1	Chapeaux
							Bas pour dames et fillettes
52,796	54,237	55,017	54,018	59,910	62,477	- 8.0	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes
99,061	112,057	107,635	104,669	105,710	101,422	+ 1.9	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants
152,835	194,917	178,636	177,534	176,697	171,291	- 1.1	Vêtements pour hommes
133,587	156,394	159,071	165,264	176,475	179,345	- 3.9	Articles d'habillement pour hommes
40,951	41,933	40,969	42,255	42,537	42,354	+ 11.0	Vêtements et articles d'habillement pour garçons
71,228	77,288	78,027	77,360	73,291	70,410	- 2.5	
71,297	52,514	39,627	41,681	40,746	29,268	+ 35.9	Chaussures pour hommes et garçons
716,202	218,868	228,521	218,286	225,857	216,699	+ 7.6	Produits alimentaires et connexes(2)
56,444	56,531	55,559	56,037	52,719	51,344	+ 9.0	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments
24,339	26,434	26,773	27,337	26,265	23,904	- 13.1	Appareils et fournitures photographiques
							Tissus à la pièce
144,868	146,897	151,443	145,947	145,329	140,785	+ 0.1	
42,566	43,445	42,626	43,860	43,261	43,822	- 1.2	Literie et linge de maison
98,485	92,494	91,044	91,577	87,108	82,293	- 2.9	Menus articles
58,727	59,558	60,877	55,603	53,278	51,075	+ 1.0	Porcelaine et verrerie
73,125	75,539	78,839	75,418	76,256	71,555	- 1.0	Revêtements de plancher
							Tentures, rideaux et housses
57,183	54,784	67,393	59,022	67,686	60,724	+ 5.8	
185,970	180,142	183,613	179,942	159,797	156,823	- 0.4	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'aménagement pour la maison
68,236	68,019	70,878	76,613	72,539	66,553	+ 1.0	Meubles
162,309	163,355	164,462	162,748	157,934	149,925	- 3.2	Gros appareils ménagers
191,641	194,846	187,235	182,230	172,899	162,327	+ 3.7	Télévision, radio et musique
							Articles de ménage et petits appareils électriques
133,379	140,119	140,009	139,953	137,507	132,576	- 0.1	
29,107	29,684	29,846	29,688	27,718	27,283	- 6.5	Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.
127,766	127,348	128,894	126,706	124,471	119,718	- 0.8	Matériel de plomberie, chauffage et construction
110,864	102,634	100,006	97,151	129,686	149,783	- 10.1	Bijouterie
135,648	139,993	136,135	136,716	136,805	139,114	+ 1.5	Jouets et jeux
							Articles de sport et valises
139,150	140,702	150,328	154,090	157,473	156,611	- 2.6	
49,316	50,880	46,976	45,091	49,764	53,721	+ 3.7	Papeterie, livres et revues
917	667	549	609	429	169	+ 374.0	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures
5,649	5,670	5,246	5,438	5,563	5,522	- 2.9	Repas et casse-croûtes(2)
66,177	67,828	67,645	76,645	71,580	67,600	+ 7.6	Services et travaux de réparation
							Tous autres rayons
3,321,969	3,460,932	3,454,313	3,405,015	3,419,696	3,347,166	+ 0.3	TOTAL, TOUS RAYONS
							41

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

(2) Puisque 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, 1984 and 1985

Department No.	1985		1984					
	January	January	February	March	April	May	June	
	Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin	
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	4.42	5.36	4.86	4.29	3.60	2.66	2.03	
2 Women's and misses' coats and suits	3.68	3.07	2.80	2.56	2.54	2.71	3.40	
3 Women's and misses' sportswear	3.87	4.21	3.99	3.42	3.60	2.87	2.31	
4 Furs	4.63	3.94	7.47	9.50	26.01	45.92	46.05	
5 Infants' and children's wear and nursery equipment	3.90	3.96	4.45	3.88	3.72	3.89	3.37	
6 Girls' and teenage girls' wear	4.24	3.90	3.85	3.37	2.93	3.02	2.58	
7 Lingerie and women's sleepwear	3.73	4.01	3.81	3.48	3.85	2.88	2.52	
8 Intimate apparel	5.12	5.20	5.02	3.80	3.96	3.59	3.18	
9 Millinery	2.00	2.57	3.14	2.32	2.09	2.23	1.96	
10 Women's and girls' hosiery	4.43	3.95	4.15	3.65	3.41	3.00	3.15	
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4.90	5.03	5.80	4.52	4.14	3.26	3.07	
12 Women's, misses' and children's footwear	5.71	6.86	7.19	5.46	4.66	4.09	3.67	
13 Men's clothing	5.32	5.60	6.13	5.09	4.99	4.61	3.29	
14 Men's furnishings	5.44	5.34	5.50	4.27	4.54	4.24	2.42	
15 Boys' clothing and furnishings	5.53	5.65	5.14	4.10	3.38	3.29	2.99	
16 Men's and boys' footwear	3.57	3.33	3.23	3.42	3.96	3.77	3.77	
17 Food and beverage products	0.31	0.32	0.39	1.83	0.77	0.49	0.43	
18 Toiletries, cosmetics and drugs	5.78	5.91	4.90	4.53	5.08	4.01	4.30	
19 Photographic equipment and supplies	6.38	6.38	6.68	6.16	6.69	4.88	4.09	
20 Piece goods	6.39	6.90	7.19	7.01	7.48	6.18	6.89	
21 Linens and domestics	4.09	4.20	9.08	6.26	6.84	5.53	5.04	
22 Smallwares and notions	4.12	4.28	5.77	4.77	6.79	6.32	7.17	
23 China and glassware	9.44	13.69	11.86	9.71	11.57	7.65	8.48	
24 Floor coverings	5.73	5.62	5.80	4.54	4.81	4.74	5.25	
25 Draperies, curtains and furniture coverings	7.08	6.89	6.24	5.50	5.08	4.51	4.46	
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	10.12	8.64	9.63	8.27	8.21	6.73	8.16	
27 Furniture	3.40	4.32	4.45	4.29	4.86	3.48	3.69	
28 Major appliances	1.69	1.85	2.27	1.64	1.81	1.42	1.27	
29 Television, radio and music	4.07	4.71	5.04	4.25	5.15	4.83	4.98	
30 Housewares and small electrical appliances	6.46	8.20	6.35	6.83	6.72	5.52	5.44	
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	5.58	7.79	8.10	6.51	5.49	3.81	4.20	
32 Plumbing, heating and building materials	3.52	4.25	4.49	4.04	3.39	2.17	1.82	
33 Jewellery	10.08	11.72	9.49	7.50	7.74	6.20	6.13	
34 Toys and games	8.98	8.78	6.28	5.46	6.08	5.05	5.32	
35 Sporting goods and luggage	6.02	6.47	8.22	6.55	6.18	5.02	4.01	
36 Stationery, books and magazines	6.12	6.04	5.43	5.60	6.12	5.56	5.50	
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	4.53	3.46	3.40	3.33	3.21	2.99	2.73	
38 Meals and lunches	0.05	0.07	0.07	0.07	0.08	0.03	0.03	
39 Repairs and services	0.50	0.67	0.69	0.54	0.58	0.52	0.31	
40 All other departments	2.36	2.35	2.67	2.69	2.42	1.67	1.63	
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	4.20	4.56	4.65	4.13	4.22	3.53	3.78	

TABLEAU 26. Rapports mensuels stocks-ventes des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1984						Rayon
July	August	September	October	November	December	
Juillet	Août	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	ND
3.85	3.28	3.49	3.92	3.37	2.00	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles
8.36	4.42	3.98	2.99	2.50	2.19	Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles
3.40	3.72	2.65	3.53	3.00	1.72	Vêtements sport pour dames et jeunes filles
22.18	14.76	7.30	5.93	3.24	3.24	Fourrures
4.76	3.42	3.31	3.52	2.99	2.19	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants
4.51	1.91	2.63	3.76	2.42	1.46	Vêtements de fillettes et d'adolescentes
3.09	3.39	2.85	3.90	2.75	0.92	Lingerie et vêtements de nuit pour dames
3.71	3.76	3.01	4.24	4.27	3.01	Sous-vêtements
2.59	3.81	2.30	1.68	1.42	1.30	Chapeaux
4.65	4.71	2.64	3.35	3.07	2.22	Bas pour dames et fillettes
4.72	4.48	3.19	3.81	2.88	1.34	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes
5.45	4.57	3.29	3.77	3.11	2.86	Chaussures pour dames, jeune fille et enfants
5.90	7.00	4.35	5.19	3.45	2.02	Vêtements pour hommes
3.68	4.53	3.74	5.00	3.09	1.23	Articles d'habillement pour hommes
5.23	1.90	3.03	4.07	2.77	1.44	Vêtements et articles d'habillement pour garçons
5.86	5.24	4.22	5.38	3.51	2.44	Chaussures pour hommes et garçons
0.62	0.45	0.64	0.77	0.65	0.27	Produits alimentaires et connexes
4.72	4.36	4.23	4.90	4.17	1.61	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments
4.49	4.08	4.28	6.22	3.77	1.48	Appareils et fournitures photographiques
7.60	7.31	5.77	6.70	5.76	6.88	Tissus à la pièce
4.66	4.53	4.06	5.10	4.56	3.18	Literie et linge de maison
6.85	6.31	3.78	4.60	3.87	3.61	Menus articles
8.97	9.93	7.11	8.34	4.82	2.50	Porcelaine et verrerie
5.19	5.49	4.39	3.83	3.09	4.58	Revêtements de plancher
4.73	5.23	4.68	4.85	4.32	4.30	Tentures, rideaux et housses
7.78	7.87	7.90	7.99	5.80	2.59	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'aménagement pour la maison
3.57	4.08	3.63	4.16	3.16	4.16	Meubles
1.38	1.42	1.32	1.66	1.55	1.36	Gros appareils ménagers
4.42	4.24	2.75	4.17	3.14	1.68	Télévision, radio et musique
5.78	5.82	5.44	5.57	4.23	1.82	Articles de ménage et petits appareils électriques
5.07	5.82	5.76	5.59	4.69	3.69	Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.
2.45	2.82	2.94	2.77	2.71	2.97	Matériel de plomberie, chauffage et construction
7.69	7.20	5.56	7.76	5.01	1.62	Bijouterie
5.74	6.10	6.15	4.91	2.92	1.14	Jouets et jeux
4.55	5.31	6.23	8.83	5.48	2.64	Articles de sport et vélos
6.71	4.34	4.70	6.01	4.34	1.78	Papeterie, livres et revues
3.18	2.90	3.37	2.50	2.48	2.88	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures
0.04	0.03	0.02	0.03	0.02	0.01	Repas et casse-croûtes
0.60	0.60	0.51	0.47	0.38	0.41	Services et travaux de réparation
2.12	2.29	2.21	2.95	2.49	1.00	Tous autres rayons
3.97	3.82	3.42	4.02	3.10	1.80	TOTAL, TOUS RAYONS

TABLE 27. Department Store Monthly Sales-Stock Ratios, by Department, Canada, 1984 and 1985

Department No.	1985		1984				
	January	January	February	March	April	May	June
	Janvier	Janvier	Février	Mars	Avril	Mai	Juin
1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	0.21	0.19	0.22	0.25	0.28	0.34	0.38
2 Women's and misses' coats and suits	0.27	0.32	0.36	0.42	0.38	0.30	0.32
3 Women's and misses' sportswear	0.25	0.23	0.26	0.31	0.29	0.34	0.37
4 Furs	0.21	0.24	0.15	0.11	0.04	0.02	0.02
5 Infants' and children's wear and nursery	0.24	0.23	0.24	0.27	0.29	0.24	0.27
6 Girls' and teenage girls' wear	0.24	0.24	0.30	0.33	0.32	0.33	0.32
7 Lingerie and women's sleepwear	0.27	0.24	0.27	0.30	0.28	0.33	0.34
8 Intimate apparel	0.20	0.20	0.19	0.26	0.26	0.27	0.30
9 Millinery	0.37	0.33	0.30	0.39	0.52	0.42	0.87
10 Women's and girls' hosiery	0.23	0.24	0.25	0.29	0.29	0.31	0.32
11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories	0.19	0.20	0.18	0.23	0.24	0.29	0.31
12 Women's, misses' and children's footwear	0.17	0.14	0.15	0.19	0.22	0.22	0.23
13 Men's clothing	0.16	0.16	0.18	0.21	0.20	0.21	0.21
14 Men's furnishings	0.18	0.19	0.19	0.24	0.23	0.24	0.24
15 Boys' clothing and furnishings	0.20	0.18	0.19	0.26	0.30	0.28	0.28
16 Men's and boys' footwear	0.17	0.17	0.12	0.18	0.12	0.19	0.11
17 Food and kindred products	1.59	1.51	1.38	1.18	1.21	1.34	1.35
18 Toiletries, cosmetics and drugs	0.19	0.18	0.19	0.23	0.20	0.23	0.20
19 Photographic equipment and supplies	0.18	0.16	0.15	0.16	0.15	0.19	0.19
20 Piece goods	0.13	0.13	0.14	0.15	0.12	0.16	0.15
21 Linens and domestics	0.23	0.22	0.12	0.16	0.15	0.18	0.19
22 Smallwares and notions	0.22	0.21	0.18	0.21	0.16	0.15	0.16
23 China and glassware	0.09	0.06	0.09	0.10	0.09	0.13	0.12
24 Floor coverings	0.17	0.17	0.17	0.22	0.21	0.20	0.24
25 Draperies, curtains and furniture coverings	0.14	0.15	0.16	0.19	0.20	0.22	0.24
26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	0.10	0.12	0.11	0.12	0.12	0.14	0.13
27 Furniture	0.26	0.20	0.21	0.26	0.22	0.27	0.23
28 Major appliances	0.56	0.52	0.46	0.58	0.57	0.66	0.68
29 Television, radio and music	0.23	0.21	0.20	0.24	0.20	0.20	0.20
30 Housewares and small electrical appliances	0.16	0.13	0.15	0.14	0.16	0.18	0.17
31 Hardware, paints, wallpaper, etc.	0.17	0.12	0.13	0.16	0.18	0.26	0.25
32 Plumbing, heating and building materials	0.24	0.19	0.22	0.25	0.30	0.38	0.31
33 Jewellery	0.10	0.09	0.10	0.14	0.13	0.16	0.14
34 Toys and games	0.12	0.12	0.15	0.19	0.18	0.18	0.15
35 Sporting goods and luggage	0.16	0.14	0.13	0.16	0.18	0.20	0.19
36 Stationery, books and magazines	0.17	0.17	0.18	0.19	0.17	0.18	0.19
37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	0.20	0.25	0.29	0.31	0.32	0.33	0.35
38 Meals and lunches	33.66	16.43	13.77	15.74	13.45	19.76	14.88
39 Repairs and services	1.97	1.55	1.45	1.80	1.73	1.88	2.11
40 All other departments	0.43	0.39	0.39	0.41	0.43	0.56	0.55
41 TOTAL ALL DEPARTMENTS	0.23	0.21	0.21	0.25	0.24	0.27	0.27

TABLEAU 27. Rapports mensuels ventes-stocks des grands magasins, par rayon, Canada, 1984 et 1985

1984

July Juillet	August Août	September Septembre	October Octobre	November Novembre	December Décembre	Rayon	No
0.30	0.30	0.29	0.28	0.28	0.44	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	1
0.17	0.24	0.27	0.33	0.37	0.38	Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	2
0.30	0.30	0.36	0.30	0.33	0.48	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
0.05	0.07	0.13	0.19	0.29	0.29	Fourrures	4
0.22	0.30	0.29	0.30	0.32	0.44	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambre d'enfants	5
0.25	0.51	0.38	0.29	0.40	0.53	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
0.33	0.30	0.34	0.30	0.39	0.78	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
0.27	0.27	0.31	0.26	0.25	0.32	Sous-vêtements	8
0.42	0.31	0.43	0.62	0.79	0.71	Chapeaux	9
0.22	0.24	0.35	0.32	0.33	0.43	Bes pour dames et fillettes	10
0.23	0.23	0.32	0.29	0.38	0.60	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
0.19	0.23	0.29	0.28	0.31	0.32	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
0.18	0.17	0.21	0.21	0.29	0.43	Vêtements pour hommes	13
0.26	0.24	0.27	0.23	0.33	0.64	Articles d'habillement pour hommes	14
0.22	0.45	0.34	0.28	0.34	0.59	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
0.17	0.20	0.23	0.21	0.27	0.37	Chaussures pour hommes et garçons	16
1.57	2.02	1.74	1.48	1.63	2.34	Produits alimentaires et connexes	17
0.23	0.22	0.24	0.22	0.25	0.52	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
0.22	0.24	0.22	0.19	0.24	0.58	Appareils et fournitures photographiques	19
0.15	0.15	0.16	0.17	0.16	0.14	Tissus à la pièce	20
0.21	0.22	0.24	0.20	0.23	0.31	Literie et linge de maison	21
0.15	0.16	0.25	0.23	0.25	0.29	Menus articles	22
0.12	0.10	0.13	0.13	0.21	0.39	Porcelaine et verrerie	23
0.20	0.18	0.22	0.26	0.31	0.23	Revêtements de plancher	24
0.21	0.19	0.21	0.21	0.23	0.23	Tentures, rideaux et housses	25
0.13	0.12	0.14	0.13	0.18	0.32	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'aménagement pour la maison	26
0.28	0.23	0.27	0.26	0.28	0.26	Meubles	27
0.73	0.68	0.76	0.67	0.66	0.71	Gros appareils ménagers	28
0.22	0.24	0.35	0.26	0.32	0.54	Télévision, radio et musique	29
0.17	0.17	0.17	0.19	0.24	0.47	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
0.19	0.18	0.16	0.19	0.21	0.26	Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc.	31
0.42	0.36	0.34	0.37	0.36	0.36	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
0.13	0.14	0.17	0.14	0.21	0.52	Bijouterie	33
0.18	0.17	0.17	0.22	0.37	0.64	Jouets et jeux	34
0.22	0.18	0.16	0.13	0.17	0.34	Articles de sport et valises	35
0.16	0.22	0.22	0.17	0.26	0.46	Papeterie, livres et revues	36
0.30	0.36	0.28	0.41	0.41	0.38	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
30.14	30.08	41.66	41.37	51.72	115.67	Repas et casse-croûtes	38
3.48	1.71	1.83	2.25	2.72	2.36	Services et travaux de réparation	39
3.47	0.44	0.45	0.41	0.39	0.77	Tous autres rayons	40
0.25	0.26	0.28	0.26	0.32	0.48	TOTAL, TOUS RAYONS	41

TABLE 28. Department Stores' Month-end Accounts Receivable(1), Unadjusted, Canada, 1983-1985

TABLEAU 28. Montants à recevoir(1), non désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985

Month Mois	1983	1984	1985	Change from previous month	Change 1985/1984			
				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1985/1984			
thousands of dollars milliers de dollars								
per cent pourcentage								
January - Janvier	1,666,708	1,774,688	1,993,050	- 7.4	+ 12.3			
February - Février	1,598,345	1,720,876						
March - Mars	1,565,461	1,695,381						
April - Avril	1,582,875	1,709,348						
May - Mai	1,591,140	1,708,627						
June - Juin	1,585,200	1,719,376						
July - Juillet	1,553,254	1,695,712						
August - Août	1,542,394	1,689,630						
September - Septembre	1,591,826	1,746,901						
October - Octobre	1,631,976	1,799,737						
November - Novembre	1,702,704	1,893,508						
December - Décembre	1,887,032	2,152,790						

(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, 1983-1985

TABLEAU 29. Montants à recevoir(1), désaisonnalisés des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985

Month Mois	1983	1984	1985	Change from previous month	Change 1985/1984			
				Variation par rapport au mois précédent	Variation 1985/1984			
millions of dollars millions de dollars								
per cent pourcentage								
January - Janvier	1,583.0	1,686.0	1,891.0P	- 0.3P	+ 12.2P			
February - Février	1,603.0	1,668.0						
March - Mars	1,590.0	1,722.0						
April - Avril	1,609.0	1,732.0						
May - Mai	1,623.0	1,741.0						
June - Juin	1,634.0	1,764.0						
July - Juillet	1,632.0	1,776.0						
August - Août	1,629.0	1,784.0						
September - Septembre	1,632.0	1,798.0						
October - Octobre	1,649.0	1,819.0						
November - Novembre	1,659.0	1,849.0						
December - Décembre	1,668.0	1,897.0P						

(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

No.	Department	Sales - Combined Seasonal and Trading Day Factors			
		Ventes - Coefficients combinés de correction des variations saisonnières et des jours commerciaux			
		MCD in January 1984	December ^F 1984	January ^P 1985	February(1) 1985
		MDC en Janvier 1984	Décembre ^F 1984	Janvier ^P 1985	Février(1) 1985
1	Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms	5	142.66	54.93	64.80
2	Women's and misses' coats and suits	8	140.14	80.44	75.99
3	Women's and misses' sportswear	4	144.43	60.81	67.85
4	Furs	12	233.69	157.53	105.35
5	Infants' and children's wear and nursery equipment	5	151.61	74.44	69.27
6	Girls' and teenage girls' wear	5	149.58	50.98	64.17
7	Lingerie and women's sleepwear	4	244.38	58.20	61.27
8	Intimate apparel	4	136.86	80.12	71.26
9	Millinery	8	238.56	78.92	56.59
10	Women's and girls' hosiery	4	158.16	80.55	72.33
11	Women's and girls' gloves, mitts and accessories	4	240.41	59.06	53.67
12	Women's, misses' and children's footwear	5	128.97	60.19	57.29
13	Men's clothing	4	195.07	61.36	58.74
14	Men's furnishings	5	250.31	55.14	54.13
15	Boys' clothing and furnishings	6	180.89	55.16	54.80
16	Men's and boys' footwear	6	154.14	60.70	58.15
17	Food and kindred products	4	136.41	84.40	99.61
18	Toiletries, cosmetics and drugs	2	221.06	77.85	75.18
19	Photographic equipment and supplies	4	229.50	68.89	60.75
20	Piece goods	6	100.45	81.34	83.32
21	Linens and domestics	3	156.81	107.91	58.72
22	Smallwares and notions	4	147.08	107.96	82.54
23	China and glassware	4	267.78	57.70	63.39
24	Floor coverings	6	99.40	84.09	79.14
25	Draperies, curtains and furniture coverings	4	114.31	70.72	70.25
26	Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings	4	231.29	73.35	62.09
27	Furniture	5	96.20	94.72	74.29
28	Major appliances	5	109.37	89.52	71.99
29	Television, radio and music	5	202.50	82.43	68.90
30	Housewares and small electrical appliances	3	217.32	68.83	76.62
31	Hardware, paints, wallpaper, etc.	4	133.94	73.39	64.77
32	Plumbing, heating and building materials	6	107.02	71.21	69.62
33	Jewellery	3	298.89	48.61	53.74
34	Toys and games	4	352.46	39.89	42.96
35	Sporting goods and luggage	3	184.88	69.84	56.06
36	Stationery, books and magazines	4	236.56	70.09	69.83
37	Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies	6	131.93	82.66	70.53
38	Meals and lunches	3	146.86	88.15	80.77
39	Repairs and services	6	123.75	88.30	82.92
40	All other departments	5	166.52	71.58	66.88
41	TOTAL ALL DEPARTMENTS	3	177.95	72.56	71.48

(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 January	December ^F 1984	January ^P 1985	February(2) 1985	Rayon	No
				MDC en Janvier	
4	88.73	85.77	93.63	Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles	1
4	85.84	80.07	84.80	Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles	2
5	85.65	83.27	88.69	Vêtements sport pour dames et jeunes filles	3
5	106.76	97.30	87.18	Fourrures	4
5	96.25	82.04	85.36	Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants	5
4	75.23	74.34	87.26	Vêtements de fillettes et d'adolescentes	6
4	83.56	81.91	84.26	Lingerie et vêtements de nuit pour dames	7
3	104.89	107.05	96.16	Sous-vêtements	8
5	161.23	101.51	83.37	Chapeaux	9
4	93.49	90.93	90.55	Bas pour dames et fillettes	10
3	88.37	86.94	92.26	Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes	11
3	90.95	85.05	92.41	Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants	12
4	96.59	73.62	87.43	Vêtements pour hommes	13
2	81.55	83.14	87.82	Articles d'habillement pour hommes	14
6	83.85	91.00	96.81	Vêtements et articles d'habillement pour garçons	15
6	90.49	86.79	87.99	Chaussures pour hommes et garçons	16
...	Produits alimentaires et connexes	17
4	94.50	109.73	87.39	Articles de toilette, cosmétiques et médicaments	18
4	85.43	99.29	90.50	Appareils et fournitures photographiques	19
4	103.89	86.42	89.30	Tissus à la pièce	20
3	104.58	91.09	101.11	Literie et linge de maison	21
4	105.20	88.28	87.83	Menus articles	22
3	113.40	85.24	94.51	Porcelaine et verrerie	23
3	107.39	98.44	95.51	Revêtements de plancher	24
3	102.50	99.05	95.98	Tentures, rideaux et housses	25
4	87.83	89.49	90.36	Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison	26
3	114.78	92.90	90.10	Meubles	27
4	111.97	100.21	104.24	Gros appareils ménagers	28
3	99.87	92.11	90.15	Télévision, radio et musique	29
3	90.57	98.10	91.43	Articles de ménage et petits appareils électriques	30
4	98.87	88.07	88.29	Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc.	31
5	124.65	95.02	93.34	Matériel de plomberie, chauffage et construction	32
3	91.62	91.95	92.78	Bijouterie	33
4	69.91	83.70	77.82	Jouets et jeux	34
4	90.82	80.44	82.58	Articles de sport et valises	35
3	84.55	88.84	84.23	Papeterie, livres et revues	36
5	116.97	96.48	91.46	Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures	37
...	Repas et casseroles	38
5	101.25	101.90	91.90	Services et travaux de réparation	39
5	85.00	80.40	80.73	Tous autres rayons	40
3	93.89	89.74	93.94	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

DÉFINITIONS

Point de vente au détail

Suivant la définition de Statistique Canada, un point de vente au détail est un local d'affaires (habituellement un magasin) dont l'activité principale est la vente de marchandises et des services connexes au grand public pour la consommation ménagère ou personnelle.

Grand magasin

Un point de vente au détail est un grand magasin s'il possède les caractéristiques suivantes:

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

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

All other (miscellaneous). This category includes all commodities sold by the outlet but not shown above, such as: toiletries, cosmetics and drugs; photographic equipment and supplies; piece goods; notions and smallwares; jewellery; sporting goods and luggage; stationery, books and magazines; and food. **Note:** The outlet must sell at least three different commodity lines with not one of these lines representing more than 50% of the total store sales. At least 10% of the outlet's total sales must be derived from the all other or miscellaneous groups.

Total Net Sales and Receipts

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

Stocks

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

Accounts Receivable

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

Junior Department Store

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

Tous autres articles (divers). Cette catégorie comprend toutes les marchandises que tient le magasin, mais qui ne figurent pas ci-dessus, telles que: articles de toilette, cosmétiques et médicaments; appareils et fournitures photographiques; tissus à la pièce; mercerie et menus articles; bijouterie; articles de sport et valises; papeterie, livres et revues; et aliments. **Nota:** Le magasin doit tenir au moins trois des séries mentionnées ci-dessus, dont aucune ne doit représenter plus de 50% des ventes globales du magasin. Au moins 10% des ventes globales du magasin doivent provenir des groupes tous autres articles ou divers.

Ventes et recettes nettes totales

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

Stocks

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

Comptes à recevoir

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

Grand magasin populaire

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

APPENDIX II

METHODOLOGY

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

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

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

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

APPENDICE II

MÉTHODOLOGIE

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

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

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

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



APPENDIX III

DATA RELIABILITY

Non-sampling Errors

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

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

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

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

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

APPENDICE III

FIABILITÉ DES DONNÉES

Erreurs non liées à l'échantillonnage

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

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

La réponse. Ici, l'erreur peut être attribuable à la conception du questionnaire et aux caractéristiques de la question, à l'incapacité ou au refus de l'enquêté de fournir des renseignements exacts, à l'interprétation fautive des questions due à des problèmes d'ordre sémantique, ou aux variations, d'un intervieweur 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.

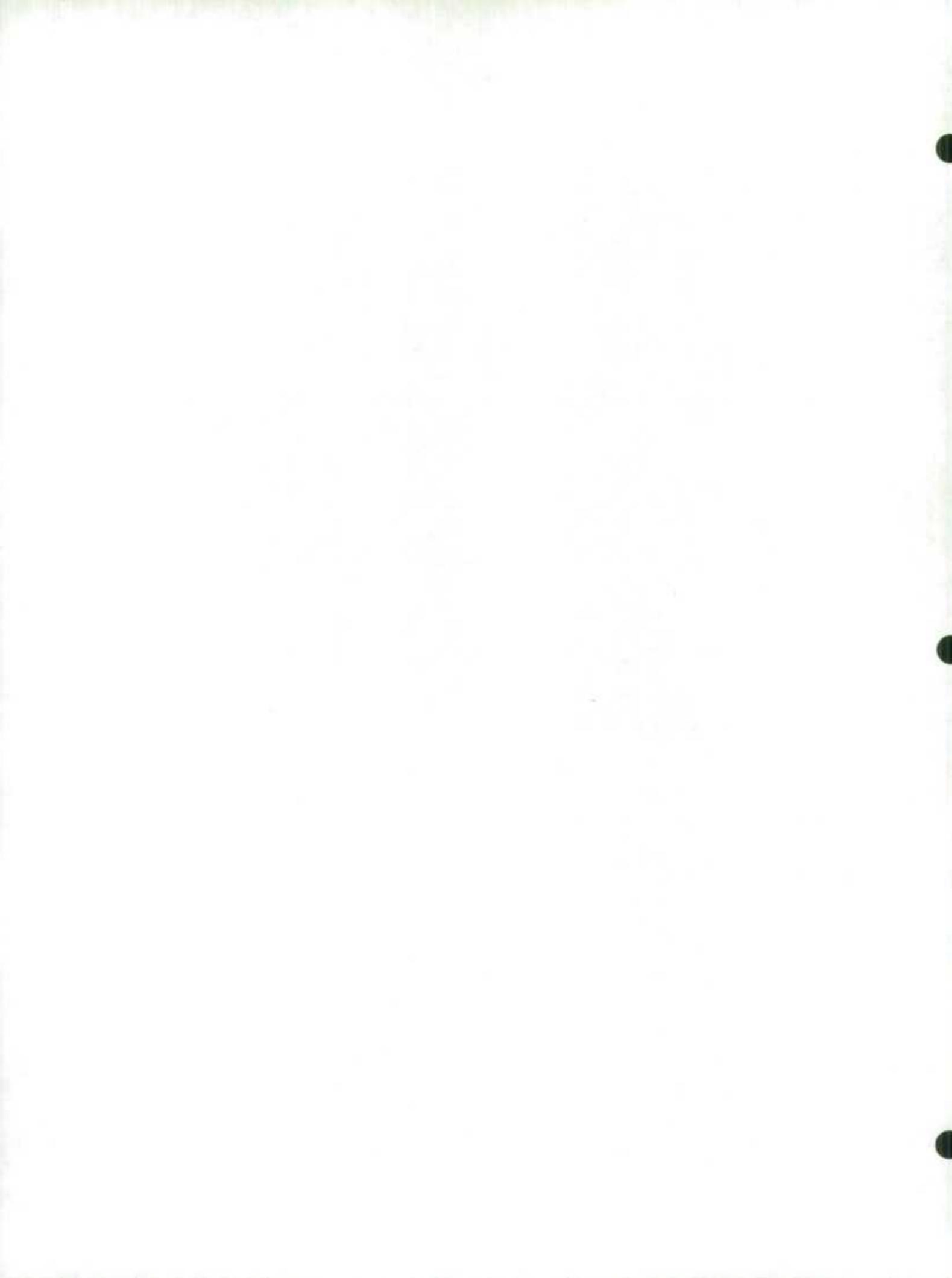
a cell of 20 organizational units in which five respond for a particular month would have a response rate of 25% in terms of these units. If the five units represented \$8 million out of a published estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%. In cases such as these, the response rate 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, 1985
January

TABLEAU EXPLICATIF I. Mesure de la fiabilité, grands magasins, Canada, 1985
Janvier

	Response rate		Response fraction
	Taux de réponse		Fraction de réponse
	Survey units	Organizational units	
	Unités d'enquête	Unités organisationnelles	
per cent - pourcentage			
Monthly sales total - Ventes mensuelles totales	99.0	94.7	99.9
Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon	...	57.9	87.6
Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon	...	42.1	62.5
Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois	...	81.8	97.4



APPENDIX IV

SEASONAL ADJUSTMENT

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

In the interest of accurately interpreting the fundamental evolution of an economic phenomenon and producing forecasts of superior quality, Statistics Canada uses the X-11-ARIMA seasonal adjustment method(2) to seasonally adjust its time series. This method minimizes the impact of seasonal variations on the series and essentially consists of adding one year of raw data onto each end of the original series before it is seasonally adjusted per se. The estimated data are derived from forecasts and 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 Daqum, Statistics Canada, Catalogue 12-564E, Occasional.
- (3) See next page.

APPENDICE IV

DÉSAISONNALISATION

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

Afin de favoriser l'interprétation exacte de l'évolution fondamentale d'un phénomène économique et de produire une meilleure 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 Daqum, Statistique Canada, no. 12-564F au catalogue, hors série.
- (3) Voir page suivante.

mine the seasonal factors necessary to calculate the final seasonally adjusted data, are, since May 1983, executed every month instead of once a year. This permits us to update each month the reference series from which we derive the final estimations of the seasonal factors with the previous month's revised data.

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

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

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

(3) See Table 30.

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

facteurs saisonniers nécessaires au calcul des données désaisonnalisées finales, sont depuis mai 1983, exécutées à chaque mois au lieu d'une seule fois par an. Il nous est donc possible de mettre à jour mensuellement les séries de référence desquelles on dérive les estimations finales des facteurs saisonniers, en employant les données les plus récentes disponibles.

Bien que la désaisonnalisation permette de mieux comprendre la tendance-cycle fondamentale d'une série, la série désaisonnalisée n'en contient pas moins une composante irrégulière. De légères variations d'un mois à l'autre dans la série désaisonnalisée peuvent n'être que de simples mouvements irréguliers; pour avoir une meilleure idée de la tendance fondamentale, les utilisateurs doivent donc examiner les séries désaisonnalisées d'un certain nombre de mois.

À cette fin, on retient l'usage des mois à dominance cyclique, ou MDC.(3) Il s'agit du plus petit nombre de mois pour lesquels un certain rapport devient et reste inférieur à l'unité; autrement dit, il s'agit de la période pendant laquelle le taux de variation moyen absolu de la tendance-cycle de la série désaisonnalisée est supérieur à celui de la composante irrégulière. Le MDC peut être considéré comme le nombre de mois que doit durer une variation de la série désaisonnalisée dans une direction donnée avant qu'on puisse être raisonnablement certain que la tendance-cycle de la série évolue dans la même direction. Ainsi, un MDC peu élevé est souhaitable puisqu'il indique la présence d'une série lisse. L'application d'une moyenne mobile aux données désaisonnalisées de période égale au MDC tend à lisser les mouvements irréguliers pouvant dissimuler la tendance-cycle fondamentale. La méthode de la moyenne mobile du MDC permet de réduire tous les genres de série à peu près au même niveau de lissage, quelle que soit la taille de la composante irrégulière dans la série initiale.

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

(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.

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

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

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

NUMBER OF SHOPPING DAYS

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

NOMBRE DE JOURS COMMERCIAUX

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

TEXT TABLE III. Number of Shopping Days, by Month, 1984 and 1985**TABLEAU EXPLICATIF III. Nombre de jours commerciaux, par mois, 1984 et 1985**

	1985		1984	
	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	26	4
February - Février	24	4	25	4
March - Mars	26	5	27	5
April - Avril	25	4	24	4
May - Mai	26	4	26	4
June - Juin	25	5	26	5
July - Juillet	26	4	26	4
August - Août	26	5	26	4
September - Septembre	24	4	24	5
October - Octobre	26	4	26	4
November - Novembre	26	5	26	4
December - Décembre	25	4	25	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.⁽⁵⁾ 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⁽⁵⁾. Ainsi, le dévoilement de données susceptibles de révéler des renseignements précis sur l'activité d'une entreprise particulière est systématiquement contrôlé suivant des dispositions strictes de telle sorte qu'aucun renseignement jugé secret ne soit publié ou divulgué. L'application des règles sur le caractère secret d'une partie des résultats des enquêtes sur le commerce s'établit donc de manière à ce qu'aucune donnée ne soit révélée pour des cellules (ou unités statistiques) composées de moins de trois compagnies, ou encore de trois ou plus lorsque celles-ci sont dominées par une ou deux compagnies. Par la suite l'information concernant ces cellules est dissimulée en inscrivant un X aux différents postes visés dans la publication.

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

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

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

TEXT TABLE II. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1983-1985

TABLEAU EXPLICATIF II. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1983-1985

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	%

1983:

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

1984:

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

1985:

January - Janvier	219.9	692,671	+ 6.7	314,994	+ 4.0
February - Février					
March - Mars					
April - Avril					
May - Mai					
June - Juin					
July - Juillet					
August - Août					
September - Septembre					
October - Octobre					
November - Novembre					
December - Décembre					
Year - Année					

EXPLANATORY NOTES

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

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

The sales-stocks ratios(7) are derived by dividing the dollar volume of the sales for the month by the average of the beginning and ending stocks at selling value for the month.

The metropolitan areas are census metropolitan areas.

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

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

(6) See Table 26.

(7) See Table 27.

NOTES EXPLICATIVES

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

On obtient les ratios stocks-ventes(6) en divisant la valeur marchande des stocks à la fin du mois par le chiffre des ventes pour le mois.

On obtient les ratios ventes-stocks(7) en divisant le chiffre des ventes pour le mois par la valeur marchande moyenne des stocks en début et en fin de mois.

Les régions métropolitaines correspondent aux régions métropolitaines du recensement.

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

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

(6) Voir tableau 26.

(7) Voir tableau 27.



APPENDIX VI - APPENDICE VI

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

Ayre's Ltd., Water St., St. John's, Newfoundland
Baine Johnstone & Company Ltd., Bowring Division, P.O. Box 4100, St. John's, Newfoundland
Caplan, C., Ltd., 135 Rideau St., Ottawa, Ontario (Closed July 1984 - Fermée Juillet 1984)
Eaton, T., Co. Canada Ltd., 290 Yonge St., Toronto, Ontario
Goudies Ltd., 22 King St. W., Kitchener, Ontario(1)
Holman, R.T., Ltd., Water St., Summerside, Prince Edward Island
Hougens Ltd., 305 Main St., Whitehorse, Yukon(2)
Hougens Watson Lake 84, Box 97, Watson Lake, Yukon(2)
Hubert, Magasin J.O., Ltée, 163-165 rue Principale, Maniwaki, Québec
Hudson's Bay Co., 2 Bloor St. E., Toronto, Ontario(2)
Lloydminster & District Agricultural Co-op Association Ltd., 4910-50th St., Lloydminster, Saskatchewan
Ogilvy, Charles, Ltd., 126 Rideau St., Ottawa, Ontario
Ogilvy's, James A., Ltd., Ste-Catherine St. W., Montréal, Québec
Right House, The, Co. Ltd., 35-41 King St. E., Hamilton, Ontario (Closed February 1983 - Fermée février 1983)
Robinson, The G.W., Co. Ltd., 18 James St., Hamilton, Ontario
Simpsons Ltd., 176 Yonge St., Toronto, Ontario
Sears Canada Inc., 222 Jarvis St., Toronto, Ontario
Smith & Chapple Ltd., 24 Birch St., Chapleau, Ontario
Woodward Stores 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(2)
Zeller's Ltd., 5250 Décarie Blvd., Montréal, Québec

- (1) Goudies Ltd. has been reclassified to the "Family Clothing" trade group as of January 1, 1985.
(1) Goudies Ltd. est reclassifié au groupe des magasins de "vêtements pour famille" depuis le 1^{er} janvier 1985.
(2) All department stores in the Yukon and Northwest Territories have been reclassified to the "General Merchandise" trade group as of January 1, 1985.
(2) Tous les grands magasins du Yukon et des Territoires du Nord-Ouest sont reclassifiés à d'autres genres de commerce du groupe des magasins de "Marchandises diverses" depuis le 1^{er} janvier 1985.

SELECTED PUBLICATIONS

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

Catalogue

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

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

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

Total sales and percentage changes of sales by region.

63-005 Retail Trade. M. Bil. Approx. 65 pp. First Issue, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total retail sales by province and kind of business, for chain and independent stores; seasonally adjusted sales, Canada.

63-007 New Motor Vehicle Sales. M. Bil. Approx. 15 pp. First Issue, 1932. (ISSN 0705-5595).

Number and value of new passenger cars, trucks and buses sold by province and by origin (Canada and U.S. or imported). Monthly unit sales, by type and origin, seasonally adjusted.

63-014 Merchandising Inventories. M. Bil. 24 pp. First Issue, 1972. (ISSN 0380-7177).

Inventories and stocks/sales ratios, by type of trade for wholesale, by department for department stores, by kind of business for chain stores and independent stores: quarterly percentage changes for independent stores by kind of business.

63-210 Retail Chain and Department stores. A. Bil. Approx. 74 pp. First Issue, 1933 (ISSN 0380-7878).

Total retail sales by chain and department stores by province, selected localities and kind of business including data on floor area, inventory and accounts receivable.

CHOIX DE PUBLICATIONS

Les publications suivantes se trouvent à la Section du commerce de détail, Division du commerce et des services.

Catalogue

63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M. Bil. 36 pages. Premier numéro, 1938. (ISSN 0380-7045).

Ventes totales et nombre de points de vente par provinces et certaines régions métropolitaines, ventes et stocks par rayon, Canada.

63-004 Ventes des grands magasins par région. Rapport provisoire. M. Bil. 1 page. Premier numéro, 1950. (ISSN 0709-8650).

Variations en pourcentage et ventes par région.

63-005 Commerce de détail. M. Bil. Environ 65 pages. Premier numéro, 1929. (ISSN 0380-6146).

Total des ventes au détail par province et genre de commerce, pour les magasins à succursales et les magasins indépendants; chiffres désaisonnalisés, Canada.

63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M. Bil. Environ 15 pages. Premier numéro, 1932. (ISSN 0705-5595).

Nombre et valeur des voitures particulières, des camions et des autobus neufs vendus par province et par lieu d'origine (Canada et E.-U. ou importés). Ventes unitaires mensuelles selon le type et l'origine, après désaisonnalisation.

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

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

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

Total des ventes au détail pour les magasins à succursales et les grands magasins selon la province, certaines agglomérations et le genre de commerce, incluant des données sur la superficie totale, les stocks, et les comptes à recevoir.

Catalogue

63-213 Vending Machine Operators. A. Bil. 21 pp. First Issue, 1958. (ISSN 0527-6411).

Sales of merchandise through automatic vending machines, by type of machine and by location, Canada and provinces.

63-218 Direct Selling Canada. A. Bil. 14 pp. First Issue, 1966-67. (ISSN 0590-5702).

Sales of various commodities by method of distribution: by personal selling, by mail, from premises, etc.

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

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

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

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

63-538 Retail Trade Historical Statistics, 1972-1979. O. Bil. 695 pp. (ISBN 0-660-506-13-0).

The publication provides revised retail trade estimates for the years 1972 to 1979, both unadjusted and seasonally adjusted and also sections on definitions, concepts, classifications, methodology and data reliability.

Operating Results - Retail 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.

DEPARTMENT STORE COMMODITY REFERENCE LIST

Department

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

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

2. Women's and Misses' Coats and Suits

Coats: cloth including fur trimmed, car coats, raincoats, and imitation fur coats - juniors', misses' and women's.

Suits: readymade and made-to-measure - juniors', misses' and women's.

3. Women's and Misses' Sportswear

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

4. Furs

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

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

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

Infants' Bath Equipment and Toiletries

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

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

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

6. Girls' and Teenage Girls' Wear

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

7. Lingerie and Women's Sleepwear

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

8. Intimate Apparel

Including corsets, girdles, garter belts and brassieres.

9. Millinery

Including hats, berets, hat trimmings and hair pieces.

10. Women's and Girls' Hosiery

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

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

Including gloves, mitts, scarves, shawls, blouselets, bandanas, belts, buttonholes, corsets, collar and cuff sets, collars, dress and coat ornaments, handkerchiefs, purses, small leather goods and umbrellas.

RÉPERTOIRE DES MARCHANDISES DES GRANDS MAGASINS

Rayon

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

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

2. Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles

Manteaux: de drap, y compris ceux qui sont garnis de fourrure, manteaux d'auto, imperméables et manteaux imitation fourrure - pour fillettes, jeunes filles et dames.

Tailleurs: prêts à porter et faits sur mesure - pour fillettes, jeunes filles et dames.

3. Vêtements sport pour dames et jeunes filles

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

4. Fourrures

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

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

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

Articles pour le bain et la toilette des bébés

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

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

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

6. Vêtements pour fillettes et adolescentes

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

7. Lingerie et vêtements de nuit pour dames

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

8. Sous-vêtements

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

9. Chapeaux

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

10. Bas pour dames et jeunes filles

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

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

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

DEPARTMENT STORE COMMODITY REFERENCE LIST - Continued

Department - Continued

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

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

13. Men's Clothing

Including coats, suits, trousers and jackets.

14. Men's Furnishings

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

15. Boys' Clothing and Furnishings

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

16. Men's and Boys' Footwear

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

17. Food and Kindred Products

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

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

18. Toiletries, Cosmetics and Drugs

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

Patent medicines and drug preparations and sundries.

Prescriptions

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

Health Appliances and equipment, including supporters and health lamps.

Medical, Surgical and Therapeutic Goods

Shavers and shaving supplies.

19. Photographic Equipment and Supplies

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

20. Piece Goods

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

21. Linen and Domestics

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

RÉPERTOIRE DES MARCHANDISES DES GRANDS MAGASINS - suite

Rayon - suite

12. Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants

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

13. Vêtements pour hommes

Y compris manteaux, complets, pantalons et vestes.

14. Articles d'habillement pour hommes

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

15. Vêtements et articles d'habillement pour garçons

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

16. Chaussures pour hommes et garçons

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

17. Produits alimentaires et connexes

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

18. Articles de toilette, cosmétiques et médicaments

Articles de toilette: produits et préparations pour la toilette

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

Médicaments brevetés, préparations pharmaceutiques et articles divers.

Ordonnances

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

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

Produits médicaux, chirurgicaux et thérapeutiques

Rasoirs et articles pour la barbe

19. Appareils et fournitures photographiques

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

20. Tissus à la pièce

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

21. Lingerie et linge de maison

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

DEPARTMENT STORE COMMODITY REFERENCE LIST - Continued

Department - Continued

22. Smallwares and Notions

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

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

23. China and Glassware

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

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

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

24. Floor Coverings

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

25. Draperies, Curtains and Furniture Coverings

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

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

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

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

Pictures

Mirrors

27. Furniture

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

Beds, mattresses, springs and convertible beds.

Fireplace accessories.

Summer, garden and cottage furniture.

Office furniture.

28. Major Appliances

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

29. Television, Radio and Music

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

RÉPERTOIRE DES MARCHANDISES DES GRANDS MAGASINS - suite

Rayon - suite

22. Menus articles

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

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

23. Porcelaine et verrerie

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

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

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

24. Revêtements de plancher

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

25. Tentures, rideaux, housses

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

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

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

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

Tableaux

Miroirs

27. Meubles

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

Lits, matelas, sommiers et lits transformables.

Accessoires de cheminée.

Meubles d'été, de jardin et de chalet.

Meubles de bureau.

28. Gros appareils ménagers

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

29. Télévision, radio et musique

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

DEPARTMENT STORE COMMODITY REFERENCE LIST - Continued

Department - Continued

30. Housewares and Small Electrical Appliances

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

31. Hardware, Paints, Wallpaper, etc.

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

32. Plumbing, Heating and Building Materials

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

33. JewelleryClocks and watches

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

Costume JewelleryFine Jewellery34. Toys and Games

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

35. Sporting Goods and Luggage

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

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

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

Bicycles, Accessories and SuppliesBoats and Marine AccessoriesPower Snow Sleds

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

RÉPERTOIRE DES MARCHANDISES DES GRANDS MAGASINS - suite

Rayon - suite

30. Articles de ménage et petits appareils électriques

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

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

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

32. Matériaux de plomberie, de chauffage et de construction

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

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

33. BijouterieHorloges et montres

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

Bijouterie en FauxBijouterie en fin34. Jouets et jeux

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

35. Articles de sport et valises

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

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

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

Bicyclettes, accessoires et fournituresBateaux et accessoiresAutos-neige

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

DEPARTMENT STORE COMMODITY REFERENCE LIST - Concluded

Department - Concluded

36. Stationery, Books and Magazines

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

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

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

38. Receipts from Meals and Lunches

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

39. Receipts from Repairs and Services

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

40. All Other Departments

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

RÉPERTOIRE DES MARCHANDISES DES GRANDS MAGASINS - fin

Rayon - fin

36. Papeterie, livres et revues

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

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

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

38. Recettes provenant des repas et casse-croûte

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

39. Recettes provenant des services et des travaux de réparations

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

40. Tous autres rayons

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



Canadä