

Department store sales and stocks

September 1985



Ventes et stocks des grands magasins

Septembre 1985

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,
Industry Division,

Statistics Canada, Ottawa, K1A 0T6 (Telephone: 990-9656) 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 | (973-6586) | 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.

1(613)993-7276

Toronto
Credit card only (973-8018)

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 du commerce de détail,
Division de l'industrie,

Statistique Canada, Ottawa, K1A 0T6 (téléphone: 990-9656) 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 | (973-6586) | Vancouver | (666-3691) |

Un service d'appel interurbain sans frais est offert, dans toutes les provinces et dans les territoires, aux utilisateurs qui habitent à l'extérieur des zones de communication locale des centres régionaux de consultation.

| | |
|---|--------------------|
| Terre-Neuve et Labrador | Zénith 0-7037 |
| Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick et Île-du-Prince-Édouard | 1-800-565-7192 |
| Québec | 1-800-361-2831 |
| Ontario | 1-800-268-1151 |
| Manitoba | 1-800-282-8006 |
| Saskatchewan | 1(112)800-667-3524 |
| Alberta | 1-800-222-6400 |
| Colombie-Britannique (sud et centrale) | 112-800-663-1551 |
| Yukon et nord de la C.-B. (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.) | Zénith 0-8913 |
| Territoires du Nord-Ouest (territoire desservi par la NorthwestTel Inc.) | Zénith 2-2015 |

Comment commander les publications

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

1(613)993-7276

Toronto
Carte de crédit seulement (973-8018)

Statistics Canada

Industry Division
Retail Trade Section

Department store sales and stocks

September 1985

Statistique Canada

Division de l'industrie
Section du commerce de détail

Ventes et stocks des grands magasins

Septembre 1985

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

© Minister of Supply
and Services Canada 1985

December 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. 9

ISSN 0380-7045

Ottawa

Publication autorisée par
le ministre des Approvisionnements et
Services Canada

© Ministre des Approvisionnements
et Services Canada 1985

Décembre 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° 9

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 zero.
- 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 Division staff, 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:

- . D. Desjardins, director, Industry Division
- . R. Rasia, chief, Retail Trade Section, Industry Division

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 zéro.
- 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 la Division CANSIM, 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:

- . D. Desjardins, directeur, Division de l'industrie
- . R. Rasia, chef, Section du commerce de détail, Division de l'industrie

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. Comptes à recevoir des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985 | x |
| 6. Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisations | 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, selon 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, selon 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

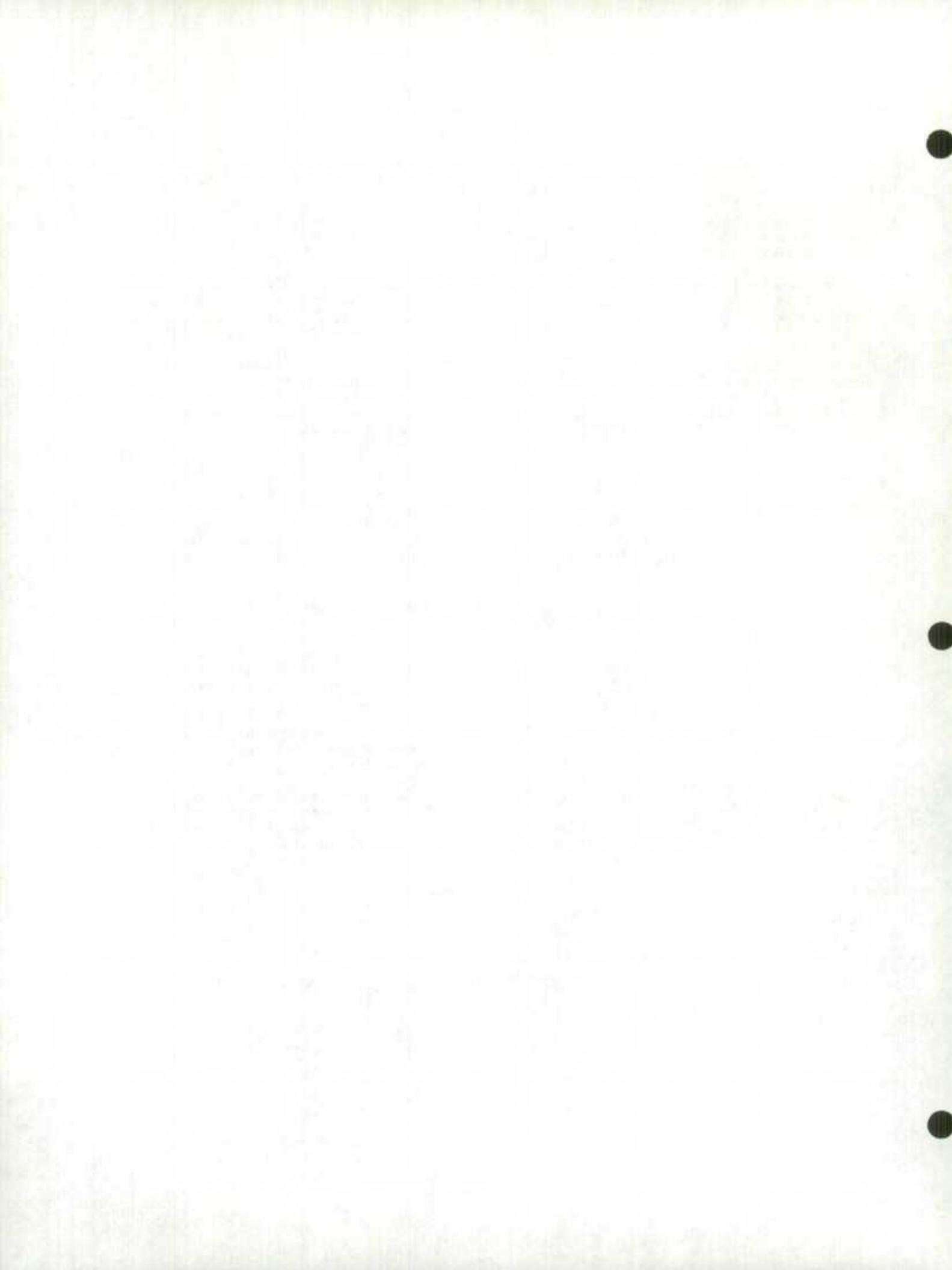
| Tableau | Page |
|--|------|
| 7. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, par province, 1984 et 1985 | 10 |
| 8. Ventes mensuelles des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985 | 10 |
| 9. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, par province, 1984 et 1985 | 12 |
| 10. Nombre de points de vente de l'ensemble des grands magasins, selon 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, selon 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, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985 | 16 |
| 15. Total des 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, selon 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, selon 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, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985 | 21 |

TABLE OF CONTENTS - Concluded

| | Page |
|--|----------------|
| Table | |
| 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 Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1983-1985 | 33 |
| 31. Department Store Sales and Stocks, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 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 52 |
| VI. List of Department Store Organizations | 53 |
| Selected Publications | |

TABLE DES MATIÈRES - fin

| | Page |
|--|----------------|
| Tableau | |
| 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. Comptes à recevoir, non désaisonnalisés, des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985 | 32 |
| 29. Comptes à recevoir, désaisonnalisés, des grands magasins à la fin du mois, Canada, 1983-1985 | 32 |
| 30. Ventes mensuelles des grands magasins, estimations en dollars courants et constants, 1983-1985 | 33 |
| 31. Ventes et stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1985 | 34 |
| Appendice | |
| 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 52 |
| VI. Liste des organisations de grands magasins | 53 |
| Choix de publications | |



INTRODUCTION

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

For the purpose of this publication, only the activities of actual department store "locations" of department store organizations are considered, thereby enabling the "location" concept, which is common to both the census and the current survey program of the Industry Division (formerly 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.

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

Aux fins de cette publication, seules les activités des "lieux d'affaires" réels des firmes de grands magasins sont étudiées; on peut ainsi faire appel au concept des "points de vente", qui est commun au recensement et au programme d'enquête courant de la Division de l'industrie, (anciennement 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 faisant 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

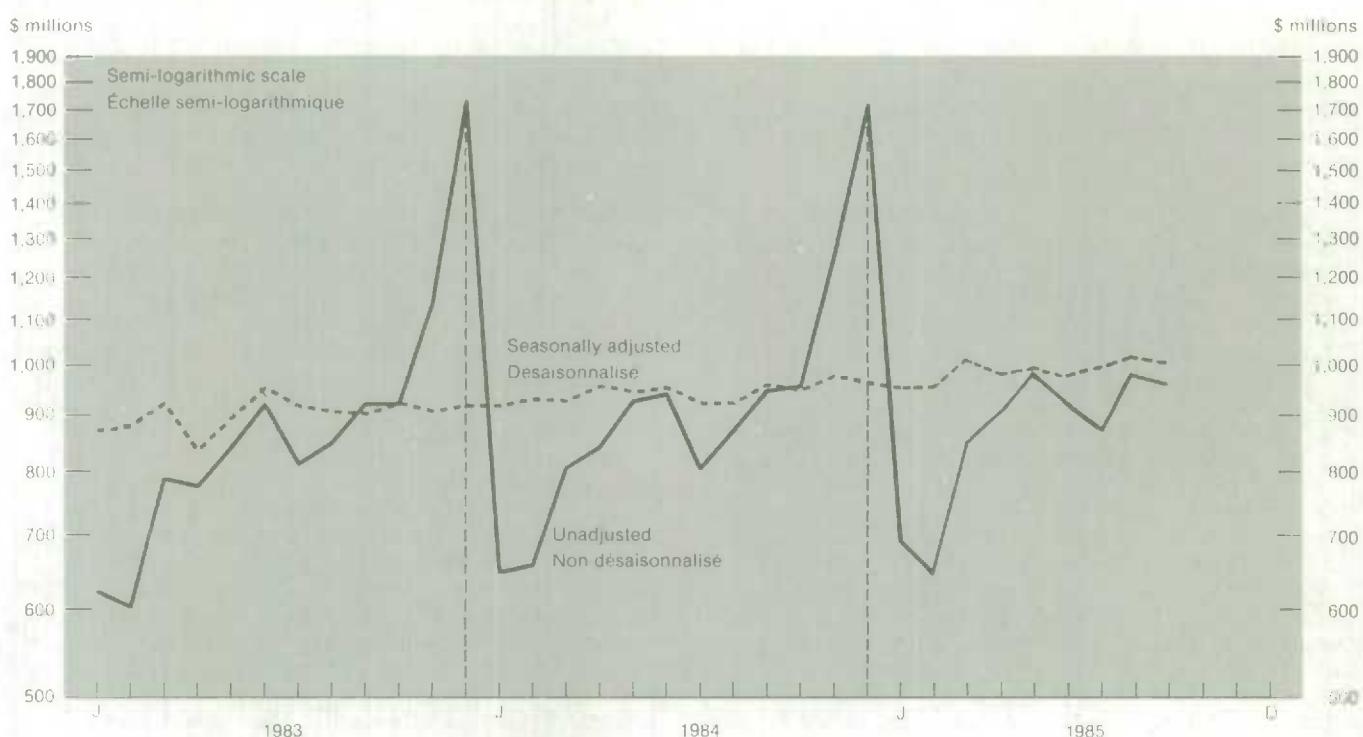


Chart – 2

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

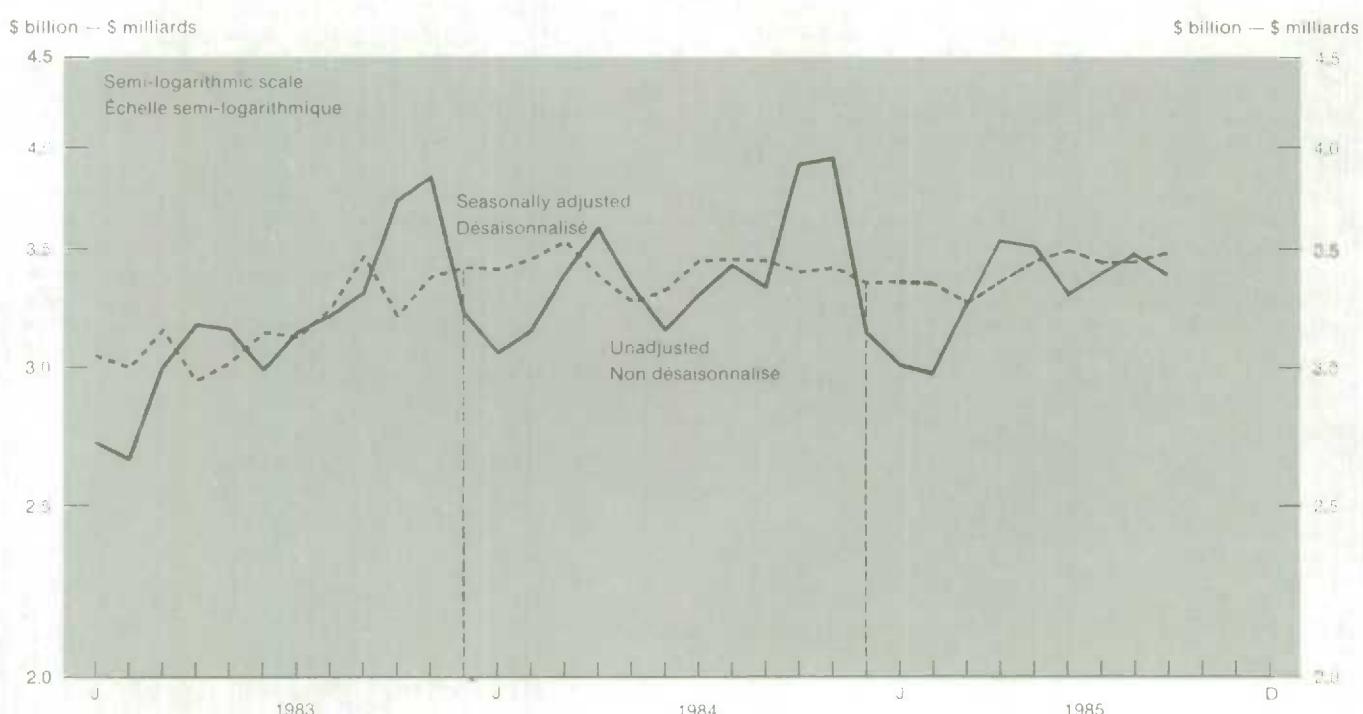


Chart — 3

Graphique — 3

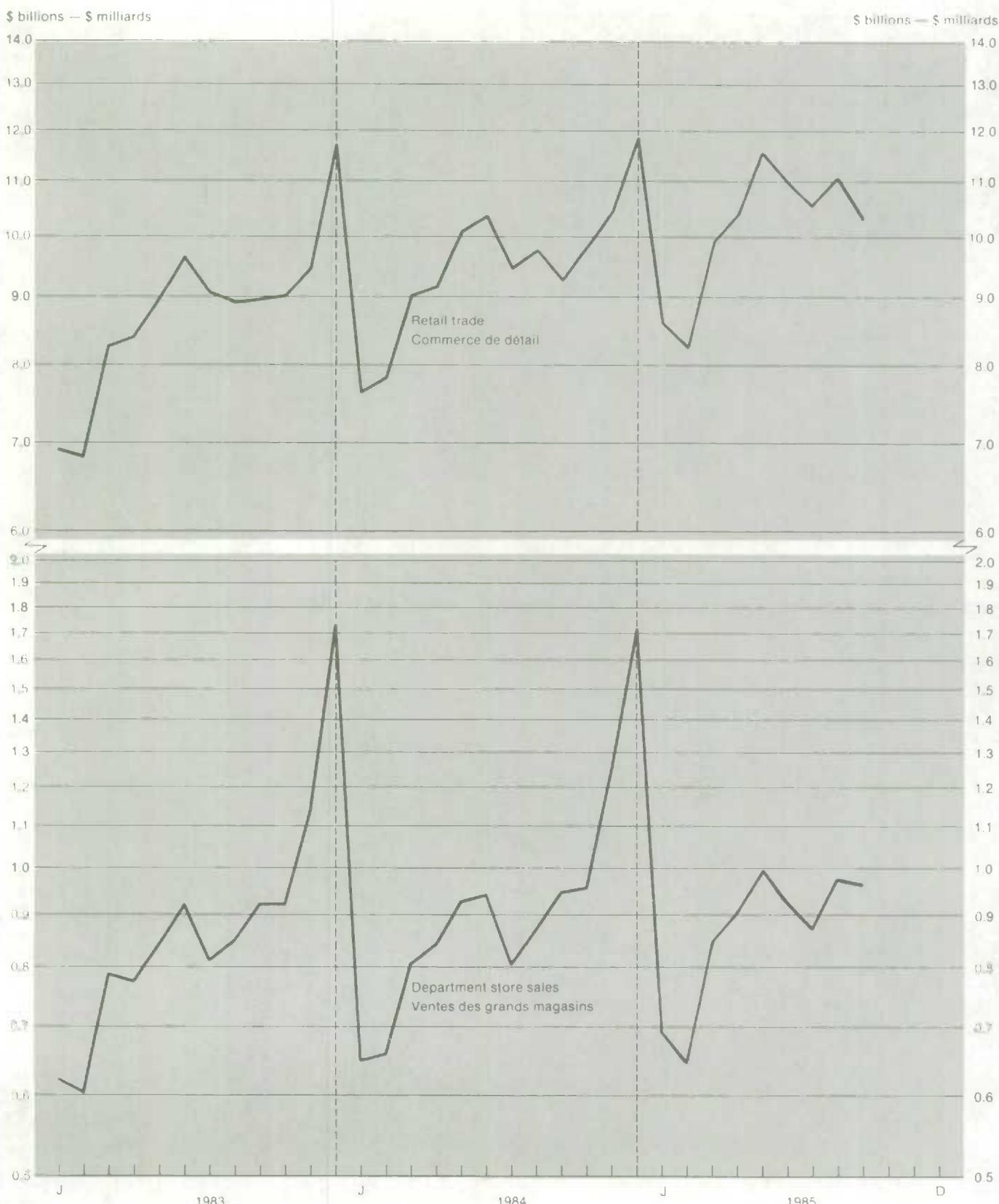
Department Store Sales and Total Retail Trade, by Month, Canada, 1983-1985**Ventes des grands magasins et commerce de détail total, par mois, Canada, 1983-1985**

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

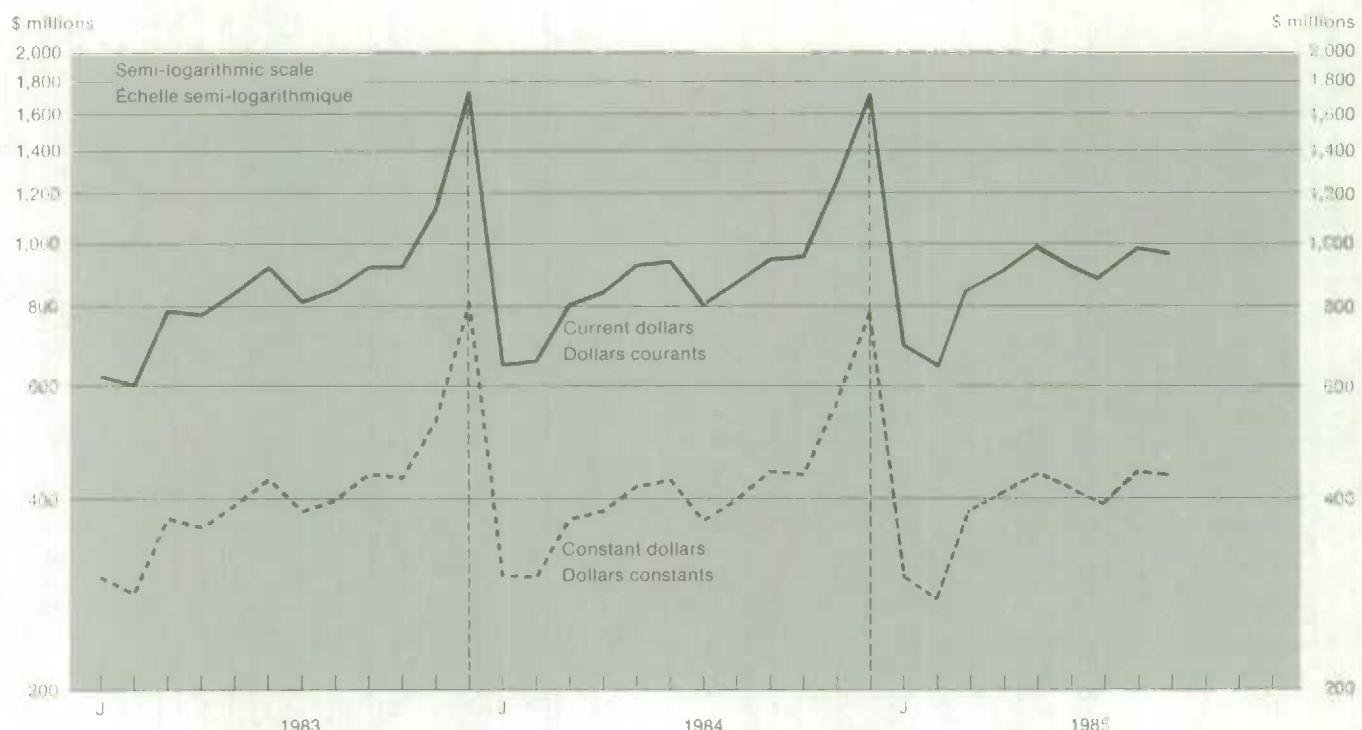


Chart – 5

Graphique - 5

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

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

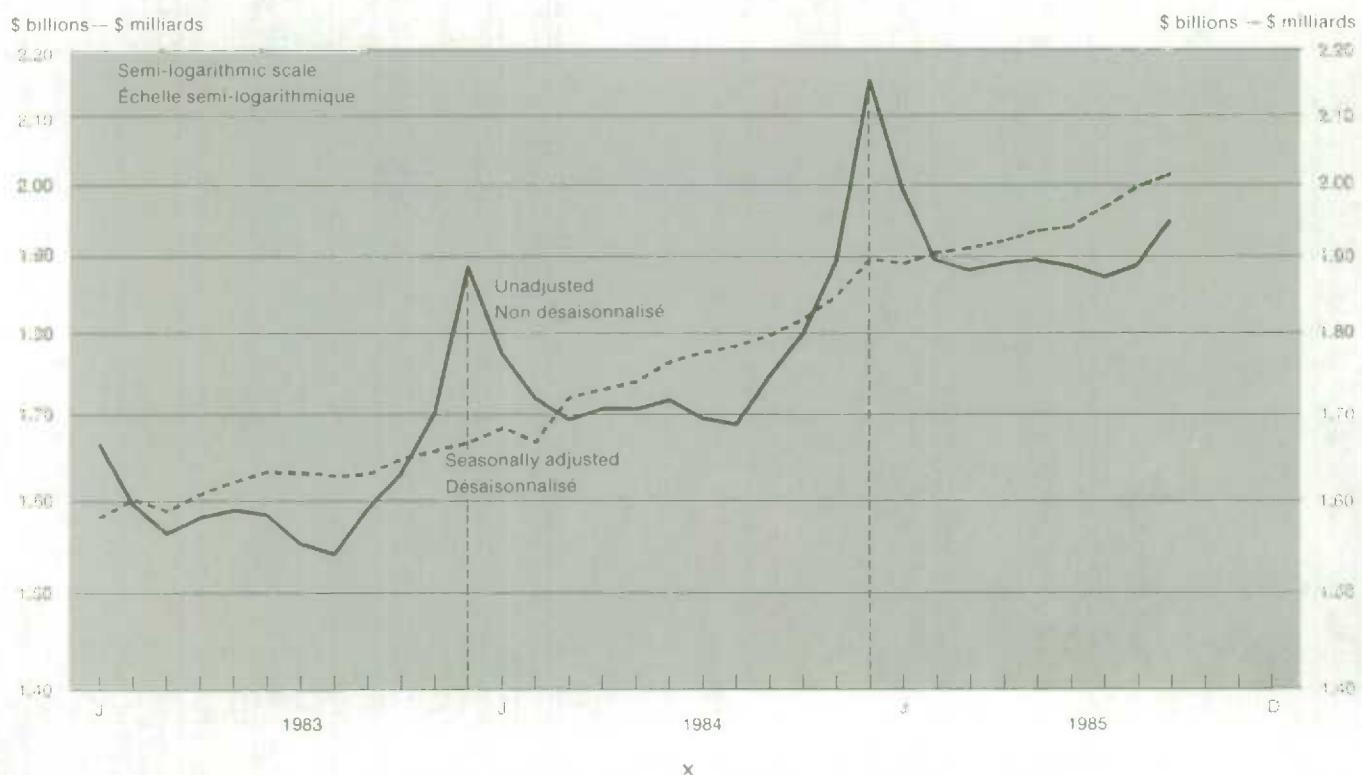
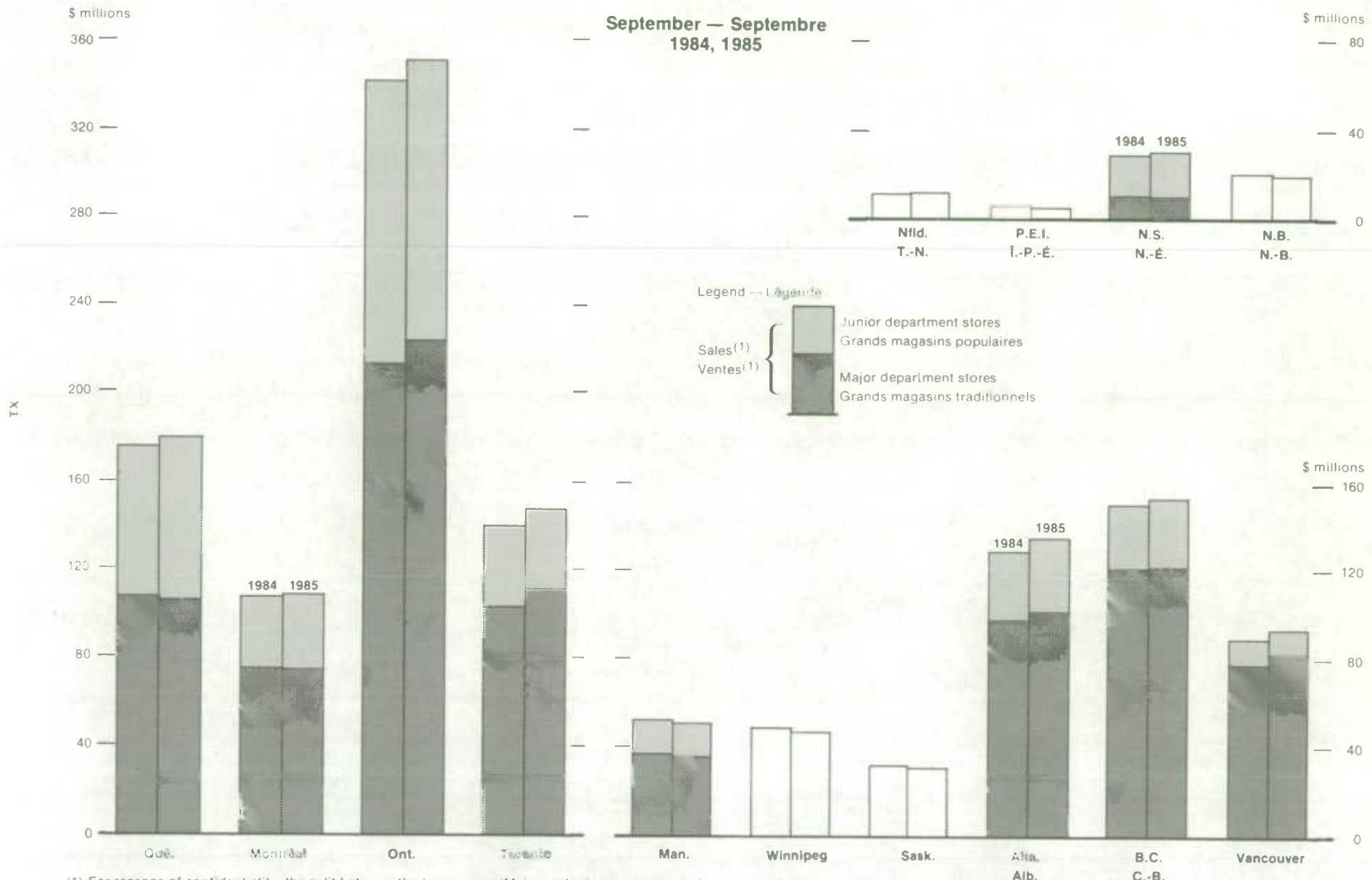


Chart — 6

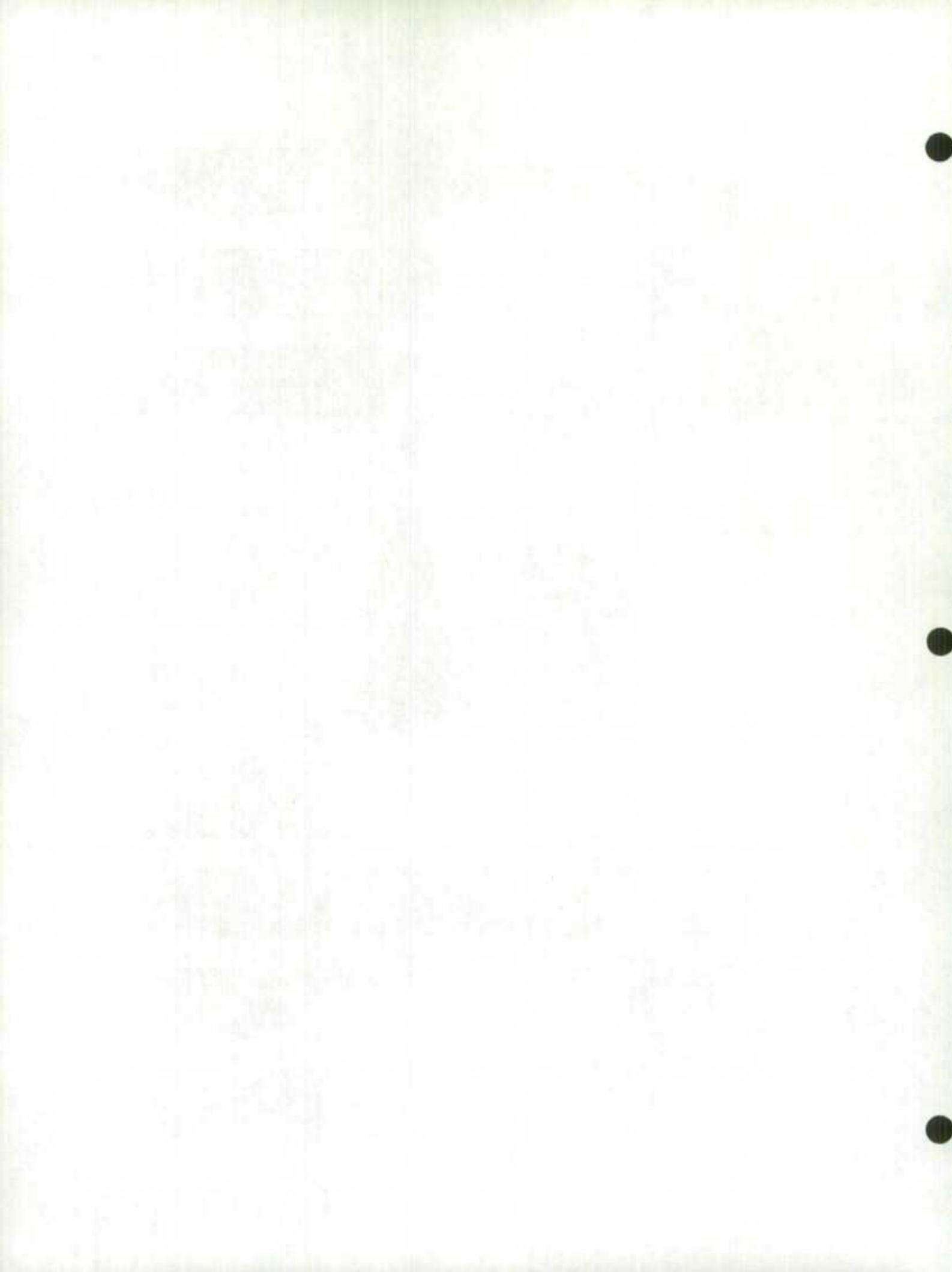
Department Store Sales, Provincial Distribution by Type of Organization
Ventes des grands magasins, distribution provinciale par genre d'organisations

Graphique — 6



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

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



HIGHLIGHTS

Seasonally Adjusted Sales

- Adjusted for seasonal fluctuations, holidays and the number of trading days, total department store sales in September 1985 decreased by 1.4% to \$1,005.4 million from the revised August 1985 level of \$1,020.0 million. Among the 24 departments recording lower sales, the most notable decreases were reported in television, radio and music (-13.4%), girls' and teenage girls' wear (-12.1%), and boys' clothing and furnishings (-11.0%). The largest increases were recorded in gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies (+17.3%), women's and misses' coats and suits (+17.1%) and furniture (+7.4%).

Unadjusted Sales

- Department stores in Canada reported unadjusted sales totalling \$964.8 million in September 1985, up 1.8% from the September 1984 level. Sales were higher in 21 of the 40 departments with the largest increases reported in hardware, paints, wallpaper, etc. (+18.3%), floor coverings (+15.2%) and furs (+13.8%). The most notable decreases were recorded for photographic equipment and supplies (-12.9%), girls' and teenage girls' wear (-10.8%) and piece goods (-8.4%).

- At the provincial level, when compared to last year, department store sales were higher in six provinces. Gains ranged from 0.5% in Nova Scotia to 5.3% in Alberta. Sales decreases ranged from 2.8% in New Brunswick to 8.7% in Prince Edward Island. With the exception of Winnipeg (-3.6%), sales increased in all remaining metropolitan areas surveyed with gains ranging from 0.4% in Ottawa-Hull to 8.4% in Hamilton.

- Sales by major department stores in September 1985 reached \$626.9 million, up 1.2% from the corresponding month a year earlier, while junior department stores had sales of \$338.0 million, up 3.1% over the same period last year.

POINTS SAILLANTS

Ventes désaisonnalisées

- Les ventes des grands magasins, corrigées en fonction des variations saisonnières et du nombre de journées d'affaires, ont diminué de 1.4% en septembre 1985, en regard du mois d'août 1985 (\$1,020.0 millions - chiffre révisé) pour s'établir à \$1,005.4 millions. Des 24 rayons qui ont connu des baisses des ventes, on a constaté les diminutions les plus marquées dans les rayons de téléviseurs, radios et musique (-13.4%), de vêtements de fillettes et d'adolescentes (-12.1%) et de vêtements et articles d'habillement pour garçons (-11.0%). Par contre, les plus fortes hausses des ventes ont été observées dans les rayons d'essence, huile, accessoires d'automobiles, réparation et fournitures (+17.3%), de manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles (+17.1%) et de meubles (+7.4%).

Ventes non désaisonnalisées

- Les ventes des grands magasins, sans ajustements saisonniers, ont totalisé \$964.8 millions en septembre 1985, soit 1.8% de plus qu'en septembre 1984. Des 40 rayons pour lesquels on recueille des données, 21 ont indiqué des hausses. Les augmentations les plus fortes ont été enregistrées dans les rayons de quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc. (+18.3%), de revêtements de plancher (+15.2%) et de fourrures (+13.8%). Les baisses les plus notables ont été signalées dans les rayons d'appareils et fournitures photographiques (-12.9%), de vêtements de fillettes et d'adolescentes (-10.8%) et de tissus à la pièce (-8.4%).

- Au niveau provincial, les ventes des grands magasins ont haussé dans six provinces, par rapport à l'an dernier. Les augmentations s'échelonnant de 0.5% en Nouvelle-Écosse à 5.3% en Alberta. Les baisses des ventes étaient comprises entre 2.8% au Nouveau-Brunswick et 8.7% à l'Île-du-Prince-Édouard. À l'exception de Winnipeg qui a signalé une baisse de 3.6%, toutes les régions métropolitaines visées par l'enquête ont rapporté des ventes accrues, les gains s'échelonnant de 0.4% à Ottawa-Hull à 8.4% à Hamilton.

- Les ventes des grands magasins traditionnels, en septembre 1985, se sont chiffrées à \$626.9 millions, soit une hausse de 1.2% par rapport aux ventes enregistrées à pareille date l'an dernier. Les grands magasins populaires ont, quant à eux, indiqué des ventes s'élevant à \$338.0 millions, ce qui représente un gain de 3.1% en regard de septembre de l'année dernière.

- In September 1985, there were 800 retail locations operated by department store organizations, four more than the number reported for August 1985, and four more than in September 1984. Of this total number, 319 locations were operated by major department store organizations and 481 by junior department store organizations.
- Cumulative unadjusted sales of all department stores for the third quarter of 1985 reached \$2,820.4 million, 7.4% higher than the \$2,626.4 million reported in 1984. Cumulative sales for the first nine months of 1985 totalled \$7,828.9 million, an increase of 5.0% over the \$7,457.7 million reported a year earlier.
- In September 1985, total department store sales constituted 9.4% of all retail sales in Canada, a decrease from the 10.1% share held in September 1984.

Stocks

- The unadjusted selling value of inventories held by department stores in September 1985 was \$3,392.8 million, up 2.1% from September 1984. Seasonally adjusted department store stocks totalled \$3,452.6 million, down 0.8% from the August 1985 revised value of \$3,479.5 million.

Accounts Receivable

- The total value of accounts receivable of all department store organizations in September 1985 amounted to \$1,953.0 million, up 3.4% from the \$1,888.3 million recorded in August 1985.

● En septembre 1985, on a dénombré un total de 800 points de vente au détail exploités par les sociétés de grands magasins, soit quatre de plus qu'en août 1985 et quatre de plus qu'en septembre 1984. De ce total, 319 ont été exploités par les sociétés de grands magasins traditionnels et 481 par les sociétés de grands magasins populaires.

● Les ventes cumulatives, non désaisonnalisées, pour l'ensemble des grands magasins, ont atteint \$2,820.4 millions au cours du troisième trimestre de 1985, soit 7.4% de plus qu'au cours de la période correspondante en 1984 (\$2,626.4 millions). Les ventes cumulatives pour les neuf premiers mois de 1985, ont totalisé \$7,828.9 millions, soit une hausse de 5.0% par rapport au total de \$7,457.7 millions signalés pour la période correspondante en 1984.

● En septembre 1985, les ventes totales des grands magasins ont représenté 9.4% de l'ensemble des ventes au détail au Canada, soit un recul par rapport à la part de 10.1% détenue en septembre 1984.

Stocks

● La valeur marchande, non désaisonnalisée, des stocks détenus en septembre 1985, a haussé de 2.1% par rapport au mois correspondant l'année dernière, pour s'établir à \$3,392.8 millions. La valeur désaisonnalisée des stocks a, quant à elle, connu une baisse de 0.8% par rapport au mois précédent (\$3,479.5 millions - chiffre révisé) et s'est élevée à \$3,452.6 millions.

Comptes à recevoir

● En septembre 1985, la valeur totale des créances à recouvrer par les sociétés de grands magasins s'est chiffrée à \$1,953.0 millions, soit 3.4% de plus que la valeur enregistrée en août 1985 (\$1,888.3 millions).

Statistical Tables

Tableaux statistiques

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

| No. | Department | 1985 | | | | | | | |
|----------------------|--|---------|----------|---------|---------|---------|---------|---------|--|
| | | January | February | March | April | May | June | July | |
| | | Janvier | Février | Mars | Avril | Mai | Juin | Juillet | |
| thousands of dollars | | | | | | | | | |
| milliers de dollars | | | | | | | | | |
| 1 | Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms | 8,867 | 10,054 | 15,827 | 18,842 | 25,147 | 19,332 | 17,248 | |
| 2 | Women's and misses' coats and suits | 13,162 | 12,112 | 21,186 | 17,185 | 10,924 | 7,916 | 7,073 | |
| 3 | Women's and misses' sportswear | 33,141 | 38,002 | 55,553 | 58,259 | 71,734 | 58,577 | 52,421 | |
| 4 | Furs | 5,127 | 3,539 | 1,705 | 1,236 | 386 | 563 | 1,197 | |
| 5 | Infants' and children's wear and nursery equipment | 18,380 | 18,267 | 23,097 | 24,333 | 23,718 | 22,528 | 21,846 | |
| 6 | Girls' and teenage girls' wear | 8,774 | 9,727 | 18,744 | 17,933 | 18,241 | 13,813 | 13,676 | |
| 7 | Lingerie and women's sleepwear | 11,844 | 12,085 | 15,449 | 16,045 | 20,143 | 16,948 | 18,156 | |
| 8 | Intimate apparel | 9,077 | 7,928 | 11,305 | 11,711 | 12,584 | 11,902 | 11,458 | |
| 9 | Millinery | 1,560 | 1,069 | 1,179 | 1,457 | 1,348 | 1,149 | 1,193 | |
| 10 | Women's and girls' hosiery | 8,561 | 7,590 | 10,813 | 11,389 | 11,574 | 9,495 | 7,170 | |
| 11 | Women's and girls' gloves, mitts and accessories | 10,182 | 9,180 | 13,746 | 14,434 | 16,863 | 13,197 | 10,788 | |
| 12 | Women's, misses' and children's footwear | 15,387 | 14,277 | 24,925 | 28,338 | 29,441 | 23,583 | 21,099 | |
| 13 | Men's clothing | 23,420 | 23,040 | 35,906 | 37,181 | 38,631 | 43,374 | 29,611 | |
| 14 | Men's furnishings | 36,519 | 36,519 | 39,157 | 40,722 | 48,046 | 56,685 | 46,288 | |
| 15 | Boys' clothing and furnishings | 7,730 | 7,773 | 7,725 | 7,736 | 7,240 | 7,845 | 10,905 | |
| 16 | Men's and boys' footwear | 20,577 | 17,187 | 16,935 | 17,360 | 18,463 | 16,384 | 15,407 | |
| 17 | Food and kindred products | 31,708 | 31,056 | 36,138 | 35,290 | 35,008 | 35,109 | 30,102 | |
| 18 | Toiletries, cosmetics and drugs | 44,181 | 45,798 | 50,385 | 49,880 | 54,188 | 51,749 | 49,399 | |
| 19 | Photographic equipment and supplies | 8,596 | 7,143 | 9,237 | 9,744 | 10,591 | 13,073 | 12,362 | |
| 20 | Piece goods | 2,809 | 3,130 | 4,149 | 3,304 | 4,032 | 3,203 | 3,124 | |
| 21 | Linens and domestics | 31,393 | 18,082 | 24,667 | 24,800 | 29,360 | 28,945 | 31,758 | |
| 22 | Smallwares and notions | 9,272 | 7,386 | 8,651 | 7,700 | 7,483 | 7,084 | 7,350 | |
| 23 | China and glassware | 7,208 | 7,887 | 10,144 | 9,676 | 13,474 | 10,494 | 10,455 | |
| 24 | Floor coverings | 8,851 | 9,143 | 11,711 | 12,475 | 13,137 | 12,748 | 14,385 | |
| 25 | Draperies, curtains and furniture coverings | 9,904 | 9,771 | 13,429 | 14,418 | 16,327 | 15,489 | 16,232 | |
| 26 | Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings | 5,569 | 4,787 | 6,403 | 7,095 | 6,408 | 6,341 | 7,392 | |
| 27 | Furniture | 42,715 | 32,951 | 45,260 | 48,996 | 49,727 | 50,180 | 54,593 | |
| 28 | Major appliances | 39,936 | 32,286 | 41,867 | 42,455 | 45,442 | 45,854 | 52,979 | |
| 29 | Television, radio and music | 32,827 | 29,117 | 37,678 | 35,057 | 29,059 | 32,174 | 33,653 | |
| 30 | Housewares and small electrical appliances | 25,526 | 26,051 | 26,031 | 28,339 | 32,284 | 32,130 | 32,496 | |
| 31 | Hardware, paints, wallpaper, etc. | 20,892 | 16,554 | 22,570 | 34,262 | 47,424 | 40,646 | 35,819 | |
| 32 | Plumbing, heating and building materials | 6,876 | 5,756 | 7,315 | 9,598 | 11,487 | 10,014 | 11,537 | |
| 33 | Jewellery | 10,829 | 12,325 | 18,174 | 19,441 | 24,284 | 20,432 | 18,371 | |
| 34 | Toys and games | 12,547 | 13,054 | 18,893 | 20,478 | 18,223 | 19,636 | 20,216 | |
| 35 | Sporting goods and luggage | 18,858 | 16,132 | 20,308 | 26,535 | 32,932 | 32,851 | 29,996 | |
| 36 | Stationery, books and magazines | 22,137 | 21,397 | 24,734 | 24,307 | 26,250 | 25,556 | 22,763 | |
| 37 | Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies | 11,902 | 10,041 | 11,563 | 14,331 | 15,342 | 15,181 | 14,155 | |
| 38 | Menus and lunches | 19,374 | 17,630 | 21,869 | 20,788 | 21,308 | 20,882 | 20,357 | |
| 39 | Repairs and services | 10,898 | 9,123 | 11,565 | 10,986 | 12,149 | 11,859 | 11,141 | |
| 40 | All other departments | 24,801 | 21,916 | 29,183 | 33,858 | 45,181 | 37,375 | 33,951 | |
| 41 | TOTAL ALL DEPARTMENTS | 692,108 | 647,965 | 849,077 | 901,404 | 990,625 | 928,157 | 875,654 | |

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

| 1985 | | 1984 | | | | Change Variation | | |
|-----------------------------|-----------|-----------|---------|-----------|-----------|------------------------|---|----|
| August | September | September | October | November | December | September 1985/1984 | Rayon | |
| Août | Septembre | Septembre | Octobre | Novembre | Décembre | Septembre 1985/1984 | | |
| thousands of dollars | | | | | | | no | |
| milliers de dollars | | | | | | per cent | | |
| | | | | | | pourcentage | | |
| 17,824 | 16,777 | 15,545 | 16,077 | 17,081 | 22,831 | +7.9 | Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles | 1 |
| 16,211 | 21,679 | 20,934 | 26,631 | 28,221 | 23,182 | +3.6 | Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles | 2 |
| 60,921 | 69,204 | 65,785 | 56,248 | 64,239 | 78,205 | +5.2 | Vêtements sports pour dames et jeunes filles | 3 |
| 2,445 | 3,942 | 3,464 | 5,537 | 9,114 | 7,811 | +13.8 | Fourrures | 4 |
| 28,488 | 25,895 | 25,928 | 26,838 | 29,012 | 36,901 | -0.1 | Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants | 5 |
| 30,126 | 17,091 | 19,159 | 15,231 | 22,441 | 23,697 | -10.8 | Vêtements de fillettes et d'adolescentes | 6 |
| 16,108 | 16,609 | 17,723 | 18,511 | 29,712 | 48,995 | -6.3 | Lingerie et vêtements de nuit pour dames | 7 |
| 11,992 | 12,696 | 11,857 | 9,940 | 11,570 | 15,153 | +7.1 | Sous-vêtements | 8 |
| 1,573 | 2,107 | 1,855 | 2,716 | 4,273 | 4,013 | +13.6 | Chapeaux | 9 |
| 8,903 | 12,148 | 12,557 | 11,538 | 12,862 | 16,253 | -3.3 | Bes pour dames et fillettes | 10 |
| 12,966 | 17,429 | 17,064 | 17,847 | 28,737 | 41,120 | +2.1 | Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes | 11 |
| 26,123 | 30,827 | 31,867 | 29,925 | 34,475 | 32,200 | -3.3 | Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants | 12 |
| 36,896 | 42,783 | 43,011 | 41,679 | 62,353 | 81,772 | -0.5 | Vêtements pour hommes | 13 |
| 42,831 | 47,670 | 44,443 | 42,759 | 72,134 | 118,770 | +7.3 | Articles d'habillement pour hommes | 14 |
| 24,294 | 12,921 | 13,500 | 13,041 | 17,219 | 24,605 | -6.3 | Vêtements et articles d'habillement pour garçons | 15 |
| 46,357 | 48,272 | 17,150 | 16,448 | 22,534 | 26,104 | +6.5 | Chaussures pour hommes et garçons | 16 |
| 52,410 | 52,306 | 54,011 | 59,062 | 79,422 | 86,944 | -3.2 | Produits alimentaires et connexes | 17 |
| 23,736 | 30,539 | 49,117 | 51,859 | 68,184 | 126,980 | +0.9 | Articles de toilette, cosmétiques et médicaments | 18 |
| 13,960 | 10,316 | 11,839 | 11,295 | 15,599 | 29,572 | -12.9 | Appareils et fournitures photographiques | 19 |
| 3,711 | 3,892 | 4,249 | 4,530 | 4,704 | 3,605 | -8.4 | Tissus à la pièce | 20 |
| 34,275 | 33,504 | 32,010 | 27,969 | 33,925 | 46,184 | +4.7 | Literie et linge de maison | 21 |
| 7,574 | 10,412 | 10,441 | 9,572 | 10,645 | 12,761 | -0.3 | Menus articles | 22 |
| 10,324 | 12,470 | 11,727 | 11,760 | 20,210 | 37,306 | +6.3 | Porcelaine et verrerie | 23 |
| 13,693 | 14,288 | 12,402 | 14,153 | 16,099 | 11,948 | +15.2 | Revêtements de plancher | 24 |
| 15,231 | 15,132 | 15,563 | 15,731 | 17,663 | 17,044 | -2.8 | Tentures, rideaux et housses | 25 |
| 8,030 | 8,085 | 8,343 | 8,307 | 13,047 | 20,568 | -3.1 | Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'aménagement pour la maison | 26 |
| 45,912 | 50,179 | 44,737 | 47,236 | 47,918 | 43,200 | +12.2 | Meubles | 27 |
| 48,418 | 49,799 | 46,869 | 47,118 | 52,088 | 54,816 | +6.3 | Gros appareils ménagers | 28 |
| 47,884 | 49,269 | 53,295 | 45,651 | 57,889 | 89,000 | -7.6 | Téléviseurs, radios et musique | 29 |
| 36,452 | 33,206 | 31,912 | 35,955 | 47,449 | 80,759 | +4.1 | Articles de ménage et petits appareils électriques | 30 |
| 30,762 | 26,269 | 22,203 | 26,503 | 29,629 | 35,435 | +18.3 | Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc. | 31 |
| 9,288 | 9,065 | 9,339 | 10,353 | 10,639 | 11,442 | -2.9 | Matériel de plomberie, chauffage et construction | 32 |
| 19,805 | 22,442 | 20,787 | 17,998 | 29,894 | 67,633 | +8.0 | Bijouterie | 33 |
| 21,322 | 19,491 | 20,513 | 31,689 | 62,080 | 91,424 | -5.0 | Jouets et jeux | 34 |
| 25,082 | 21,371 | 20,752 | 19,092 | 28,011 | 47,844 | +3.0 | Articles de sport et valises | 35 |
| 35,805 | 33,336 | 32,195 | 24,710 | 43,591 | 74,184 | +3.5 | Papeterie, livres et revues | 36 |
| 13,427 | 13,427 | 13,686 | 19,614 | 20,963 | 21,877 | -1.9 | Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures | 37 |
| 22,206 | 20,563 | 20,778 | 21,952 | 26,163 | 32,636 | -1.0 | Repas et ceuse-croutés | 38 |
| 11,305 | 11,047 | 10,033 | 12,098 | 15,849 | 13,683 | +10.1 | Services et travaux de réparation | 39 |
| 34,835 | 27,385 | 28,722 | 31,887 | 36,654 | 51,324 | -4.7 | Tous autres rayons | 40 |
| 979,945 | 964,843 | 947,365 | 957,060 | 1,254,292 | 1,715,781 | +1.8 | TOTAL, TOUS RAYONS | 41 |

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

| Department No. | 1985 | | | | | | |
|--|---------|----------|-----------|---------|---------|---------|---------|
| | January | February | March | April | May | June | July |
| | Janvier | Février | Mars | Avril | Mai | Juin | Juillet |
| thousands of dollars milliers de dollars | | | | | | | |
| | | | | | | | |
| 1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms | 16,279 | 15,795 | 17,758 | 17,242 | 19,103 | 16,836 | 18,297 |
| 2 Women's and misses' coats and suits | 16,443 | 16,891 | 19,946 | 17,202 | 18,173 | 18,133 | 16,572 |
| 3 Women's and misses' sportswear | 54,938 | 55,909 | 59,245 | 58,951 | 63,424 | 57,997 | 60,950 |
| 4 Furs | 3,164 | 3,111 | 2,555 | 4,820 | 2,245 | 3,361 | 3,204 |
| 5 Infants' and children's wear and nursery equipment | 24,881 | 25,953 | 25,999 | 24,552 | 25,081 | 25,026 | 25,460 |
| 6 Girls' and teenage girls' wear | 17,218 | 15,735 | 19,400 | 17,879 | 18,534 | 15,676 | 18,361 |
| 7 Lingerie and women's sleepwear | 20,356 | 19,788 | 20,443 | 19,720 | 20,505 | 19,111 | 22,152 |
| 8 Intimate apparel | 11,360 | 11,190 | 11,745 | 11,584 | 11,652 | 11,270 | 11,907 |
| 9 Millinery | 1,974 | 1,917 | 1,949 | 1,978 | 2,004 | 1,936 | 1,996 |
| 10 Women's and girls' hosiery | 10,653 | 10,544 | 11,216 | 10,834 | 11,118 | 11,177 | 11,083 |
| 11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories | 17,288 | 17,260 | 17,785 | 17,042 | 17,742 | 17,021 | 17,176 |
| 12 Women's, misses' and children's footwear | 25,658 | 25,496 | 26,839 | 26,192 | 27,405 | 24,683 | 27,859 |
| 13 Men's clothing | 38,231 | 39,618 | 40,519 | 40,743 | 42,553 | 42,742 | 43,490 |
| 14 Men's furnishings | 47,824 | 48,841 | 52,864 | 50,736 | 54,850 | 51,201 | 53,903 |
| 15 Boys' clothing and furnishings | 14,071 | 13,954 | 14,600 | 13,915 | 14,112 | 13,927 | 14,059 |
| 16 Men's and boys' clothing | 17,213 | 15,955 | 18,771 | 16,158 | 17,005 | 16,390 | 16,471 |
| 17 Food and kindred products | 61,438 | 62,596 | 62,967 | 62,276 | 61,521 | 63,395 | 69,183 |
| 18 Toiletries, cosmetics and drugs | 56,885 | 58,066 | 58,495 | 57,753 | 59,191 | 60,087 | 58,637 |
| 19 Photographic equipment and supplies | 12,556 | 11,919 | 12,566 | 12,729 | 12,309 | 12,818 | 12,615 |
| 20 Piece goods | 3,360 | 3,713 | 3,817 | 3,516 | 3,873 | 3,670 | 3,733 |
| 21 Linens and domestics | 29,407 | 30,819 | 31,873 | 30,750 | 31,003 | 30,175 | 30,209 |
| 22 Smallwares and notions | 8,670 | 8,923 | 9,340 | 8,945 | 9,223 | 9,295 | 8,872 |
| 23 China and glassware | 12,588 | 12,669 | 13,280 | 13,536 | 13,439 | 13,687 | 13,000 |
| 24 Floor coverings | 10,566 | 11,628 | 11,900 | 12,229 | 13,151 | 13,171 | 13,463 |
| 25 Draperies, curtains and furniture coverings | 13,993 | 14,220 | 14,409 | 14,007 | 14,637 | 14,582 | 15,008 |
| 26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings | 7,585 | 7,882 | 8,215 | 8,682 | 7,783 | 8,341 | 8,434 |
| 27 Furniture | 45,164 | 45,043 | 46,178 | 50,116 | 44,991 | 46,870 | 45,152 |
| 28 Major appliances | 44,538 | 45,415 | 46,768 | 46,833 | 45,358 | 43,742 | 45,972 |
| 29 Television, radio and music | 39,940 | 42,429 | 43,009 | 43,394 | 37,924 | 43,366 | 40,406 |
| 30 Housewares and small electrical appliances | 36,843 | 35,867 | 36,644 | 34,901 | 34,652 | 35,060 | 36,005 |
| 31 Hardware, paints, wallpaper, etc. | 29,058 | 26,480 | 28,516 | 32,688 | 33,677 | 33,102 | 35,345 |
| 32 Plumbing, heating and building materials | 9,483 | 8,794 | 9,358 | 9,095 | 9,139 | 8,369 | 9,771 |
| 33 Jewellery | 22,559 | 22,962 | 24,811 | 24,990 | 25,308 | 24,294 | 24,492 |
| 34 Toys and games | 31,623 | 30,273 | 32,668 | 30,796 | 30,124 | 31,909 | 31,140 |
| 35 Sporting goods and luggage | 27,258 | 28,226 | 27,382 | 27,220 | 26,866 | 26,201 | 26,282 |
| 36 Stationery, books and magazines | 31,571 | 31,127 | 32,423 | 31,644 | 31,612 | 31,783 | 29,876 |
| 37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies | 14,318 | 14,487 | 14,300 | 14,330 | 14,519 | 14,932 | 14,715 |
| 38 Meals and lunches | 21,966 | 22,022 | 22,816 | 22,349 | 22,196 | 22,250 | 21,776 |
| 39 Repairs and services | 12,324 | 11,202 | 11,876 | 11,612 | 12,206 | 12,396 | 12,561 |
| 40 All other departments | 34,387 | 33,577 | 34,586 | 33,467 | 34,211 | 34,096 | 36,369 |
| 41 TOTAL ALL DEPARTMENTS | 956,034 | 958,235 | 1,001,292 | 987,684 | 994,457 | 984,468 | 998,366 |

TABLEAU 2. Ventes mensuelles des grands magasins, désaaisonniées, par rayon, Canada, 1984 et 1985

| 1985 | | 1984 | | | | Change - Variation | |
|-----------------------------|------------------------|-----------|---------|----------|----------|-----------------------|---|
| August ^T | September ^P | September | October | November | December | September/August 1985 | Rayon |
| Août ^T | Septembre ^P | Septembre | Octobre | Novembre | Décembre | Septembre/août 1985 | |
| Thousands of dollars | | | | | | | |
| millième de dollars | | | | | | | |
| | | | | | | per cent | |
| | | | | | | pourcentage | |
| 17,486 | 17,626 | 15,882 | 16,617 | 15,842 | 16,012 | +0.8 | Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles |
| 15,698 | 18,374 | 17,333 | 16,392 | 17,232 | 16,572 | +17.1 | Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles |
| 60,880 | 59,291 | 53,486 | 55,615 | 56,579 | 54,511 | -2.6 | Vêtements sports pour dames et jeunes filles |
| 4,055 | 4,299 | 3,696 | 3,873 | 4,221 | 3,331 | +6.0 | Fourrures |
| 25,366 | 25,247 | 24,553 | 24,422 | 24,817 | 24,467 | -0.5 | Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants |
| 18,810 | 16,538 | 17,111 | 16,023 | 18,236 | 16,047 | -12.1 | Vêtements de fillettes et d'adolescentes |
| 19,918 | 18,820 | 19,607 | 19,641 | 20,378 | 20,071 | -5.5 | Lingerie et vêtements de nuit pour dames |
| 11,917 | 12,132 | 11,159 | 10,873 | 10,959 | 11,092 | +1.8 | Sous-vêtements |
| 2,458 | 2,269 | 2,052 | 1,982 | 2,028 | 1,680 | -7.7 | Chapeaux |
| 10,974 | 10,705 | 10,667 | 10,291 | 10,520 | 10,290 | -2.5 | Bas pour dames et fillettes |
| 17,287 | 17,418 | 16,601 | 16,677 | 18,139 | 17,143 | +0.8 | Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes |
| 25,971 | 25,772 | 25,283 | 25,169 | 25,627 | 25,317 | -0.8 | Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants |
| 43,572 | 41,692 | 39,715 | 39,739 | 41,891 | 41,999 | -4.3 | Vêtements pour hommes |
| 54,171 | 52,935 | 47,988 | 46,847 | 48,385 | 47,510 | -2.5 | Articles d'habillement pour hommes |
| 13,731 | 13,799 | 13,762 | 13,737 | 13,786 | 13,674 | -11.0 | Vêtements et articles d'habillement pour garçons |
| 17,624 | 17,956 | 15,880 | 16,187 | 16,627 | 16,975 | -0.6 | Chaussures pour hommes et garçons |
| 62,337 | 61,480 | 63,469 | 61,676 | 63,157 | 63,684 | +1.1 | Produits alimentaires et connexes |
| 59,612 | 58,992 | 58,312 | 54,878 | 57,870 | 57,555 | -1.0 | Articles de toilette, cosmétiques et médicaments |
| 12,959 | 11,812 | 13,006 | 12,896 | 12,936 | 12,857 | -8.9 | Appareils et fournitures photographiques |
| 3,595 | 3,604 | 3,755 | 3,781 | 3,797 | 3,629 | +0.3 | Liases à la pièce |
| 32,806 | 31,169 | 29,269 | 28,038 | 30,857 | 29,597 | -5.0 | Literie et linge de maison |
| 8,843 | 8,995 | 8,877 | 8,357 | 8,515 | 8,762 | +1.7 | Menus articles |
| 13,225 | 14,172 | 12,990 | 13,600 | 13,583 | 13,907 | +7.2 | Porcelaine et verrerie |
| 14,090 | 14,058 | 12,519 | 11,633 | 13,009 | 12,068 | -0.2 | Revêtements de plancher |
| 15,198 | 15,071 | 15,352 | 14,812 | 15,110 | 14,833 | -0.8 | Tentures, rideaux et hausses |
| 8,852 | 8,625 | 8,773 | 8,359 | 8,847 | 8,949 | -2.6 | Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'aménagement pour la maison |
| 47,090 | 50,586 | 45,147 | 45,790 | 46,458 | 45,024 | +7.4 | Meubles |
| 47,577 | 48,274 | 45,032 | 43,571 | 46,663 | 50,116 | +1.5 | Gros appareils ménagers |
| 51,221 | 44,356 | 46,607 | 43,152 | 43,204 | 44,107 | -13.4 | Téléviseurs, radios et musique |
| 38,634 | 37,705 | 35,907 | 36,198 | 37,240 | 36,971 | -2.4 | Articles de ménage et petits appareils électriques |
| 32,938 | 32,497 | 24,887 | 25,922 | 27,767 | 26,309 | -1.3 | Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc. |
| 9,349 | 9,850 | 10,329 | 9,798 | 9,967 | 10,763 | +5.4 | Matériel de plomberie, chauffage et construction |
| 24,772 | 24,625 | 21,877 | 21,570 | 21,977 | 22,753 | -0.6 | Bijouterie |
| 32,291 | 31,298 | 32,175 | 30,291 | 27,851 | 26,188 | -3.1 | Jouets et jeux |
| 26,641 | 26,749 | 25,763 | 25,614 | 27,099 | 25,640 | +0.4 | Articles de sport et vêtements |
| 32,471 | 32,602 | 31,829 | 29,518 | 32,280 | 31,347 | +0.4 | Papeterie, livres et revues |
| 13,799 | 16,181 | 16,480 | 16,849 | 15,825 | 16,567 | +17.3 | Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures |
| 22,178 | 22,185 | 22,082 | 22,107 | 22,442 | 22,237 | -- | Réparation et casse-crottes |
| 12,366 | 12,216 | 11,100 | 11,094 | 11,377 | 11,044 | -1.2 | Services et travaux de réparation |
| 36,764 | 33,630 | 34,068 | 34,937 | 34,994 | 34,397 | -8.5 | Tous autres rayons |
| 1,420,045 | 1,005,406 | 962,379 | 948,526 | 978,095 | 965,994 | -1.4 | TOTAL, TOUS RAYONS |

TABLE 3. Total Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985

| Province No. | 1985 | | | | | | |
|--|---------|----------|---------|---------|---------|---------|---------|
| | January | February | March | April | May | June | July |
| | Janvier | Février | Mars | Avril | Mai | Juin | Juillet |
| thousands of dollars - milliers de dollars | | | | | | | |
| 1 Newfoundland | 6,952 | 7,096 | 9,731 | 10,888 | 12,108 | 11,545 | 10,794 |
| 2 Prince Edward Island | 4,074 | 3,852 | 4,567 | 5,274 | 5,531 | 5,837 | 6,595 |
| 3 Nova Scotia | 18,630 | 18,740 | 25,876 | 28,657 | 31,526 | 31,991 | 28,983 |
| 4 New Brunswick | 13,276 | 12,894 | 18,127 | 19,339 | 21,776 | 20,529 | 18,852 |
| 5 Quebec | 130,436 | 121,067 | 160,174 | 175,359 | 199,264 | 176,088 | 164,993 |
| 6 Ontario | 248,605 | 230,686 | 304,119 | 329,678 | 358,424 | 344,864 | 322,440 |
| 7 Manitoba | 34,415 | 33,067 | 46,213 | 48,619 | 51,033 | 47,723 | 45,315 |
| 8 Saskatchewan | 22,137 | 20,906 | 27,964 | 29,300 | 31,499 | 28,559 | 28,281 |
| 9 Alberta | 97,925 | 91,754 | 117,811 | 117,594 | 131,665 | 119,766 | 115,381 |
| 10 British Columbia | 115,658 | 107,002 | 134,497 | 136,697 | 147,799 | 141,256 | 134,021 |
| 11 Yukon and Northwest Territories | - | - | - | - | - | - | - |
| 12 CANADA | 692,108 | 647,065 | 849,077 | 901,404 | 990,625 | 928,157 | 875,654 |

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

| Selected metropolitan areas No. | 1985 | | | | | | |
|--|---------|----------|---------|---------|---------|---------|---------|
| | January | February | March | April | May | June | July |
| | Janvier | Février | Mars | Avril | Mai | Juin | Juillet |
| thousands of dollars - milliers de dollars | | | | | | | |
| 1 Calgary | 37,702 | 35,612 | 45,068 | 44,971 | 50,471 | 46,784 | 44,364 |
| 2 Edmonton | 44,148 | 40,891 | 52,733 | 52,316 | 59,076 | 53,206 | 51,338 |
| 3 Halifax-Dartmouth | 11,130 | 10,743 | 14,671 | 15,563 | 17,662 | 17,965 | 16,045 |
| 4 Hamilton | 19,486 | 16,635 | 21,422 | 24,210 | 26,387 | 24,478 | 23,652 |
| 5 Montréal | 78,812 | 73,022 | 94,865 | 102,956 | 115,914 | 103,375 | 93,809 |
| 6 Ottawa-Hull | 30,661 | 27,879 | 37,643 | 38,845 | 45,490 | 39,575 | 38,905 |
| 7 Quebec City | 18,428 | 16,465 | 21,969 | 23,695 | 28,547 | 24,955 | 24,038 |
| 8 Toronto | 99,553 | 95,090 | 125,686 | 130,664 | 139,376 | 138,949 | 124,715 |
| 9 Vancouver | 70,220 | 64,386 | 80,280 | 80,174 | 87,331 | 84,774 | 77,798 |
| 10 Winnipeg | 31,341 | 29,981 | 41,482 | 43,706 | 46,154 | 42,837 | 41,069 |

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

| 1985 | | 1984 | | | | Change Variation | Province | Nº |
|---|-----------|-----------|---------|-----------|-----------|------------------------|--|----|
| August | September | September | October | November | December | September 1985/1984 | | |
| Août | Septembre | Septembre | Octobre | Novembre | Décembre | Septembre 1985/1984 | | |
| thousands of dollars - milliers de dollars | | | | | | | | |
| 12,654 | 11,290 | 11,141 | 12,329 | 16,271 | 23,157 | +1.3 | Terre-Neuve | 1 |
| 6,559 | 5,012 | 5,490 | 5,624 | 7,412 | 10,707 | -8.7 | Île-du-Prince-Édouard | 2 |
| 32,191 | 29,139 | 28,999 | 30,813 | 43,553 | 61,171 | +0.5 | Nouvelle-Écosse | 3 |
| 21,391 | 19,570 | 20,138 | 21,328 | 30,789 | 40,972 | -2.8 | Nouveau-Brunswick | 4 |
| 190,292 | 179,505 | 176,106 | 182,239 | 230,121 | 311,798 | +1.9 | Québec | 5 |
| 357,963 | 350,990 | 341,081 | 346,765 | 472,695 | 652,243 | +2.9 | Ontario | 6 |
| 50,957 | 50,634 | 52,448 | 49,639 | 65,859 | 85,871 | -3.5 | Manitoba | 7 |
| 31,460 | 30,531 | 31,473 | 30,177 | 41,146 | 53,485 | -3.0 | Saskatchewan | 8 |
| 129,117 | 134,799 | 127,993 | 126,976 | 158,726 | 218,029 | +5.3 | Alberta | 9 |
| 147,360 | 153,372 | 149,146 | 148,115 | 184,827 | 253,420 | +2.8 | Colombie-Britannique | 10 |
| - | - | 3,350 | 3,054 | 2,894 | 4,928 | ... | Yukon et les Territoires du Nord-Ouest | 11 |
| 979,945 | 964,843 | 947,365 | 957,060 | 1,254,292 | 1,715,781 | +1.8 | CANADA | 12 |

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

| 1985 | | 1984 | | | | Change Variation | Certaines zones métropolitaines | Nº |
|---|-----------|-----------|---------|----------|----------|------------------------|---------------------------------|----|
| August | September | September | October | November | December | September 1985/1984 | | |
| Août | Septembre | Septembre | Octobre | Novembre | Décembre | Septembre 1985/1984 | | |
| thousands of dollars - milliers de dollars | | | | | | | | |
| 49,407 | 52,048 | 49,079 | 48,618 | 60,020 | 83,892 | +6.0 | Calgary | 1 |
| 58,667 | 60,521 | 57,612 | 57,446 | 71,344 | 96,074 | +5.0 | Edmonton | 2 |
| 17,632 | 16,888 | 16,665 | 17,572 | 24,904 | 32,904 | +1.3 | Halifax-Dartmouth | 3 |
| 23,643 | 26,562 | 24,493 | 25,892 | 32,526 | 50,915 | +8.4 | Hamilton | 4 |
| 112,176 | 108,016 | 106,689 | 108,137 | 138,914 | 190,400 | +1.2 | Montréal | 5 |
| 42,826 | 42,893 | 42,719 | 44,593 | 56,416 | 73,494 | +0.4 | Ottawa-Hull | 6 |
| 25,914 | 25,481 | 24,577 | 25,644 | 31,863 | 40,556 | +3.7 | Ville de Québec | 7 |
| 141,675 | 146,586 | 139,209 | 139,154 | 188,655 | 263,715 | +5.3 | Toronto | 8 |
| 84,663 | 93,003 | 88,171 | 87,881 | 108,850 | 148,953 | +5.5 | Vancouver | 9 |
| 45,816 | 45,929 | 47,664 | 44,889 | 59,918 | 76,858 | -3.6 | Winnipeg | 10 |

TABLE 5. Major Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985

| Province No. | 1985 | | | | | | |
|--|---------|----------|---------|---------|---------|---------|---------|
| | January | February | March | April | May | June | July |
| | Janvier | Février | Mars | Avril | Mai | Juin | Juillet |
| thousands of dollars - milliers de dollars | | | | | | | |
| 1 Newfoundland | x | x | x | x | x | x | x |
| 2 Prince Edward Island | x | x | x | x | x | x | x |
| 3 Nova Scotia | 7,353 | 6,567 | 9,188 | 9,717 | 10,259 | 10,862 | 9,723 |
| 4 New Brunswick | x | x | x | x | x | x | x |
| 5 Quebec | 75,980 | 67,700 | 90,490 | 95,938 | 109,889 | 97,397 | 91,020 |
| 6 Ontario | 153,708 | 138,416 | 185,694 | 191,431 | 206,083 | 199,764 | 190,466 |
| 7 Manitoba | 23,448 | 21,585 | 30,515 | 30,889 | 30,978 | 29,066 | 28,534 |
| 8 Saskatchewan | x | x | x | x | x | x | x |
| 9 Alberta | 76,498 | 69,584 | 87,813 | 86,695 | 95,243 | 86,065 | 83,289 |
| 10 British Columbia | 95,162 | 86,133 | 107,111 | 107,696 | 113,074 | 107,943 | 102,607 |
| 11 Yukon and Northwest Territories | - | - | - | - | - | - | - |
| 12 CANADA | 453,711 | 409,143 | 537,063 | 549,234 | 594,109 | 557,754 | 532,232 |

TABLE 6. Major Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

| Selected metropolitan areas No. | 1985 | | | | | | |
|--|---------|----------|--------|--------|--------|--------|---------|
| | January | February | March | April | May | June | July |
| | Janvier | Février | Mars | Avril | Mai | Juin | Juillet |
| thousands of dollars - milliers de dollars | | | | | | | |
| 1 Calgary | 30,048 | 27,906 | 34,770 | 34,678 | 37,994 | 34,846 | 33,254 |
| 2 Edmonton | 35,184 | 31,384 | 40,019 | 39,005 | 43,339 | 38,937 | 37,973 |
| 3 Halifax-Dartmouth | x | x | x | x | x | x | x |
| 4 Hamilton | 14,872 | 12,214 | 15,555 | 17,471 | 18,781 | 17,292 | 17,339 |
| 5 Montréal | 51,972 | 47,044 | 61,779 | 65,112 | 74,094 | 66,021 | 59,876 |
| 6 Ottawa-Hull | 19,758 | 16,730 | 23,497 | 22,833 | 27,075 | 24,082 | 23,567 |
| 7 Quebec City | x | x | x | x | x | x | x |
| 8 Toronto | 72,416 | 69,020 | 93,501 | 93,067 | 97,410 | 98,228 | 88,056 |
| 9 Vancouver | 62,059 | 56,067 | 69,426 | 68,968 | 74,419 | 72,571 | 66,687 |
| 10 Winnipeg | x | x | x | x | x | x | x |

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

| 1985 | | 1984 | | | | Change Variation | Province | N° |
|---|-----------|-----------|---------|----------|-----------|------------------------|--|----|
| August | September | September | October | November | December | September 1985/1984 | | |
| Août | Septembre | Septembre | Octobre | Novembre | Décembre | Septembre 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 |
| 10,414 | 10,693 | 10,873 | 11,086 | 15,666 | 20,626 | -1.7 | Nouvelle-Écosse | 3 |
| x | x | x | x | x | x | x | Nouveau-Brunswick | 4 |
| 105,825 | 105,573 | 106,580 | 107,600 | 135,411 | 173,829 | -0.9 | Québec | 5 |
| 209,078 | 222,536 | 213,139 | 214,317 | 292,214 | 386,092 | +4.4 | Ontario | 6 |
| 31,337 | 35,158 | 36,495 | 32,513 | 43,967 | 54,203 | -3.7 | Manitoba | 7 |
| x | x | x | x | x | x | x | Saskatchewan | 8 |
| 92,665 | 101,277 | 97,543 | 94,529 | 120,054 | 160,601 | +3.8 | Alberta | 9 |
| 111,158 | 120,663 | 120,456 | 118,969 | 148,121 | 198,033 | +0.4 | Colombie-Britannique | 10 |
| - | - | x | x | x | x | ... | Yukon et les Territoires du Nord-Ouest | 11 |
| 588,786 | 626,857 | 619,430 | 611,524 | 799,105 | 1,049,201 | +1.2 | CANADA | 12 |

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

| 1985 | | 1984 | | | | Change Variation | Certaines zones métropolitaines | N° |
|---|-----------|-----------|---------|----------|----------|------------------------|---------------------------------|----|
| August | September | September | October | November | December | September 1985/1984 | | |
| Août | Septembre | Septembre | Octobre | Novembre | Décembre | Septembre 1985/1984 | | |
| thousands of dollars - milliers de dollars | | | | | | | | |
| 37,123 | 40,637 | 38,915 | 36,924 | 47,629 | 64,408 | +4.4 | Calgary | 1 |
| 43,262 | 46,285 | 44,376 | 43,621 | 54,463 | 71,870 | +4.3 | Edmonton | 2 |
| x | x | x | x | x | x | x | Halifax-Dartmouth | 3 |
| 16,371 | 20,050 | 18,450 | 19,482 | 23,807 | 37,264 | +8.7 | Hamilton | 4 |
| 73,296 | 73,677 | 73,867 | 72,264 | 93,142 | 121,723 | -0.3 | Montréal | 5 |
| 25,790 | 27,610 | 28,020 | 29,404 | 36,757 | 44,557 | -1.5 | Ottawa-Hull | 6 |
| x | x | x | x | x | x | x | Ville de Québec | 7 |
| 101,788 | 110,797 | 102,488 | 102,337 | 139,757 | 188,850 | +8.1 | Toronto | 8 |
| 72,460 | 81,316 | 76,930 | 76,272 | 94,227 | 126,584 | +5.7 | Vancouver | 9 |
| x | x | x | x | x | x | x | Winnipeg | 10 |

TABLE 7. Junior Department Store Monthly Sales, by Province, 1984 and 1985

| Province No. | 1985 | | | | | | |
|------------------------------------|--|---------------------|---------------|----------------|------------|--------------|-----------------|
| | January Janvier | February Février | March Mars | April Avril | May Mai | June Juin | July Juillet |
| | thousands of dollars - milliers de dollars | | | | | | |
| 1 Newfoundland | x | x | x | x | x | x | x |
| 2 Prince Edward Island | x | x | x | x | x | x | x |
| 3 Nova Scotia | 11,277 | 12,173 | 16,688 | 18,939 | 21,267 | 21,129 | 19,260 |
| 4 New Brunswick | x | x | x | x | x | x | x |
| 5 Quebec | 54,456 | 53,367 | 69,684 | 79,421 | 89,375 | 78,691 | 73,973 |
| 6 Ontario | 94,898 | 92,269 | 118,425 | 138,246 | 152,341 | 145,100 | 131,974 |
| 7 Manitoba | 10,967 | 11,482 | 15,698 | 17,729 | 20,055 | 18,658 | 16,781 |
| 8 Saskatchewan | x | x | x | x | x | x | x |
| 9 Alberta | 21,426 | 22,170 | 29,998 | 30,899 | 36,422 | 33,701 | 32,091 |
| 10 British Columbia | 20,496 | 20,869 | 27,386 | 29,001 | 34,725 | 33,314 | 31,413 |
| 11 Yukon and Northwest Territories | - | - | - | - | - | - | - |
| 12 CANADA | 238,397 | 237,922 | 312,014 | 352,171 | 396,516 | 370,404 | 343,422 |

TABLE 8. Junior Department Store Monthly Sales, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

| Selected metropolitan areas No. | 1985 | | | | | | |
|------------------------------------|--|---------------------|---------------|----------------|------------|--------------|-----------------|
| | January Janvier | February Février | March Mars | April Avril | May Mai | June Juin | July Juillet |
| | thousands of dollars - milliers de dollars | | | | | | |
| 1 Calgary | 7,655 | 7,707 | 10,298 | 10,293 | 12,477 | 11,938 | 11,110 |
| 2 Edmonton | 8,965 | 9,507 | 12,714 | 13,311 | 15,738 | 14,269 | 13,365 |
| 3 Halifax-Dartmouth | x | x | x | x | x | x | x |
| 4 Hamilton | 4,614 | 4,421 | 5,868 | 6,739 | 7,606 | 7,186 | 6,313 |
| 5 Montréal | 26,840 | 25,978 | 33,087 | 37,844 | 41,819 | 37,354 | 33,933 |
| 6 Ottawa-Hull | 10,903 | 11,149 | 14,147 | 16,012 | 18,416 | 15,494 | 14,658 |
| 7 Quebec City | x | x | x | x | x | x | x |
| 8 Toronto | 27,136 | 26,070 | 32,185 | 37,597 | 41,966 | 40,721 | 36,659 |
| 9 Vancouver | 8,161 | 8,320 | 10,854 | 11,206 | 12,913 | 12,202 | 11,112 |
| 10 Winnipeg | x | x | x | x | x | x | x |

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

| 1985 | | 1984 | | | | Change Variation | Province | Nº | |
|--|-----------|-----------|---------|----------|----------|------------------------|--|----|--|
| August | September | September | October | November | December | September 1985/1984 | | | |
| Août | Septembre | Septembre | Octobre | Novembre | Décembre | Septembre 1985/1984 | | No | |
| 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 | |
| 21,777 | 18,446 | 18,126 | 19,727 | 27,887 | 40,544 | +1.8 | Nouvelle-Écosse | 3 | |
| x | x | x | x | x | x | x | Nouveau-Brunswick | 4 | |
| 84,468 | 73,933 | 69,526 | 74,639 | 94,710 | 137,969 | +6.3 | Québec | 5 | |
| 148,885 | 128,454 | 127,942 | 132,448 | 180,480 | 266,151 | +0.4 | Ontario | 6 | |
| 19,620 | 15,476 | 15,953 | 17,126 | 21,892 | 31,669 | -3.0 | Manitoba | 7 | |
| x | x | x | x | x | x | x | Saskatchewan | 8 | |
| 36,453 | 33,523 | 30,450 | 32,447 | 38,673 | 57,427 | +10.1 | Alberta | 9 | |
| 36,206 | 32,489 | 28,690 | 29,147 | 36,706 | 55,387 | +13.2 | Colombie-Britannique | 10 | |
| - | - | x | x | x | x | ... | Yukon et les Territoires du Nord-Ouest | 11 | |
| 391,160 | 337,985 | 327,935 | 345,536 | 455,187 | 666,580 | +3.1 | CANADA | 12 | |

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

| 1985 | | 1984 | | | | Change Variation | Certaines zones métropolitaines | Nº | |
|--|-----------|-----------|---------|----------|----------|------------------------|---------------------------------|----|--|
| August | September | September | October | November | December | September 1985/1984 | | | |
| Août | Septembre | Septembre | Octobre | Novembre | Décembre | Septembre 1985/1984 | | No | |
| thousands of dollars - milliers de dollars | | | | | | | | | |
| 12,284 | 11,411 | 10,165 | 11,694 | 12,391 | 19,484 | +12.3 | Calgary | 1 | |
| 15,405 | 14,236 | 13,236 | 13,825 | 16,881 | 24,204 | +7.6 | Edmonton | 2 | |
| x | x | x | x | x | x | x | Halifax-Dartmouth | 3 | |
| 7,272 | 6,512 | 6,043 | 6,410 | 8,719 | 13,651 | +7.8 | Hamilton | 4 | |
| 38,879 | 34,339 | 32,821 | 35,873 | 45,772 | 68,677 | +4.6 | Montréal | 5 | |
| 17,036 | 15,284 | 14,700 | 15,189 | 19,659 | 28,937 | +4.0 | Ottawa-Hull | 6 | |
| x | x | x | x | x | x | x | Ville de Québec | 7 | |
| 39,887 | 35,789 | 36,721 | 36,817 | 48,898 | 74,865 | -2.5 | Toronto | 8 | |
| 12,203 | 11,687 | 11,242 | 11,610 | 14,623 | 22,369 | +4.0 | Vancouver | 9 | |
| x | x | x | x | x | x | x | Winnipeg | 10 | |

TABLE 9. Number of All Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985

| Province No. | 1985 | | | | | |
|------------------------------------|--------------------|---------------------|---------------|----------------|------------|--------------|
| | January Janvier | February Février | March Mars | April Avril | May Mai | June Juin |
| | number - nombre | | | | | |
| 1 Newfoundland | 14 | 14 | 14 | 14 | 14 | 14 |
| 2 Prince Edward Island | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 |
| 3 Nova Scotia | 33 | 33 | 33 | 34 | 34 | 34 |
| 4 New Brunswick | 27 | 27 | 27 | 27 | 27 | 27 |
| 5 Quebec | 163 | 163 | 163 | 163 | 163 | 163 |
| 6 Ontario | 297 | 297 | 297 | 297 | 297 | 297 |
| 7 Manitoba | 38 | 38 | 38 | 38 | 38 | 38 |
| 8 Saskatchewan | 32 | 32 | 32 | 32 | 32 | 32 |
| 9 Alberta | 81 | 81 | 81 | 81 | 81 | 81 |
| 10 British Columbia | 102 | 101 | 101 | 101 | 102 | 102 |
| 11 Yukon and Northwest Territories | - | - | - | - | - | - |
| 12 CANADA | 794(1) | 793 | 793 | 794 | 795 | 795 |

(1) The decrease of seven stores is due to the reclassification of these department stores to other kinds of business.

TABLE 10. Number of All Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

| Selected metropolitan areas No. | 1985 | | | | | |
|------------------------------------|--------------------|---------------------|---------------|----------------|------------|--------------|
| | January Janvier | February Février | March Mars | April Avril | May Mai | June Juin |
| | number - nombre | | | | | |
| 1 Calgary | 26 | 26 | 26 | 26 | 26 | 26 |
| 2 Edmonton | 33 | 33 | 33 | 33 | 33 | 33 |
| 3 Halifax-Dartmouth | 14 | 14 | 14 | 14 | 15 | 15 |
| 4 Hamilton | 24 | 24 | 24 | 24 | 25 | 25 |
| 5 Montréal | 76 | 76 | 76 | 76 | 76 | 76 |
| 6 Ottawa-Hull | 32 | 32 | 32 | 32 | 32 | 32 |
| 7 Quebec City | 22 | 22 | 22 | 22 | 22 | 22 |
| 8 Toronto | 88 | 88 | 88 | 88 | 88 | 88 |
| 9 Vancouver | 41 | 41 | 41 | 41 | 42 | 42 |
| 10 Winnipeg | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |

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

| 1985 | | | 1984 | | | | Province | Nº |
|------------------------|--------|-----------|-----------|---------|----------|----------|--|----|
| July | August | September | September | October | November | December | | |
| Juillet | Août | Septembre | Septembre | Octobre | Novembre | Décembre | | |
| number - nombre | | | | | | | | |
| 14 | 14 | 14 | 14 | 14 | 14 | 14 | Terre-Neuve | 1 |
| 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | Île-du-Prince-Édouard | 2 |
| 34 | 34 | 34 | 33 | 33 | 33 | 33 | Nouvelle-Écosse | 3 |
| 26 | 26 | 26 | 27 | 27 | 27 | 27 | Nouveau-Brunswick | 4 |
| 162 | 163 | 163 | 160 | 161 | 163 | 163 | Québec | 5 |
| 298 | 301 | 304 | 297 | 298 | 298 | 298 | Ontario | 6 |
| 38 | 38 | 38 | 38 | 38 | 38 | 38 | Manitoba | 7 |
| 32 | 32 | 32 | 31 | 32 | 32 | 32 | Saskatchewan | 8 |
| 80 | 80 | 81 | 81 | 81 | 81 | 81 | Alberta | 9 |
| 101 | 101 | 101 | 102 | 102 | 102 | 102 | Colombie-Britannique | 10 |
| - | - | - | 6 | 6 | 6 | 6 | Yukon et les Territoires du Nord-Ouest | 11 |
| 792 | 796 | 800 | 796 | 799 | 801 | 801 | CANADA | 12 |

(1) 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, selon certaines zones métropolitaines, 1984 et 1985

| 1985 | | | 1984 | | | | Certaines zones métropolitaines | Nº |
|------------------------|--------|-----------|-----------|---------|----------|----------|---------------------------------|----|
| July | August | September | September | October | November | December | | |
| Juillet | Août | Septembre | Septembre | Octobre | Novembre | Décembre | | |
| number - nombre | | | | | | | | |
| 26 | 26 | 26 | 26 | 26 | 26 | 26 | Calgary | 1 |
| 33 | 33 | 34 | 33 | 33 | 33 | 33 | Edmonton | 2 |
| 15 | 15 | 15 | 14 | 14 | 14 | 14 | Halifax-Dartmouth | 3 |
| 25 | 25 | 25 | 24 | 24 | 24 | 24 | Hamilton | 4 |
| 75 | 75 | 75 | 75 | 75 | 76 | 76 | Montréal | 5 |
| 32 | 32 | 32 | 32 | 32 | 32 | 32 | Ottawa-Hull | 6 |
| 22 | 22 | 22 | 21 | 21 | 22 | 22 | Ville de Québec | 7 |
| 89 | 91 | 94 | 88 | 88 | 88 | 88 | Toronto | 8 |
| 42 | 42 | 42 | 41 | 41 | 41 | 41 | Vancouver | 9 |
| 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | Winnipeg | 10 |

TABLE 11. Number of Major Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985

| Province No. | 1985 | | | | | |
|------------------------------------|--------------------|---------------------|---------------|----------------|------------|--------------|
| | January Janvier | February Février | March Mars | April Avril | May Mai | June Juin |
| | number - nombre | | | | | |
| 1 Newfoundland | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 |
| 2 Prince Edward Island | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 |
| 3 Nova Scotia | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 | 7 |
| 4 New Brunswick | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 5 Quebec | 55 | 55 | 55 | 55 | 54 | 54 |
| 6 Ontario | 109 | 109 | 109 | 109 | 109 | 109 |
| 7 Manitoba | 18 | 18 | 18 | 18 | 17 | 17 |
| 8 Saskatchewan | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 |
| 9 Alberta | 46 | 46 | 46 | 46 | 45 | 45 |
| 10 British Columbia | 60 | 59 | 59 | 59 | 53 | 53 |
| 11 Yukon and Northwest Territories | - | - | - | - | - | - |
| 12 CANADA | 323 | 322 | 322 | 322 | 313 | 313 |

TABLE 12. Number of Major Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

| Selected metropolitan areas No. | 1985 | | | | | |
|------------------------------------|--------------------|---------------------|---------------|----------------|------------|--------------|
| | January Janvier | February Février | March Mars | April Avril | May Mai | June Juin |
| | number - nombre | | | | | |
| 1 Calgary | 14 | 14 | 14 | 14 | 14 | 14 |
| 2 Edmonton | 18 | 18 | 18 | 18 | 18 | 18 |
| 3 Halifax-Dartmouth | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 |
| 4 Hamilton | 14 | 14 | 14 | 14 | 14 | 14 |
| 5 Montréal | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 | 30 |
| 6 Ottawa-Hull | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 |
| 7 Québec City | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 |
| 8 Toronto | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 | 40 |
| 9 Vancouver | 26 | 26 | 26 | 26 | 27 | 27 |
| 10 Winnipeg | 13 | 13 | 13 | 13 | 13 | 13 |

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

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

TABLE 13. Number of Junior Department Store Locations, by Province, 1984 and 1985

| Province No. | 1985 | | | | | |
|------------------------------------|--------------------|---------------------|---------------|----------------|------------|--------------|
| | January Janvier | February Février | March Mars | April Avril | May Mai | June Juin |
| | number - nombre | | | | | |
| 1 Newfoundland | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 |
| 2 Prince Edward Island | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| 3 Nova Scotia | 26 | 26 | 26 | 27 | 27 | 27 |
| 4 New Brunswick | 23 | 23 | 23 | 23 | 23 | 23 |
| 5 Quebec | 108 | 108 | 108 | 108 | 109 | 109 |
| 6 Ontario | 188 | 188 | 188 | 188 | 188 | 188 |
| 7 Manitoba | 20 | 20 | 20 | 20 | 21 | 21 |
| 8 Saskatchewan | 17 | 17 | 17 | 17 | 17 | 17 |
| 9 Alberta | 35 | 35 | 35 | 35 | 36 | 36 |
| 10 British Columbia | 42 | 42 | 42 | 42 | 49 | 49 |
| 11 Yukon and Northwest Territories | - | - | - | - | - | - |
| 12 CANADA | 471 | 471 | 471 | 472 | 482 | 482 |

TABLE 14. Number of Junior Department Store Locations, by Selected Metropolitan Area, 1984 and 1985

| Selected metropolitan areas No. | 1985 | | | | | |
|------------------------------------|--------------------|---------------------|---------------|----------------|------------|--------------|
| | January Janvier | February Février | March Mars | April Avril | May Mai | June Juin |
| | number - nombre | | | | | |
| 1 Calgary | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 |
| 2 Edmonton | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 |
| 3 Halifax-Dartmouth | 8 | 8 | 8 | 8 | 9 | 9 |
| 4 Hamilton | 10 | 10 | 10 | 10 | 11 | 11 |
| 5 Montréal | 46 | 46 | 46 | 46 | 46 | 46 |
| 6 Ottawa-Hull | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 |
| 7 Quebec City | 14 | 14 | 14 | 14 | 14 | 14 |
| 8 Toronto | 48 | 48 | 48 | 48 | 48 | 48 |
| 9 Vancouver | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 | 15 |
| 10 Winnipeg | 17 | 17 | 17 | 17 | 17 | 17 |

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

| 1985 | | | 1984 | | | | Province |
|-----------------|--------|-----------|-----------|---------|----------|----------|---|
| July | August | September | September | October | November | December | |
| Juillet | Août | Septembre | Septembre | Octobre | Novembre | Décembre | |
| number - nombre | | | | | | | No |
| 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | 8 | Terre-Neuve 1 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | Île-du-Prince-Édouard 2 |
| 27 | 27 | 27 | 26 | 26 | 26 | 26 | Nouvelle-Écosse 3 |
| 22 | 22 | 22 | 23 | 23 | 23 | 23 | Nouveau-Brunswick 4 |
| 108 | 109 | 109 | 106 | 106 | 108 | 108 | Québec 5 |
| 188 | 188 | 188 | 187 | 188 | 188 | 188 | Ontario 6 |
| 21 | 21 | 21 | 20 | 20 | 20 | 20 | Manitoba 7 |
| 17 | 17 | 17 | 16 | 17 | 17 | 17 | Saskatchewan 8 |
| 36 | 36 | 36 | 35 | 35 | 35 | 35 | Alberta 9 |
| 49 | 49 | 49 | 42 | 42 | 42 | 42 | Colombie-Britannique 10 |
| - | - | - | 1 | 1 | 1 | 1 | Yukon et les Territoires du Nord-Ouest 11 |
| 480 | 481 | 481 | 468 | 470 | 472 | 472 | CANADA 12 |

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

TABLE 15. Total Department Store Cumulative Sales, by Department, Canada, 1984 and 1985
January-September

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

| Department Rayon No. | Sales - Ventes | | Change 1985/1984 Variation 1985/1984 |
|--|---|-------------------------|---|
| | 1984 ^r | 1985 | |
| | thousands of dollars milliers de dollars | per cent pourcentage | |
| 1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms - Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles | 135,227 | 149,918 | +10.9 |
| 2 Women's and misses' coats and suits - Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles | 124,433 | 127,448 | +2.4 |
| 3 Women's and misses' sportswear - Vêtements sports pour dames et jeunes filles | 455,472 | 497,812 | +9.3 |
| 4 Furs - Fourrures | 17,907 | 20,140 | +12.5 |
| 5 Infants' and children's wear and nursery equipment - Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants | 199,273 | 206,552 | +3.7 |
| 6 Girls' and teenage girls' wear - Vêtements de fillettes et d'adolescentes | 138,488 | 148,125 | +7.0 |
| 7 Lingerie and women's sleepwear - Lingerie et vêtements de nuit pour dames | 142,702 | 143,387 | +0.5 |
| 8 Intimate apparel - Sous-vêtements | 93,690 | 100,649 | +7.4 |
| 9 Millinery - Chapeaux | 11,592 | 12,635 | +9.0 |
| 10 Women's and girls' hosiery - Bas pour dames et fillettes | 85,822 | 87,643 | +2.1 |
| 11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories - Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes | 111,875 | 118,785 | +6.2 |
| 12 Women's, misses' and children's footwear - Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants | 205,162 | 214,000 | +4.3 |
| 13 Men's clothing - Vêtements pour hommes | 288,313 | 310,858 | +7.3 |
| 14 Men's furnishings - Articles d'habillement pour hommes | 341,032 | 369,138 | +8.2 |
| 15 Boys' clothing and furnishings - Vêtements et articles d'habillement pour garçons | 106,453 | 115,128 | +8.1 |
| 16 Men's and boys' footwear - Chaussures pour hommes et garçons | 130,351 | 139,993 | +7.4 |
| 17 Food and kindred products - Produits alimentaires et connexes | 504,617 | 516,819 | +2.4 |
| 18 Toiletries, cosmetics and drugs - Articles de toilette, cosmétiques et médicaments | 406,020 | 446,855 | +10.1 |
| 19 Photographic equipment and supplies - Appareils et fournitures photographiques | 100,271 | 95,122 | -5.1 |
| 20 Piece goods - Tissus à la pièce | 34,356 | 31,354 | -8.7 |
| 21 Linens and domestics - Literie et linge de maison | 238,769 | 256,784 | +7.5 |
| 22 Smallwares and notions - Menus articles | 68,201 | 72,912 | +6.9 |
| 23 China and glassware - Porcelaine et verrerie | 87,821 | 92,132 | +4.9 |
| 24 Floor coverings - Revêtements de plancher | 102,402 | 110,431 | +7.8 |
| 25 Draperies, curtains and furniture coverings - Tentures, rideaux et housses | 128,469 | 125,933 | -2.0 |
| 26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings - Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison | 63,493 | 60,110 | -5.3 |
| 27 Furniture - Meubles | 394,147 | 420,513 | +6.7 |
| 28 Major appliances - Gros appareils ménagers | 384,451 | 399,036 | +3.8 |
| 29 Television, radio and music - Téléviseurs, radios et musique | 327,680 | 326,718 | -0.3 |
| 30 Housewares and small electrical appliances - Articles de ménage et petits appareils électriques | 272,530 | 272,515 | -- |
| 31 Hardware, paints, wallpaper, etc. - Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc. | 228,883 | 275,198 | +20.2 |
| 32 Plumbing, heating and building materials - Matériel de plomberie, chauffage et construction | 93,466 | 80,936 | -13.4 |
| 33 Jewellery - Bijouterie | 149,954 | 166,103 | +10.8 |
| 34 Toys and games - Jouets et jeux | 148,227 | 163,860 | +10.5 |
| 35 Sporting goods and luggage - Articles de sport et valises | 217,063 | 224,065 | +3.2 |
| 36 Stationery, books and magazines - Papeterie, livres et revues | 231,762 | 236,285 | +2.0 |
| 37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies - Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures | 143,406 | 119,369 | -16.1 |
| 38 Meals and lunches - Repas et casse-croûte | 184,467 | 185,019 | +0.3 |
| 39 Repairs and services - Services et travaux de réparation | 87,474 | 100,073 | +14.4 |
| 40 All other departments - Tous autres rayons | 272,017 | 288,525 | +6.1 |
| 41 ALL DEPARTMENTS - TOTAL - TOUS RAYONS | 7,457,738 | 7,828,878 | +5.0 |

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

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

| Province | Sales - Ventes | | Change 1985/1984 |
|--|----------------------|---------------------|---------------------|
| | 1984 ^r | 1985 | |
| | thousands of dollars | milliers de dollars | |
| Newfoundland - Terre-Neuve | | | per cent |
| Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard | 86,359 | 93,058 | +7.8 |
| Nova Scotia - Nouvelle-Écosse | 46,561 | 47,301 | +1.6 |
| New Brunswick - Nouveau-Brunswick | 221,676 | 245,733 | +10.9 |
| Québec | 162,553 | 165,754 | +2.0 |
| Ontario | 1,404,580 | 1,497,178 | +6.6 |
| Manitoba | 2,678,451 | 2,847,769 | +6.3 |
| Saskatchewan | 393,861 | 407,976 | +3.6 |
| Alberta | 241,617 | 250,637 | +3.7 |
| British Columbia - Colombie-Britannique | 1,017,731 | 1,055,812 | +3.7 |
| Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest | 1,181,560 | 1,217,662 | +3.1 |
| CANADA | 22,786 | - | ... |
| | 7,457,738 | 7,828,878 | +5.0 |

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

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

| Selected metropolitan areas | Sales - Ventes | | Change 1985/1984 |
|-------------------------------|----------------------|---------------------|---------------------|
| | 1984 ^r | 1985 | |
| | thousands of dollars | milliers de dollars | |
| Calgary | | | per cent |
| Edmonton | 385,883 | 406,427 | +5.3 |
| Halifax-Dartmouth | 464,246 | 472,896 | +1.9 |
| Hamilton | 120,696 | 138,299 | +14.6 |
| Montréal | 197,101 | 206,475 | +4.8 |
| Ottawa-Hull | 823,618 | 882,945 | +7.2 |
| Quebec City - Ville de Québec | 329,832 | 344,317 | +4.4 |
| Toronto | 202,414 | 209,458 | +3.5 |
| Vancouver | 1,063,399 | 1,142,295 | +7.4 |
| Winnipeg | 692,475 | 722,629 | +4.4 |
| | 357,011 | 368,315 | +3.2 |

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

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

| Province | Sales - Ventes | | Change 1985/1984 |
|--|---|-------------------------|---------------------|
| | 1984 ^r | 1985 | |
| | thousands of dollars milliers de dollars | per cent pourcentage | |
| Newfoundland - Terre-Neuve | x | x | x |
| Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard | x | x | x |
| Nova Scotia - Nouvelle-Écosse | 70,774 | 84,776 | +19.8 |
| New Brunswick - Nouveau-Brunswick | x | x | x |
| Québec | 802,445 | 839,812 | +4.7 |
| Ontario | 1,625,841 | 1,697,176 | +4.4 |
| Manitoba | 257,739 | 261,510 | +1.5 |
| Saskatchewan | x | x | x |
| Alberta | 766,761 | 779,129 | +1.6 |
| British Columbia - Colombie-Britannique | 942,521 | 951,762 | +1.0 |
| Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest | x | - | ... |
| CANADA | 4,719,911 | 4,848,889 | +2.7 |

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

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

| Selected metropolitan areas | Sales - Ventes | | Change 1985/1984 |
|-------------------------------|---|-------------------------|---------------------|
| | 1984 ^r | 1985 | |
| | thousands of dollars milliers de dollars | per cent pourcentage | |
| Calgary | 299,975 | 311,256 | +3.8 |
| Edmonton | 355,283 | 355,388 | -- |
| Halifax-Dartmouth | x | x | x |
| Hamilton | 144,796 | 149,945 | +3.6 |
| Montréal | 536,621 | 572,871 | +6.8 |
| Ottawa-Hull | 207,866 | 211,222 | +1.6 |
| Quebec City - Ville de Québec | x | x | x |
| Toronto | 769,109 | 824,283 | +7.2 |
| Vancouver | 599,122 | 623,973 | +4.1 |
| Winnipeg | x | x | x |

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

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

| Province | Sales - Ventes | | Change 1985/1984 |
|--|---|-------------------------|---------------------|
| | 1984 ^r | 1985 | |
| | thousands of dollars milliers de dollars | per cent pourcentage | |
| Newfoundland - Terre-Neuve | x | x | x |
| Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard | x | x | x |
| Nova Scotia - Nouvelle-Écosse | 150,903 | 160,956 | +6.7 |
| New Brunswick - Nouveau-Brunswick | x | x | x |
| Québec | 602,133 | 657,368 | +9.2 |
| Ontario | 1,052,611 | 1,150,592 | +9.3 |
| Manitoba | 136,121 | 146,466 | +7.6 |
| Saskatchewan | x | x | x |
| Alberta | 250,970 | 276,683 | +10.2 |
| British Columbia - Colombie-Britannique | 239,040 | 265,901 | +11.2 |
| Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest | x | - | ... |
| CANADA | 2,737,826 | 2,979,991 | +8.8 |

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

**TABLEAU 21. Ventes cumulatives des grands magasins populaires, selon certaines zones métropolitaines,
1984 et 1985**
Janvier-septembre

| Selected metropolitan areas | Sales - Ventes | | Change 1985/1984 |
|-------------------------------|---|-------------------------|---------------------|
| | 1984 ^r | 1985 | |
| | thousands of dollars milliers de dollars | per cent pourcentage | |
| Calgary | 85,909 | 95,173 | +10.8 |
| Edmonton | 108,962 | 117,510 | +7.8 |
| Halifax-Dartmouth | x | x | x |
| Hamilton | 52,306 | 56,531 | +8.1 |
| Montréal | 286,992 | 310,073 | +8.0 |
| Ottawa-Hull | 121,967 | 133,099 | +9.1 |
| Quebec City - Ville de Québec | x | x | x |
| Toronto | 294,292 | 318,010 | +8.1 |
| Vancouver | 93,355 | 98,658 | +5.7 |
| Winnipeg | x | x | x |

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 | |
| | | Traditionnels | | Populaires | | |
| | Sales Ventes | Distrib- ution | Sales Ventes | Distrib- ution | Sales Ventes | Distrib- ution |
| | \$'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 | 649,626 | 100.0 | 433,177 | 66.7 | 216,450 | 33.3 |
| February - Février | 659,594 | 100.0 | 426,537 | 64.7 | 233,057 | 35.3 |
| March - Mars | 806,999 | 100.0 | 529,691 | 65.6 | 277,309 | 34.4 |
| April - Avril | 843,022 | 100.0 | 522,096 | 61.9 | 320,926 | 38.1 |
| May - Mai | 930,389 | 100.0 | 577,533 | 62.1 | 352,855 | 37.9 |
| June - Juin | 941,728 | 100.0 | 584,661 | 62.1 | 357,066 | 37.9 |
| July - Juillet | 806,592 | 100.0 | 496,195 | 61.5 | 310,397 | 38.5 |
| August - Août | 872,423 | 100.0 | 530,591 | 60.8 | 341,831 | 39.2 |
| September - Septembre | 947,365 | 100.0 | 619,430 | 65.4 | 327,935 | 34.6 |
| October - Octobre | 957,060 | 100.0 | 611,524 | 63.9 | 345,536 | 36.1 |
| November - Novembre | 1,254,292 | 100.0 | 799,105 | 63.7 | 455,187 | 36.3 |
| December - Décembre | 1,715,781 | 100.0 | 1,049,201 | 61.2 | 666,580 | 38.8 |
| Year - Année | 11,384,871 | 100.0 | 7,179,741 | 63.1 | 4,205,129 | 36.9 |
| 1985: | | | | | | |
| January - Janvier | 692,108 | 100.0 | 453,711 | 65.6 | 238,397 | 34.4 |
| February - Février | 647,065 | 100.0 | 409,143 | 63.2 | 237,922 | 36.8 |
| March - Mars | 849,077 | 100.0 | 537,063 | 63.3 | 312,014 | 36.7 |
| April - Avril | 901,404 | 100.0 | 549,234 | 60.9 | 352,171 | 39.1 |
| May - Mai | 990,625 | 100.0 | 594,109 | 60.0 | 396,516 | 40.0 |
| June - Juin | 928,157 | 100.0 | 557,754 | 60.1 | 370,404 | 39.9 |
| July - Juillet | 875,654 | 100.0 | 532,232 | 60.8 | 343,422 | 39.2 |
| August - Août | 979,945 | 100.0 | 588,786 | 60.1 | 391,160 | 39.9 |
| September - Septembre | 964,843 | 100.0 | 626,857 | 65.0 | 337,985 | 35.0 |
| 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
September

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

| Province and Selected Metropolitan Areas | Distribution | | | Change 1985/1984 |
|---|--------------|------|------|---------------------|
| | 1983 | 1984 | 1985 | |
| per cent - pourcentage | | | | |
| Newfoundland - Terre-Neuve | 6.6 | 6.8 | 6.4 | -5.9 |
| Prince Edward Island - Île-du-Prince-Édouard | 14.0 | 13.6 | 11.7 | -14.0 |
| Nova Scotia - Nouvelle-Écosse | 8.6 | 8.9 | 7.9 | -11.2 |
| New Brunswick - Nouveau-Brunswick | 8.4 | 8.6 | 7.8 | -9.3 |
| Québec | 7.6 | 7.6 | 7.1 | -6.6 |
| Ontario | 9.9 | 9.8 | 9.1 | -7.1 |
| Manitoba | 13.8 | 14.1 | 12.0 | -14.9 |
| Saskatchewan | 8.0 | 8.9 | 8.3 | -6.7 |
| Alberta | 13.8 | 13.4 | 12.3 | -8.2 |
| British Columbia - Colombie-Britannique | 15.0 | 14.0 | 13.3 | -5.0 |
| Yukon and Northwest Territories - Le Yukon et les Territoires du Nord-Ouest | 11.2 | 11.1 | ... | ... |
| CANADA | 10.3 | 10.1 | 9.4 | -6.9 |
| Montréal | 9.9 | 9.7 | 9.2 | -5.2 |
| Toronto | 10.9 | 11.0 | 10.4 | -5.5 |
| Winnipeg | 18.8 | 19.3 | 16.4 | -15.0 |
| Vancouver | 17.8 | 16.2 | 15.9 | -1.9 |

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

| Department No. | 1985 | | | | | | | |
|--|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | January | February | March | April | May | June | July | August |
| | Janvier | Février | Mars | Avril | Mai | Juin | Juillet | Août |
| thousands of dollars milliers de dollars | | | | | | | | |
| | | | | | | | | |
| 1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms | 39,185 | 43,993 | 56,955 | 60,797 | 54,107 | 43,977 | 52,035 | 50,520 |
| 2 Women's and misses' coats and suits | 48,419 | 65,516 | 68,340 | 61,861 | 53,789 | 43,361 | 71,654 | 82,262 |
| 3 Women's and misses' sportswear | 128,354 | 150,980 | 171,399 | 178,900 | 166,346 | 144,730 | 145,696 | 152,682 |
| 4 Furs | 23,715 | 19,658 | 14,917 | 27,476 | 28,928 | 30,362 | 34,836 | 37,360 |
| 5 Infants' and children's wear and nursery equipment | 71,653 | 67,973 | 77,245 | 89,457 | 84,937 | 80,040 | 93,305 | 88,047 |
| 6 Girls' and teenage girls' wear | 37,234 | 51,030 | 59,132 | 54,914 | 58,342 | 47,063 | 64,292 | 55,065 |
| 7 Lingerie and women's sleepwear | 44,161 | 42,405 | 47,653 | 55,747 | 53,175 | 47,396 | 45,570 | 47,129 |
| 8 Intimate apparel | 46,429 | 41,490 | 43,624 | 45,951 | 44,588 | 44,618 | 42,526 | 45,661 |
| 9 Millinery | 3,119 | 3,418 | 2,548 | 3,521 | 2,990 | 2,606 | 2,267 | 6,039 |
| 10 Women's and girls' hosiery | 37,889 | 34,836 | 38,986 | 42,035 | 37,480 | 34,668 | 34,978 | 40,429 |
| 11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories | 49,934 | 48,511 | 53,600 | 57,748 | 53,111 | 46,410 | 51,969 | 60,155 |
| 12 Women's, misses' and children's footwear | 87,816 | 99,585 | 121,486 | 122,004 | 113,930 | 101,511 | 103,552 | 107,102 |
| 13 Men's clothing | 124,638 | 156,531 | 171,752 | 194,346 | 190,644 | 166,346 | 167,514 | 204,381 |
| 14 Men's furnishings | 143,196 | 145,075 | 166,369 | 193,067 | 194,893 | 154,193 | 146,076 | 159,033 |
| 15 Men's clothing and furnishings | 42,749 | 43,433 | 37,834 | 46,421 | 42,314 | 44,144 | 37,408 | 42,024 |
| 16 Men's and boys' clothing | 55,521 | 57,409 | 76,324 | 88,077 | 70,384 | 65,758 | 71,315 | 75,457 |
| 17 Food and kindred products | 41,847 | 59,361 | 37,872 | 78,487 | 55,161 | 51,444 | 53,120 | 52,166 |
| 18 Toiletries, cosmetics and drugs | 255,555 | 208,248 | 225,060 | 236,131 | 234,780 | 230,330 | 244,390 | 242,973 |
| 19 Photographic equipment and supplies | 55,504 | 44,500 | 49,665 | 52,185 | 51,054 | 50,506 | 51,599 | 49,928 |
| 20 Piece goods | 17,949 | 16,873 | 21,571 | 18,654 | 20,683 | 20,308 | 17,758 | 18,215 |
| 21 Linens and domestics | 128,300 | 127,853 | 134,314 | 146,716 | 148,825 | 142,340 | 137,044 | 129,658 |
| 22 Smallwares and notions | 38,175 | 35,879 | 37,555 | 44,184 | 47,806 | 48,739 | 48,143 | 49,133 |
| 23 Chins and glassware | 68,077 | 74,719 | 66,029 | 85,463 | 84,766 | 76,648 | 77,449 | 81,931 |
| 24 Floor coverings | 50,742 | 47,734 | 49,746 | 51,134 | 51,347 | 50,529 | 53,258 | 55,176 |
| 25 Draperies, curtains and furniture coverings | 70,093 | 60,655 | 65,910 | 68,661 | 68,008 | 65,502 | 70,348 | 68,186 |
| 26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings | 56,372 | 53,190 | 57,261 | 60,255 | 63,533 | 61,939 | 64,352 | 66,253 |
| 27 Furniture | 145,059 | 145,868 | 149,735 | 157,566 | 152,328 | 151,943 | 156,706 | 152,710 |
| 28 Major appliances | 67,296 | 72,678 | 74,982 | 76,661 | 73,394 | 70,552 | 69,632 | 63,275 |
| 29 Television, radio and music | 133,537 | 128,146 | 140,488 | 153,594 | 145,992 | 138,333 | 132,625 | 140,840 |
| 30 Housewares and small electrical appliances | 164,939 | 151,991 | 157,505 | 174,480 | 166,909 | 174,343 | 166,944 | 166,287 |
| 31 Hardware, paints, wallpaper, etc. | 116,518 | 120,579 | 142,450 | 148,268 | 158,719 | 175,304 | 161,250 | 163,188 |
| 32 Plumbing, heating and building materials | 24,231 | 21,786 | 31,394 | 24,392 | 25,361 | 28,840 | 26,458 | 26,308 |
| 33 Jewellery | 109,160 | 96,901 | 107,128 | 113,812 | 113,439 | 109,202 | 113,481 | 121,103 |
| 34 Toys and games | 112,665 | 109,764 | 121,590 | 141,558 | 153,617 | 158,887 | 183,356 | 199,802 |
| 35 Sporting goods and luggage | 113,507 | 110,606 | 133,988 | 160,378 | 159,668 | 145,230 | 136,961 | 138,586 |
| 36 Stationery, books and magazines | 135,422 | 125,423 | 130,744 | 139,442 | 144,907 | 133,691 | 142,334 | 139,433 |
| 37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies | 53,925 | 50,203 | 55,851 | 54,543 | 53,906 | 52,859 | 49,351 | 51,052 |
| 38 Meals and lunches | 985 | 539 | 654 | 646 | 597 | 423 | 569 | 577 |
| 39 Repairs and services | 5,461 | 5,566 | 6,085 | 6,380 | 6,081 | 6,389 | 6,538 | 6,173 |
| 40 All other departments | 58,419 | 50,976 | 61,896 | 72,766 | 86,123 | 68,824 | 57,471 | 67,797 |
| 41 TOTAL ALL DEPARTMENTS | 3,011,649 | 2,970,159 | 3,275,551 | 3,540,658 | 3,517,367 | 3,292,088 | 3,393,348 | 3,481,102 |

(1) At selling value.

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

| 1985 | 1984 | | | | | Change - Variation | | N° |
|----------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------|-----------------------|---|----|
| | September | September | October | November | December | September/August 1985 | September 1985/1984 Rayon | |
| September | September | September | October | November | December | September/August 1985 | September 1985/1984 Rayon | |
| Septembre | Septembre | Septembre | Octobre | Novembre | Décembre | Septembre/aout 1985 | Septembre 1985/1984 | |
| thousands of dollars | | | | | | per cent | | |
| milliers de dollars | | | | | | pourcentage | | |
| 50,641 | 56,325 | 64,109 | 57,551 | 45,548 | +0,2 | -6,8 | Robe, robes de ménage, tablier et uniformes pour dames et jeunes filles | 1 |
| 90,837 | 83,396 | 88,387 | 70,525 | 50,707 | +10,4 | +8,9 | Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles | 2 |
| 153,876 | 174,379 | 195,689 | 192,828 | 154,161 | +0,8 | -11,8 | Vêtements apart pour dames et jeunes filles | 3 |
| 42,135 | 25,303 | 35,998 | 29,500 | 25,339 | +12,8 | +66,5 | Fourrures | 4 |
| 80,233 | 85,719 | 91,718 | 86,785 | 80,801 | -8,9 | -6,4 | Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants | 5 |
| 51,635 | 50,309 | 56,701 | 54,375 | 34,598 | -6,2 | +2,6 | Vêtements de fillettes et d'adolescentes | 6 |
| 50,512 | 50,448 | 66,483 | 81,616 | 44,897 | +7,2 | +0,1 | Lingerie et vêtements de nuit pour dames | 7 |
| 40,634 | 35,693 | 44,763 | 49,442 | 45,665 | -11,0 | +13,8 | Sous-vêtements | 8 |
| 7,309 | 4,276 | 4,267 | 6,080 | 5,211 | +21,0 | +70,9 | Chapeaux | 9 |
| 39,576 | 33,092 | 36,982 | 39,445 | 36,027 | -2,1 | +19,6 | Bas pour dames et fillettes | 10 |
| 68,465 | 54,376 | 71,298 | 82,743 | 55,141 | +13,8 | +25,9 | Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes | 11 |
| 110,052 | 104,743 | 111,899 | 107,316 | 92,122 | +2,8 | +5,1 | Chaussettes pour dames, jeunes filles et enfants | 12 |
| 188,030 | 187,259 | 217,788 | 214,964 | 165,233 | -9,0 | +0,4 | Vêtements pour hommes | 13 |
| 168,183 | 166,401 | 213,654 | 222,868 | 146,065 | +8,5 | +1,1 | Articles d'habillement pour hommes | 14 |
| 49,433 | 40,887 | 54,604 | 47,655 | 35,467 | +17,7 | +21,0 | Vêtements et articles d'habillement pour garçons | 15 |
| 79,974 | 72,378 | 84,660 | 79,040 | 63,630 | +6,4 | +10,5 | Chaussures pour hommes et garçons | 16 |
| 33,354 | 34,765 | 45,449 | 51,232 | 23,221 | +16,1 | +7,4 | Produits alimentaires et connexes | 17 |
| 230,119 | 207,561 | 260,388 | 284,466 | 204,522 | -5,3 | +10,9 | Articles de toilette, cosmétiques et médicaments | 18 |
| 44,255 | 50,689 | 66,460 | 58,862 | 43,806 | -11,4 | -12,7 | Appareils et fournitures photographiques | 19 |
| 17,663 | 24,503 | 29,270 | 27,108 | 24,799 | -3,0 | -27,9 | Tissus à la pièce | 20 |
| 128,387 | 129,818 | 138,764 | 154,748 | 147,039 | -1,0 | -1,1 | Literie et linge de maison | 21 |
| 40,914 | 39,451 | 44,535 | 41,168 | 46,044 | -16,7 | +3,7 | Meubles articles | 22 |
| 78,364 | 83,388 | 91,822 | 97,373 | 93,193 | -4,4 | -6,0 | Porcelaine et verrerie | 23 |
| 50,390 | 54,461 | 54,344 | 49,781 | 54,776 | -8,7 | -7,5 | Revêtements de plancher | 24 |
| 64,527 | 72,866 | 75,403 | 76,311 | 73,250 | -5,4 | -11,4 | Tentures, rideaux et housses | 25 |
| 65,483 | 65,919 | 75,621 | 75,656 | 53,262 | -1,2 | -0,7 | Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'aménagement pour la maison | 26 |
| 142,538 | 162,420 | 179,951 | 151,221 | 179,768 | -6,7 | -12,2 | Meubles | 27 |
| 60,490 | 61,703 | 78,446 | 80,775 | 74,426 | -4,4 | -2,0 | Gros appareil ménagers | 28 |
| 121,105 | 146,567 | 172,697 | 181,676 | 149,533 | -14,0 | -17,4 | Téléviseurs, radios et musique | 29 |
| 162,028 | 173,568 | 180,228 | 200,634 | 146,834 | -2,6 | -6,6 | Articles de ménage et petits appareils électriques | 30 |
| 152,176 | 127,890 | 146,733 | 138,855 | 130,912 | -6,7 | +19,0 | Quincaillerie, peinture, papier-peinture, etc. | 31 |
| 24,350 | 27,500 | 29,249 | 28,862 | 33,964 | -7,4 | -11,5 | Matériel de plomberie, chauffage et construction | 32 |
| 118,100 | 115,670 | 141,229 | 149,624 | 109,540 | -2,5 | +2,1 | Bijouterie | 33 |
| 194,485 | 126,251 | 151,085 | 181,040 | 104,574 | -2,7 | +54,0 | Jouets et jeux | 34 |
| 127,607 | 129,385 | 165,201 | 153,366 | 126,179 | -7,9 | -1,4 | Articles de sport et valises | 35 |
| 144,100 | 151,325 | 153,559 | 189,350 | 132,241 | +3,4 | -4,7 | Papeterie, livres et revues | 36 |
| 47,459 | 46,063 | 49,132 | 51,924 | 62,989 | -6,3 | +3,8 | Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures | 37 |
| 3,772 | 458 | 605 | 399 | 166 | +58,8 | -3,9 | Repas et casse-croûtes | 38 |
| 64,473 | 5,150 | 5,593 | 5,996 | 5,584 | -39,3 | -27,1 | Services et travaux de réparation | 39 |
| 3,922,756 | 3,323,718 | 3,867,841 | 3,944,469 | 3,138,618 | -2,6 | +2,1 | Tous autres rayons | 40 |
| | | | | | | | TOTAL, TOUS RAYONS | 41 |

(1) Valeur de vente.

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

| Department | 1985 | | | | | | |
|--|----------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | January | February | March | April | May | June | July |
| | Janvier | Février | Mars | Avril | Mai | Juin | Juillet |
| No. | thousands of dollars | | | | | | |
| | milliers de dollars | | | | | | |
| 1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms | 45,735 | 48,351 | 51,442 | 50,516 | 50,524 | 51,804 | 52,587 |
| 2 Women's and misses' coats and suits | 63,109 | 72,588 | 75,059 | 84,334 | 88,362 | 74,138 | 66,098 |
| 3 Women's and misses' sportswear | 156,229 | 168,626 | 165,149 | 159,828 | 157,763 | 160,948 | 153,604 |
| 4 Furs | 24,319 | 23,183 | 17,231 | 33,193 | 31,147 | 34,044 | 36,341 |
| 5 Infants' and children's wear and nursery equipment | 87,294 | 81,222 | 81,633 | 82,541 | 86,898 | 84,837 | 83,217 |
| 6 Girls' and teenage girls' wear | 52,472 | 57,295 | 55,281 | 51,922 | 56,211 | 53,963 | 53,822 |
| 7 Lingerie and women's sleepwear | 52,685 | 50,921 | 50,257 | 50,983 | 51,767 | 51,747 | 50,621 |
| 8 Intimate apparel | 43,418 | 43,447 | 43,864 | 44,208 | 44,729 | 46,973 | 45,838 |
| 9 Millinery | 3,225 | 4,032 | 3,996 | 4,601 | 4,137 | 4,284 | 3,192 |
| 10 Women's and girls' hosiery | 42,233 | 38,777 | 39,196 | 38,929 | 37,740 | 37,822 | 37,376 |
| 11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories | 56,562 | 53,744 | 52,802 | 54,450 | 56,129 | 57,868 | 59,418 |
| 12 Women's, misses' and children's footwear | 104,248 | 108,220 | 110,418 | 106,425 | 107,544 | 108,164 | 107,246 |
| 13 Men's clothing | 170,022 | 179,364 | 175,343 | 188,419 | 195,949 | 193,125 | 181,321 |
| 14 Men's furnishings | 171,341 | 166,270 | 172,823 | 161,066 | 163,233 | 175,701 | 161,567 |
| 15 Boys' clothing and furnishings | 46,760 | 45,976 | 47,706 | 46,066 | 47,810 | 50,583 | 49,557 |
| 16 Men's and boys' footwear | 68,620 | 67,613 | 75,089 | 72,976 | 78,804 | 74,377 | 74,557 |
| 17 Food and kindred products(1) | 41,847 | 35,361 | 37,872 | 38,427 | 35,161 | 31,444 | 33,170 |
| 18 Toiletries, cosmetics and drugs | 234,101 | 237,087 | 235,811 | 234,228 | 242,028 | 247,552 | 251,717 |
| 19 Photographic equipment and supplies | 56,353 | 50,418 | 52,073 | 49,673 | 50,384 | 51,651 | 51,051 |
| 20 Piece goods | 21,035 | 19,459 | 20,072 | 19,370 | 20,974 | 21,015 | 18,281 |
| 21 Linens and domestics | 137,967 | 131,311 | 135,121 | 136,453 | 136,313 | 140,496 | 138,361 |
| 22 Smallwares and notions | 42,947 | 41,671 | 42,114 | 41,171 | 43,958 | 44,782 | 44,211 |
| 23 China and glassware | 78,341 | 78,179 | 69,539 | 86,195 | 81,478 | 80,038 | 78,804 |
| 24 Floor coverings | 51,721 | 50,635 | 50,067 | 49,839 | 48,962 | 48,578 | 50,865 |
| 25 Draperies, curtains and furniture coverings | 69,592 | 65,138 | 65,492 | 65,554 | 66,451 | 67,230 | 70,221 |
| 26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings | 62,811 | 60,024 | 58,836 | 60,995 | 61,851 | 63,679 | 64,143 |
| 27 Furniture | 157,052 | 161,100 | 149,263 | 142,738 | 144,663 | 150,418 | 154,555 |
| 28 Major appliances | 67,686 | 69,887 | 72,776 | 72,872 | 74,810 | 74,859 | 73,160 |
| 29 Television, radio and music | 144,051 | 143,799 | 143,539 | 146,385 | 144,675 | 139,470 | 138,443 |
| 30 Housewares and small electrical appliances | 166,519 | 166,956 | 168,777 | 166,119 | 167,449 | 169,447 | 166,042 |
| 31 Hardware, paints, wallpaper, etc. | 133,304 | 136,677 | 140,635 | 142,669 | 149,175 | 159,007 | 156,333 |
| 32 Plumbing, heating and building materials | 25,569 | 24,710 | 30,157 | 23,107 | 26,704 | 31,356 | 27,930 |
| 33 Jewellery | 113,695 | 107,558 | 110,032 | 109,837 | 111,710 | 114,469 | 115,568 |
| 34 Toys and games | 134,627 | 140,955 | 144,131 | 142,071 | 172,263 | 183,239 | 193,575 |
| 35 Sporting goods and luggage | 140,751 | 136,655 | 141,737 | 138,447 | 139,970 | 142,131 | 140,845 |
| 36 Stationery, books and magazines | 151,387 | 151,372 | 150,936 | 140,275 | 140,019 | 135,373 | 131,677 |
| 37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies | 56,066 | 55,617 | 57,004 | 52,579 | 53,157 | 54,737 | 52,769 |
| 38 Meals and lunches(1) | 985 | 539 | 654 | 646 | 597 | 423 | 597 |
| 39 Repairs and services | 5,549 | 5,890 | 6,162 | 6,205 | 6,249 | 6,356 | 6,406 |
| 40 All other departments | 72,147 | 64,799 | 62,522 | 64,482 | 77,535 | 70,685 | 62,412 |
| 41 TOTAL ALL DEPARTMENTS | 3,014,739 | 2,971,223 | 3,363,710 | 3,380,778 | 3,475,312 | 3,488,003 | 3,439,213 |

(1) 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

| 1985 | | 1984 | | | | Change - Variation | |
|---------------------------|------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------------------|-----------|
| August ^r | September ^P | September | October | November | December | September/August 1985 | Rayon |
| Août ^r | Septembre ^P | Septembre | Octobre | Novembre | Décembre | Septembre/aôut 1985 | N° |
| thousands of dollars | | | | | | per cent | |
| milliards de dollars | | | | | | pourcentage | |
| 52,910 | 53,348 | 58,302 | 55,305 | 51,519 | 51,690 | +0.8 | |
| 66,085 | 62,000 | 55,365 | 57,820 | 57,334 | 60,646 | -6.2 | |
| 150,561 | 151,667 | 174,624 | 170,026 | 164,708 | 158,595 | +0.7 | |
| 36,541 | 36,641 | 22,097 | 26,924 | 24,465 | 23,765 | +0.3 | |
| 84,597 | 79,859 | 85,017 | 78,067 | 83,123 | 84,064 | -5.6 | |
| | | | | | | | |
| 52,466 | 49,702 | 47,160 | 49,206 | 48,746 | 45,973 | -5.3 | |
| 49,506 | 52,336 | 53,202 | 52,728 | 56,677 | 52,756 | +5.7 | |
| 47,790 | 47,769 | 42,224 | 42,421 | 43,032 | 43,629 | -- | |
| 6,060 | 6,753 | 4,212 | 3,174 | 3,272 | 3,300 | +11.4 | |
| 38,644 | 40,197 | 34,364 | 33,845 | 35,030 | 38,213 | +4.0 | |
| | | | | | | | |
| 63,814 | 67,430 | 55,964 | 55,499 | 59,415 | 62,089 | +5.7 | |
| 107,605 | 110,511 | 107,702 | 103,100 | 105,768 | 101,735 | +2.7 | |
| 176,537 | 176,921 | 177,808 | 177,252 | 175,846 | 171,862 | +0.3 | |
| 158,800 | 164,508 | 160,717 | 164,786 | 176,792 | 179,390 | +3.6 | |
| 48,946 | 49,704 | 41,557 | 43,428 | 43,446 | 43,266 | +5.8 | |
| | | | | | | | |
| 38,960 | 38,920 | 76,697 | 73,421 | 72,821 | 70,339 | +7.4 | |
| 32,166 | 37,354 | 34,765 | 45,449 | 51,232 | 23,221 | +16.1 | |
| 226,792 | 253,374 | 227,709 | 220,511 | 227,475 | 218,036 | -1.3 | |
| 50,661 | 48,384 | 54,870 | 53,988 | 52,736 | 50,988 | -4.5 | |
| 17,283 | 18,488 | 26,183 | 25,550 | 25,786 | 23,485 | +7.0 | |
| | | | | | | | |
| 138,408 | 143,482 | 149,824 | 142,174 | 143,742 | 138,795 | +3.7 | |
| 46,554 | 44,257 | 42,479 | 43,407 | 42,959 | 43,526 | -4.9 | |
| 80,222 | 82,253 | 89,988 | 86,530 | 86,667 | 80,556 | +2.5 | |
| 53,469 | 50,379 | 61,841 | 54,694 | 53,537 | 50,665 | +1.7 | |
| 69,000 | 68,575 | 78,068 | 72,640 | 75,034 | 70,318 | -0.6 | |
| | | | | | | | |
| 63,865 | 65,445 | 67,184 | 63,752 | 66,364 | 60,650 | +2.5 | |
| 162,252 | 153,984 | 180,083 | 174,170 | 158,399 | 157,244 | -5.1 | |
| 70,844 | 69,153 | 69,280 | 79,508 | 72,780 | 66,992 | -2.4 | |
| 142,261 | 133,732 | 161,211 | 156,062 | 156,073 | 148,043 | -6.0 | |
| 166,240 | 166,964 | 181,122 | 172,777 | 171,629 | 162,725 | +0.4 | |
| | | | | | | | |
| 157,855 | 161,144 | 139,001 | 138,168 | 137,637 | 133,263 | +2.1 | |
| 27,538 | 25,989 | 29,381 | 29,148 | 27,405 | 26,876 | -5.6 | |
| 122,425 | 125,735 | 127,368 | 125,262 | 121,914 | 118,413 | +2.7 | |
| 190,910 | 166,241 | 103,383 | 96,097 | 132,107 | 150,202 | -12.9 | |
| 148,945 | 136,065 | 135,992 | 134,860 | 136,786 | 138,495 | -8.6 | |
| | | | | | | | |
| 136,286 | 141,690 | 150,796 | 135,802 | 156,139 | 155,668 | +4.0 | |
| 52,472 | 51,278 | 48,212 | 45,518 | 50,299 | 54,114 | -2.3 | |
| 277 | 440 | 458 | 605 | 399 | 166 | +58.8 | |
| 5,905 | 4,034 | 5,268 | 5,427 | 5,607 | 5,604 | -31.7 | |
| 21,232 | 68,433 | 67,508 | 74,441 | 71,360 | 66,685 | -3.9 | |
| 3,470,467 | 3,452,632 | 3,318,584 | 3,872,326 | 3,955,109 | 3,132,328 | -0.8 | |
| | | | | | | | |
| TOTAL, TOUS RAYONS | | | | | | | 41 |

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

TABLE 26. Department Store Monthly Stock-sales Ratios, by Department, Canada, 1984 and 1985

| No. | Department | 1985 | | | | | | |
|-----|--|---------|----------|-------|-------|-------|-------|---------|
| | | January | February | March | April | May | June | July |
| | | Janvier | Février | Mars | Avril | Mai | Juin | Juillet |
| 1 | Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms | 4.42 | 4.38 | 3.60 | 3.23 | 2.15 | 2.27 | 3.02 |
| 2 | Women's and misses' coats and suits | 3.68 | 5.41 | 3.23 | 3.60 | 4.92 | 5.48 | 10.13 |
| 3 | Women's and misses' sportswear | 3.87 | 3.97 | 3.09 | 3.07 | 2.32 | 2.47 | 2.78 |
| 4 | Furs | 4.63 | 5.55 | 8.75 | 22.23 | 74.94 | 53.93 | 29.10 |
| 5 | Infants' and children's wear and nursery equipment | 3.90 | 3.72 | 3.34 | 3.68 | 3.58 | 3.55 | 4.27 |
| 6 | Girls' and teenage girls' wear | 4.24 | 5.25 | 3.15 | 3.06 | 3.20 | 3.41 | 4.70 |
| 7 | Lingerie and women's sleepwear | 3.73 | 3.51 | 3.08 | 3.47 | 2.64 | 2.68 | 2.51 |
| 8 | Intimate apparel | 5.12 | 5.23 | 3.86 | 3.92 | 3.54 | 3.75 | 3.71 |
| 9 | Millinery | 2.00 | 3.20 | 2.16 | 2.42 | 2.22 | 2.27 | 1.90 |
| 10 | Women's and girls' hosiery | 4.43 | 4.59 | 3.61 | 3.69 | 3.24 | 3.65 | 4.88 |
| 11 | Women's and girls' gloves, mitts and accessories | 4.90 | 5.28 | 3.90 | 4.00 | 3.15 | 3.52 | 4.82 |
| 12 | Women's, misses' and children's footwear | 5.71 | 6.98 | 4.87 | 4.31 | 3.87 | 4.30 | 4.91 |
| 13 | Men's clothing | 5.32 | 6.79 | 4.78 | 5.23 | 4.94 | 3.84 | 5.65 |
| 14 | Men's furnishings | 5.44 | 5.51 | 4.25 | 4.81 | 4.06 | 2.72 | 3.48 |
| 15 | Boys' clothing and furnishings | 5.53 | 6.19 | 3.82 | 3.38 | 3.23 | 3.73 | 5.72 |
| 16 | Men's and boys' linens | 5.57 | 5.54 | 4.76 | 4.51 | 3.89 | 3.81 | 4.86 |
| 17 | Food and children products | 6.88 | 6.57 | 3.67 | 3.67 | 3.35 | 3.78 | 5.56 |
| 18 | Toiletries, cosmetics and drugs | 5.78 | 4.75 | 4.47 | 4.73 | 4.33 | 4.45 | 4.55 |
| 19 | Photographic equipment and supplies | 6.38 | 6.23 | 5.38 | 5.36 | 4.82 | 3.86 | 4.17 |
| 20 | Piece goods | 6.39 | 5.39 | 5.20 | 5.65 | 5.15 | 6.34 | 5.68 |
| 21 | Linens and domestics | 4.09 | 7.07 | 5.45 | 5.92 | 5.07 | 4.92 | 4.32 |
| 22 | Smallwares and notions | 4.12 | 4.86 | 4.54 | 5.74 | 6.39 | 6.88 | 6.55 |
| 23 | China and glassware | 9.44 | 9.47 | 6.51 | 8.83 | 6.29 | 7.30 | 7.41 |
| 24 | Floor coverings | 5.73 | 5.22 | 4.25 | 4.10 | 3.91 | 3.96 | 3.70 |
| 25 | Desperries, curtains and furniture coverings | 7.08 | 6.21 | 4.91 | 4.76 | 4.17 | 4.23 | 4.53 |
| 26 | Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings | 10.12 | 11.11 | 8.94 | 8.49 | 9.91 | 9.77 | 8.71 |
| 27 | Furniture | 3.40 | 4.45 | 3.51 | 3.22 | 3.06 | 3.05 | 2.87 |
| 28 | Major appliances | 1.69 | 2.25 | 1.79 | 1.81 | 1.62 | 1.54 | 1.31 |
| 29 | Television, radio and music | 4.07 | 4.40 | 3.73 | 4.38 | 5.02 | 4.30 | 3.94 |
| 30 | Housewares and small electrical appliances | 6.46 | 5.83 | 6.05 | 6.16 | 5.17 | 5.43 | 5.14 |
| 31 | Hardware, paints, wallpaper, etc. | 5.58 | 7.28 | 6.31 | 4.35 | 3.35 | 4.31 | 4.50 |
| 32 | Plumbing, heating and building materials | 3.52 | 3.78 | 4.29 | 2.54 | 2.21 | 2.88 | 2.29 |
| 33 | Jewellery | 10.08 | 7.86 | 5.89 | 5.85 | 4.67 | 5.34 | 6.18 |
| 34 | Toys and games | 8.98 | 8.41 | 6.44 | 6.91 | 8.43 | 8.09 | 9.07 |
| 35 | Sporting goods and luggage | 6.02 | 6.86 | 6.60 | 6.04 | 4.85 | 4.42 | 4.57 |
| 36 | Stationery, books and magazines | 6.12 | 5.86 | 5.29 | 5.74 | 5.52 | 5.25 | 6.25 |
| 37 | Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies | 4.53 | 5.00 | 4.66 | 3.81 | 3.51 | 3.48 | 3.49 |
| 38 | Meals and lunches | 0.05 | 0.03 | 0.03 | 0.03 | 0.03 | 0.02 | 0.13 |
| 39 | Repairs and services | 0.50 | 0.61 | 0.53 | 0.58 | 0.50 | 0.54 | 0.59 |
| 40 | All other departments | 2.36 | 2.53 | 2.12 | 2.15 | 1.91 | 1.84 | 1.69 |
| 41 | TOTAL ALL DEPARTMENTS | 4.20 | 4.47 | 3.77 | 3.85 | 3.45 | 3.44 | 3.73 |

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

| 1985 | | 1984 | | | | Rayon | |
|--------|-----------|-----------|---------|----------|----------|---|----|
| August | September | September | October | November | December | | |
| Août | Septembre | Septembre | Octobre | Novembre | Décembre | | |
| | | | | | | No | |
| 2.83 | 3.02 | 3.49 | 3.99 | 3.37 | 2.00 | Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles | 1 |
| 5.07 | 4.19 | 3.98 | 3.32 | 2.50 | 2.19 | Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles | 2 |
| 2.51 | 2.22 | 2.65 | 3.48 | 3.00 | 1.72 | Vêtements sports pour dames et jeunes filles | 3 |
| 15.28 | 10.69 | 7.30 | 6.50 | 3.24 | 3.24 | Fourrures | 4 |
| 3.09 | 3.10 | 3.31 | 3.42 | 2.99 | 2.19 | Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants | 5 |
| 1.83 | 3.02 | 2.63 | 3.72 | 2.42 | 1.46 | Vêtements de fillettes et d'adolescentes | 6 |
| 2.93 | 3.04 | 2.85 | 3.59 | 2.75 | 0.92 | Lingerie et vêtements de nuit pour dames | 7 |
| 3.81 | 3.20 | 3.01 | 4.50 | 4.27 | 3.01 | Sous-vêtements | 8 |
| 3.84 | 3.47 | 2.30 | 1.57 | 1.42 | 1.30 | Chapeaux | 9 |
| 4.54 | 3.26 | 2.64 | 3.21 | 3.07 | 2.22 | Bes pour dames et fillettes | 10 |
| 4.64 | 3.93 | 3.19 | 3.99 | 2.88 | 1.34 | Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes | 11 |
| 4.10 | 3.57 | 3.29 | 3.74 | 3.11 | 2.86 | Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants | 12 |
| 5.60 | 4.39 | 4.35 | 5.23 | 3.45 | 2.02 | Vêtements pour hommes | 13 |
| 3.62 | 3.53 | 3.74 | 5.00 | 3.09 | 1.23 | Articles d'habillement pour hommes | 14 |
| 1.69 | 3.83 | 3.03 | 4.19 | 2.77 | 1.44 | Vêtements et articles d'habillement pour garçons | 15 |
| 8.54 | 4.38 | 4.22 | 5.15 | 3.51 | 2.44 | Chaussures pour hommes et garçons | 16 |
| 11.28 | 0.71 | 0.64 | 0.77 | 0.65 | 0.27 | Produits alimentaires et connexes | 17 |
| 8.52 | 4.65 | 4.23 | 5.02 | 4.17 | 1.61 | Articles de toilette, cosmétiques et médicaments | 18 |
| 3.58 | 4.29 | 4.28 | 5.88 | 3.77 | 1.48 | Appareils et fournitures photographiques | 19 |
| 4.91 | 4.54 | 5.77 | 6.46 | 5.76 | 6.88 | Tissus à la pièce | 20 |
| 3.78 | 3.83 | 4.06 | 4.96 | 4.56 | 3.18 | Literie et linge de maison | 21 |
| 6.49 | 3.93 | 3.78 | 4.65 | 3.87 | 3.61 | Menus articles | 22 |
| 7.94 | 6.28 | 7.11 | 7.81 | 4.82 | 2.50 | Porcelaine et verrerie | 23 |
| 4.03 | 3.53 | 4.39 | 3.84 | 3.09 | 4.58 | Revêtements de plancher | 24 |
| 4.48 | 4.26 | 4.68 | 4.79 | 4.32 | 4.30 | Tentures, rideaux et housses | 25 |
| 8.25 | 8.10 | 7.90 | 9.10 | 5.80 | 2.59 | Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'aménagement pour la maison | 26 |
| 3.33 | 2.84 | 3.63 | 3.81 | 3.16 | 4.16 | Meubles | 27 |
| 1.31 | 1.21 | 1.32 | 1.66 | 1.55 | 1.36 | Gros appareils ménagers | 28 |
| 2.94 | 2.46 | 2.75 | 3.78 | 3.14 | 1.68 | Téléviseurs, radios et musique | 29 |
| 4.56 | 4.08 | 5.44 | 5.01 | 4.23 | 1.82 | Articles de ménage et petits appareils électriques | 30 |
| 5.30 | 5.79 | 5.76 | 5.54 | 4.69 | 3.69 | Quincaillerie, peinture, papier-peint, etc. | 31 |
| 2.83 | 2.69 | 2.94 | 2.83 | 2.71 | 2.97 | Matériel de plomberie, chauffage et construction | 32 |
| 6.11 | 5.26 | 5.56 | 7.85 | 5.01 | 1.62 | Bijouterie | 33 |
| 9.37 | 9.98 | 6.15 | 4.77 | 2.92 | 1.14 | Jouets et jeux | 34 |
| 5.53 | 5.97 | 6.23 | 8.65 | 5.48 | 2.64 | Articles de sport et valises | 35 |
| 3.89 | 4.33 | 4.70 | 6.21 | 4.34 | 1.78 | Papeterie, livres et revues | 36 |
| 3.80 | 3.56 | 3.37 | 2.50 | 2.48 | 2.88 | Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures | 37 |
| 11.01 | 0.02 | 0.02 | 0.03 | 0.02 | 0.01 | Repas et casse-croûtes | 38 |
| 0.55 | 0.34 | 0.51 | 0.46 | 0.38 | 0.41 | Services et travaux de réparation | 39 |
| 1.95 | 2.36 | 2.21 | 2.92 | 2.49 | 1.00 | Tous autres rayons | 40 |
| 3.42 | 3.40 | 3.42 | 3.97 | 3.10 | 1.80 | TOTAL, TOUS RAYONS | 41 |

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

| Department No. | 1985 | | | | | | |
|--|---------|----------|-------|-------|-------|-------|---------|
| | January | February | March | April | May | June | July |
| | Janvier | Février | Mars | Avril | Mai | Juin | Juillet |
| 1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms | 0.21 | 0.24 | 0.31 | 0.32 | 0.44 | 0.39 | 0.36 |
| 2 Women's and misses' coats and suits | 0.27 | 0.21 | 0.32 | 0.26 | 0.19 | 0.16 | 0.12 |
| 3 Women's and misses' sportswear | 0.25 | 0.27 | 0.36 | 0.33 | 0.42 | 0.38 | 0.36 |
| 4 Furs | 0.21 | 0.16 | 0.10 | 0.06 | 0.01 | 0.02 | 0.04 |
| 5 Infants' and children's wear and nursery | 0.24 | 0.26 | 0.32 | 0.29 | 0.27 | 0.27 | 0.25 |
| | | | | | | | |
| 6 Girls' and teenage girls' wear | 0.24 | 0.22 | 0.34 | 0.31 | 0.32 | 0.26 | 0.25 |
| 7 Lingerie and women's sleepwear | 0.27 | 0.28 | 0.36 | 0.31 | 0.37 | 0.34 | 0.40 |
| 8 Intimate apparel | 0.20 | 0.18 | 0.27 | 0.26 | 0.28 | 0.27 | 0.26 |
| 9 Millinery | 0.37 | 0.33 | 0.40 | 0.48 | 0.41 | 0.41 | 0.49 |
| 10 Women's and girls' hosiery | 0.23 | 0.21 | 0.29 | 0.28 | 0.29 | 0.26 | 0.21 |
| | | | | | | | |
| 11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories | 0.19 | 0.19 | 0.27 | 0.26 | 0.30 | 0.27 | 0.22 |
| 12 Women's, misses' and children's footwear | 0.17 | 0.15 | 0.23 | 0.23 | 0.25 | 0.22 | 0.21 |
| 13 Men's clothing | 0.16 | 0.16 | 0.22 | 0.20 | 0.20 | 0.24 | 0.18 |
| 14 Men's furnishings | 0.18 | 0.18 | 0.25 | 0.22 | 0.25 | 0.32 | 0.28 |
| 15 Boys' clothing and furnishings | 0.20 | 0.17 | 0.27 | 0.29 | 0.30 | 0.27 | 0.20 |
| | | | | | | | |
| 16 Men's and boys' footwear | 0.17 | 0.14 | 0.18 | 0.22 | 0.22 | 0.15 | 0.21 |
| 17 Food and drink products | 1.20 | 1.39 | 1.32 | 1.69 | 1.78 | 1.62 | 1.39 |
| 18 Toiletries, cosmetics and drugs | 0.19 | 0.19 | 0.23 | 0.22 | 0.23 | 0.22 | 0.21 |
| 19 Photographic equipment and supplies | 0.18 | 0.14 | 0.20 | 0.19 | 0.21 | 0.26 | 0.24 |
| 20 Piece goods | 0.13 | 0.18 | 0.22 | 0.16 | 0.20 | 0.16 | 0.16 |
| | | | | | | | |
| 21 Linens and domestics | 0.23 | 0.14 | 0.19 | 0.18 | 0.20 | 0.20 | 0.23 |
| 22 Smallwares and notions | 0.22 | 0.20 | 0.24 | 0.19 | 0.16 | 0.15 | 0.15 |
| 23 China and glassware | 0.09 | 0.11 | 0.14 | 0.13 | 0.16 | 0.13 | 0.14 |
| 24 Floor coverings | 0.17 | 0.19 | 0.26 | 0.25 | 0.26 | 0.25 | 0.28 |
| 25 Draperies, curtains and furniture coverings | 0.14 | 0.15 | 0.21 | 0.21 | 0.24 | 0.23 | 0.24 |
| | | | | | | | |
| 26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings | 0.10 | 0.09 | 0.12 | 0.12 | 0.10 | 0.10 | 0.12 |
| 27 Furniture | 0.26 | 0.23 | 0.31 | 0.32 | 0.32 | 0.33 | 0.35 |
| 28 Major appliances | 0.56 | 0.46 | 0.57 | 0.56 | 0.61 | 0.64 | 0.76 |
| 29 Television, radio and music | 0.23 | 0.22 | 0.28 | 0.24 | 0.19 | 0.23 | 0.25 |
| 30 Housewares and small electrical appliances | 0.16 | 0.16 | 0.17 | 0.17 | 0.19 | 0.19 | 0.19 |
| | | | | | | | |
| 31 Hardware, paints, wallpaper, etc. | 0.17 | 0.14 | 0.17 | 0.24 | 0.31 | 0.24 | 0.21 |
| 32 Plumbing, heating and building materials | 0.24 | 0.25 | 0.28 | 0.34 | 0.46 | 0.37 | 0.42 |
| 33 Jewellery | 0.10 | 0.12 | 0.18 | 0.18 | 0.21 | 0.18 | 0.16 |
| 34 Toys and games | 0.12 | 0.12 | 0.16 | 0.16 | 0.12 | 0.13 | 0.12 |
| 35 Sporting goods and luggage | 0.16 | 0.14 | 0.17 | 0.18 | 0.21 | 0.22 | 0.21 |
| | | | | | | | |
| 36 Stationery, books and magazines | 0.17 | 0.16 | 0.19 | 0.18 | 0.18 | 0.18 | 0.16 |
| 37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies | 0.20 | 0.19 | 0.22 | 0.26 | 0.28 | 0.28 | 0.28 |
| 38 Meals and lunches | 33.66 | 23.12 | 36.66 | 31.98 | 34.28 | 40.95 | 48.18 |
| 39 Repairs and services | 1.97 | 1.65 | 1.99 | 1.76 | 1.95 | 1.90 | 1.71 |
| 40 All other departments | 0.43 | 0.40 | 0.52 | 0.50 | 0.57 | 0.48 | 0.54 |
| 41 TOTAL ALL DEPARTMENTS | 0.23 | 0.22 | 0.27 | 0.26 | 0.28 | 0.27 | 0.26 |

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

| 1985 | | 1984 | | | | Rayon | N° |
|--------|-----------|-----------|---------|----------|----------|---|----|
| August | September | September | October | November | December | | |
| Août | Septembre | Septembre | Octobre | Novembre | Décembre | | |
| 0.35 | 0.33 | 0.29 | 0.27 | 0.28 | 0.44 | Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles | 1 |
| 0.21 | 0.25 | 0.27 | 0.31 | 0.36 | 0.38 | Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles | 2 |
| 0.41 | 0.45 | 0.36 | 0.30 | 0.33 | 0.48 | Vêtements sports pour dames et jeunes filles | 3 |
| 0.07 | 0.10 | 0.13 | 0.18 | 0.28 | 0.28 | Fourrures | 4 |
| 0.31 | 0.31 | 0.29 | 0.30 | 0.33 | 0.44 | Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants | 5 |
| 0.50 | 0.32 | 0.38 | 0.28 | 0.40 | 0.53 | Vêtements de fillettes et d'adolescentes | 6 |
| 0.35 | 0.34 | 0.34 | 0.32 | 0.40 | 0.77 | Lingerie et vêtements de nuit pour dames | 7 |
| 0.27 | 0.29 | 0.31 | 0.25 | 0.25 | 0.32 | Sous-vêtements | 8 |
| 0.38 | 0.32 | 0.43 | 0.64 | 0.83 | 0.71 | Chapeaux | 9 |
| 0.24 | 0.30 | 0.35 | 0.33 | 0.34 | 0.43 | Bébé pour dames et fillettes | 10 |
| 0.23 | 0.27 | 0.32 | 0.28 | 0.37 | 0.60 | Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes | 11 |
| 0.25 | 0.28 | 0.29 | 0.28 | 0.31 | 0.32 | Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants | 12 |
| 0.20 | 0.22 | 0.21 | 0.21 | 0.29 | 0.43 | Vêtements pour hommes | 13 |
| 0.28 | 0.29 | 0.27 | 0.23 | 0.33 | 0.64 | Articles d'habillement pour hommes | 14 |
| 0.47 | 0.28 | 0.34 | 0.27 | 0.34 | 0.59 | Vêtements et articles d'habillement pour garçons | 15 |
| 0.22 | 0.24 | 0.23 | 0.21 | 0.28 | 0.37 | Chaussures pour hommes et garçons | 16 |
| 1.90 | 1.50 | 1.74 | 1.47 | 1.64 | 2.34 | Produits alimentaires et connexes | 17 |
| 0.22 | 0.21 | 0.24 | 0.22 | 0.25 | 0.52 | Articles de toilette, cosmétiques et médicaments | 18 |
| 0.28 | 0.22 | 0.22 | 0.19 | 0.25 | 0.58 | Appareils et fournitures photographiques | 19 |
| 0.21 | 0.22 | 0.16 | 0.17 | 0.17 | 0.14 | Tissus à la pièce | 20 |
| 0.26 | 0.26 | 0.24 | 0.21 | 0.23 | 0.31 | Literie et linge de maison | 21 |
| 0.16 | 0.23 | 0.25 | 0.23 | 0.25 | 0.29 | Menus articles | 22 |
| 0.13 | 0.16 | 0.13 | 0.13 | 0.21 | 0.39 | Porcelaine et verrerie | 23 |
| 0.25 | 0.27 | 0.22 | 0.26 | 0.31 | 0.23 | Revêtements de plancher | 24 |
| 0.22 | 0.23 | 0.21 | 0.21 | 0.23 | 0.23 | Tentures, rideaux et housses | 25 |
| 0.12 | 0.12 | 0.14 | 0.12 | 0.17 | 0.32 | Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'aménagement pour la maison | 26 |
| 0.30 | 0.34 | 0.27 | 0.28 | 0.29 | 0.26 | Meubles | 27 |
| 0.73 | 0.80 | 0.76 | 0.67 | 0.65 | 0.71 | Gros appareils ménagers | 28 |
| 0.35 | 0.38 | 0.35 | 0.29 | 0.33 | 0.54 | Téléviseurs, radios et musique | 29 |
| 0.22 | 0.20 | 0.17 | 0.20 | 0.25 | 0.46 | Articles de ménage et petite appareils électriques | 30 |
| 0.19 | 0.17 | 0.16 | 0.19 | 0.21 | 0.26 | Quincaillerie, peinture, papier-peint, etc. | 31 |
| 0.35 | 0.36 | 0.34 | 0.36 | 0.37 | 0.36 | Matériel de plomberie, chauffage et construction | 32 |
| 0.17 | 0.19 | 0.17 | 0.14 | 0.21 | 0.52 | Bijouterie | 33 |
| 0.11 | 0.10 | 0.17 | 0.23 | 0.37 | 0.64 | Jouets et jeux | 34 |
| 0.18 | 0.16 | 0.16 | 0.13 | 0.18 | 0.30 | Articles de sport et valises | 35 |
| 0.25 | 0.24 | 0.22 | 0.16 | 0.25 | 0.46 | Papeterie, livres et revues | 36 |
| 0.27 | 0.27 | 0.28 | 0.41 | 0.41 | 0.38 | Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures | 37 |
| 52.59 | 57.36 | 41.68 | 41.30 | 52.12 | 115.53 | Repas et casse-croûtes | 38 |
| 1.78 | 2.22 | 1.83 | 2.25 | 2.74 | 2.36 | Services et travaux de réparation | 39 |
| 1.56 | 0.41 | 0.45 | 0.41 | 0.40 | 0.77 | Tous autres rayons | 40 |
| 0.29 | 0.28 | 0.28 | 0.27 | 0.32 | 0.48 | TOTAL, TOUS RAYONS | 41 |

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

TABLEAU 28. Comptes 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 | 1,808,015 | 1,989,953 | -7.6 | +10.1 | | | |
| February - Février | 1,598,345 | 1,714,843 | 1,898,511 | -4.6 | +10.7 | | | |
| March - Mars | 1,565,461 | 1,695,173 | 1,884,093 | -0.8 | +11.1 | | | |
| April - Avril | 1,582,875 | 1,709,386 | 1,897,041 | +0.7 | +11.0 | | | |
| May - Mai | 1,591,140 | 1,708,247 | 1,897,723 | -- | +11.1 | | | |
| June - Juin | 1,585,200 | 1,719,376 | 1,887,639 | -0.5 | +9.8 | | | |
| July - Juillet | 1,553,254 | 1,695,008 | 1,874,327 | -0.7 | +10.6 | | | |
| August - Août | 1,542,394 | 1,689,630 | 1,888,254 | +0.7 | +11.8 | | | |
| September - Septembre | 1,591,826 | 1,746,901 | 1,952,986 | +3.4 | +11.8 | | | |
| October - Octobre | 1,631,976 | 1,799,732 | | | | | | |
| November - Novembre | 1,702,704 | 1,892,038 | | | | | | |
| December - Décembre | 1,887,032 | 2,152,727 | | | | | | |

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

(1) Les comptes 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. Comptes 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 | 1,582.0 | 1,716.0 | 1,888.0 | -0.6 | +10.0 | | | |
| February - Février | 1,601.0 | 1,658.0 | 1,902.0 | +0.7 | +14.7 | | | |
| March - Mars | 1,591.0 | 1,721.0 | 1,911.0 | +0.5 | +11.0 | | | |
| April - Avril | 1,607.0 | 1,733.0 | 1,921.0 | +0.5 | +10.8 | | | |
| May - Mai | 1,623.0 | 1,741.0 | 1,932.0 | +0.6 | +11.0 | | | |
| June - Juin | 1,631.0 | 1,766.0 | 1,941.0 | +0.5 | +9.9 | | | |
| July - Juillet | 1,632.0 | 1,779.0 | 1,969.0 | +1.4 | +10.7 | | | |
| August - Août | 1,631.0 | 1,789.0 | 1,999.0 ^P | +1.5 | +11.7 | | | |
| September - Septembre | 1,638.0 | 1,801.0 | 2,015.0 ^P | +0.8 ^P | +11.9 ^P | | | |
| October - Octobre | 1,653.0 | 1,825.0 | | | | | | |
| November - Novembre | 1,661.0 | 1,848.0 | | | | | | |
| December - Décembre | 1,665.0 | 1,900.0 | | | | | | |

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

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

TABLE 30. Department Store Monthly Sales, Current and Constant Dollar Estimates, 1983-1985

TABLEAU 30. 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 | 10,930,476 | +7.1 | 5,121,341 | +3.6 |
| 1984: | | | | | |
| January - Janvier | 214.3 | 649,626 | +4.3 | 303,139 | +0.5 |
| February - Février | 218.7 | 659,594 | +9.2 | 301,598 | +6.5 |
| March - Mars | 217.1 | 806,999 | +2.5 | 371,718 | -- |
| April - Avril | 220.4 | 843,022 | +8.7 | 382,496 | +6.3 |
| May - Mai | 222.0 | 930,389 | +10.5 | 419,094 | +7.4 |
| June - Juin | 220.1 | 941,728 | +2.3 | 427,864 | -0.1 |
| July - Juillet | 218.4 | 806,592 | -0.9 | 369,319 | -3.4 |
| August - Août | 218.9 | 872,423 | +2.5 | 398,549 | +0.1 |
| September - Septembre | 215.2 | 947,365 | +2.7 | 440,225 | +0.8 |
| October - Octobre | 220.0 | 957,060 | +3.8 | 435,027 | +1.1 |
| November - Novembre | 220.5 | 1,254,292 | +10.1 | 568,840 | +7.4 |
| December - Décembre | 218.0 | 1,715,800 | -0.9 | 787,064 | -2.9 |
| Year - Année | 218.7 | 11,384,890 | +4.2 | 5,204,933 | +1.6 |
| 1985: | | | | | |
| January - Janvier | 219.9 | 692,108 | +6.5 | 314,738 | +3.8 |
| February - Février | 220.5 | 647,065 | -1.9 | 293,454 | -2.7 |
| March - Mars | 222.6 | 849,077 | +5.2 | 381,436 | +2.6 |
| April - Avril | 224.6 | 901,404 | +6.9 | 401,337 | +4.9 |
| May - Mai | 227.7 | 990,625 | +6.5 | 435,057 | +3.8 |
| June - Juin | 225.8 | 928,157 | -1.4 | 411,053 | -3.9 |
| July - Juillet | 224.1 | 875,654 | +8.6 | 390,743 | +5.8 |
| August - Août | 222.2 | 979,945 | +12.3 | 441,019 | +10.7 |
| September - Septembre | 221.3 | 964,843 | +1.8 | 435,989 | -1.0 |
| October - Octobre | | | | | |
| November - Novembre | | | | | |
| December - Décembre | | | | | |
| Year - Année | | | | | |

TABLE 31. Department Store Sales and Stocks, MCD and Combined Seasonal and Trading Day Factors, 1985

| Department No. | Sales - Combined Seasonal and Trading Day Factors Ventes - Coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux | | | |
|--|---|--|--|--------------------------|
| | MCD in September MDC en Septembre | August ^F Août ^F | September ^P Septembre ^P | October(1) Octobre(1) |
| | | | | |
| 1 Women's and misses' dresses, housedresses, aprons and uniforms | 5 | 101.93 | 95.18 | 96.01 |
| 2 Women's and misses' coats and suits | 8 | 103.27 | 117.98 | 168.64 |
| 3 Women's and misses' sportswear | 4 | 100.07 | 116.72 | 103.02 |
| 4 Furs | 12 | 60.30 | 91.69 | 157.97 |
| 5 Infants' and children's wear and nursery equipment | 5 | 112.31 | 102.56 | 111.69 |
| 6 Girls' and teenage girls' wear | 4 | 160.16 | 103.34 | 94.59 |
| 7 Lingerie and women's sleepwear | 4 | 80.87 | 88.25 | 95.53 |
| 8 Intimate apparel | 4 | 100.63 | 104.65 | 93.42 |
| 9 Millinery | 9 | 64.01 | 92.86 | 136.36 |
| 10 Women's and girls' hosiery | 4 | 81.13 | 113.48 | 113.58 |
| 11 Women's and girls' gloves, mitts and accessories | 4 | 75.00 | 100.07 | 109.16 |
| 12 Women's, misses' and children's footwear | 5 | 100.59 | 119.62 | 121.50 |
| 13 Men's clothing | 4 | 84.68 | 102.62 | 105.70 |
| 14 Men's furnishings | 5 | 79.07 | 90.05 | 91.86 |
| 15 Boys' clothing and furnishings | 6 | 107.01 | 92.32 | 96.20 |
| 16 Men's and boys' footwear | 6 | 93.79 | 104.06 | 102.70 |
| 17 Food and kindred products | 4 | 102.11 | 85.07 | 97.16 |
| 18 Toiletries, cosmetics and drugs | 3 | 90.14 | 83.98 | 95.62 |
| 19 Photographic equipment and supplies | 4 | 107.72 | 87.33 | 89.34 |
| 20 Piece goods | 6 | 103.23 | 107.98 | 121.22 |
| 21 Linens and domestics | 3 | 104.48 | 107.49 | 102.16 |
| 22 Smallwares and notions | 4 | 85.65 | 115.75 | 115.21 |
| 23 China and glassware | 5 | 78.07 | 87.99 | 90.50 |
| 24 Floor coverings | 5 | 97.18 | 101.64 | 123.75 |
| 25 Draperies, curtains and furniture coverings | 4 | 100.21 | 100.40 | 107.80 |
| 26 Lamps, pictures, mirrors and all other home furnishings | 4 | 90.71 | 93.74 | 101.18 |
| 27 Furniture | 5 | 97.50 | 99.19 | 106.29 |
| 28 Major appliances | 5 | 101.77 | 103.16 | 111.00 |
| 29 Television, radio and music | 5 | 95.48 | 111.08 | 107.32 |
| 30 Housewares and small electrical appliances | 3 | 94.35 | 88.07 | 100.62 |
| 31 Hardware, paints, wallpaper, etc. | 4 | 93.39 | 80.84 | 104.35 |
| 32 Plumbing, heating and building materials | 6 | 99.35 | 92.03 | 110.81 |
| 33 Jewellery | 3 | 79.95 | 91.14 | 84.79 |
| 34 Toys and games | 4 | 66.03 | 62.28 | 105.78 |
| 35 Sporting goods and luggage | 3 | 94.15 | 79.90 | 74.66 |
| 36 Stationery, books and magazines | 4 | 110.27 | 102.25 | 83.40 |
| 37 Gasoline, oil, auto accessories, repairs and supplies | 5 | 97.30 | 82.98 | 123.87 |
| 38 Meals and lunches | 3 | 100.31 | 92.69 | 100.48 |
| 39 Repairs and services | 6 | 91.42 | 90.43 | 110.29 |
| 40 All other departments | 5 | 94.75 | 81.43 | 93.29 |
| 41 TOTAL ALL DEPARTMENTS | 3 | 96.07 | 95.97 | 101.94 |

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

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

TABLEAU 31. Ventes et stocks des grands magasins, MDC et coefficients combinés de corrections des variations saisonnières et des jours commerciaux, 1985

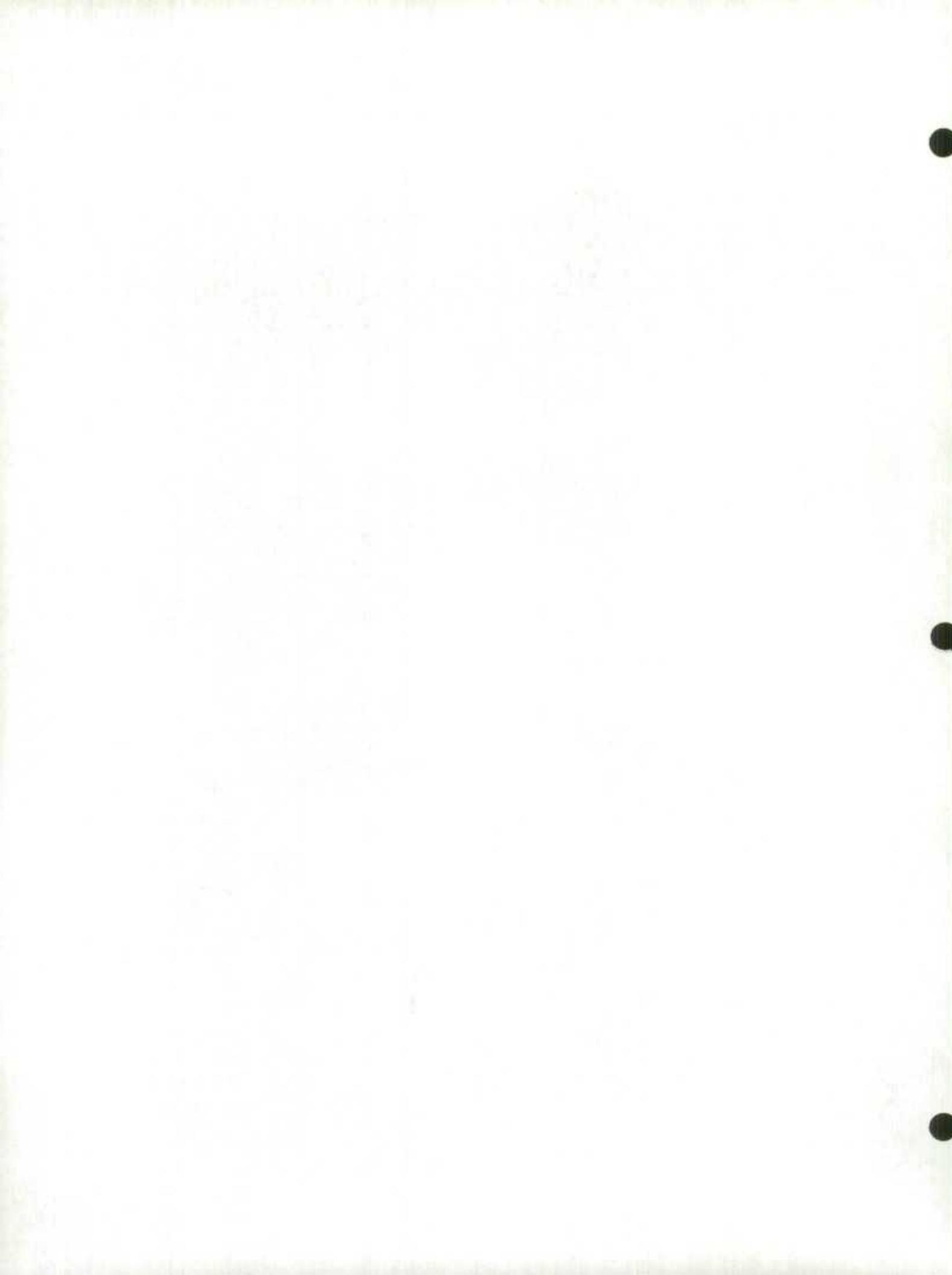
Stocks - Seasonal Factors

Stocks - Coefficients de corrections des variations saisonnières

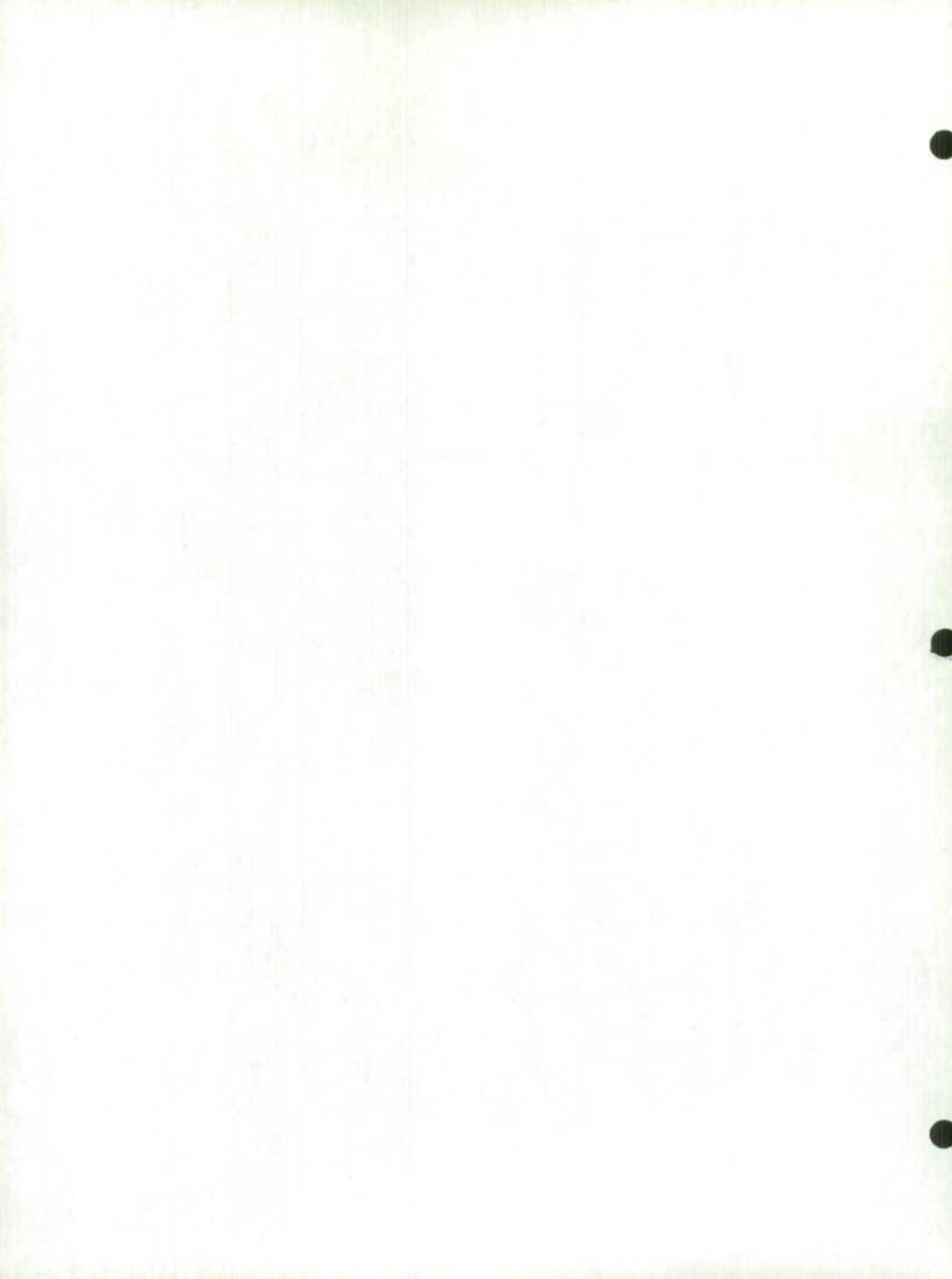
| MDC in September | August ^r | September ^P | October(2) | Rayon | No |
|------------------|---------------------|------------------------|------------|---|----|
| | | | | September ^P | |
| 3 | 95.48 | 94.93 | 115.79 | Robes, robes de ménage, tabliers et uniformes pour dames et jeunes filles | 1 |
| 4 | 124.48 | 146.51 | 150.65 | Manteaux et tailleur pour dames et jeunes filles | 2 |
| 3 | 101.41 | 101.46 | 115.31 | Vêtements sports pour dames et jeunes filles | 3 |
| 5 | 102.24 | 114.99 | 133.31 | Fourrures | 4 |
| 5 | 104.08 | 100.47 | 118.14 | Vêtements pour bébés et enfants et articles de chambres d'enfants | 5 |
| 4 | 104.95 | 103.89 | 115.23 | Vêtements de fillettes et d'adolescentes | 6 |
| 4 | 95.20 | 96.52 | 126.07 | Lingerie et vêtements de nuit pour dames | 7 |
| 3 | 95.55 | 85.06 | 105.64 | Sous-vêtements | 8 |
| 5 | 99.66 | 108.23 | 133.21 | Chapeaux | 9 |
| 4 | 104.62 | 98.46 | 109.64 | Bas pour dames et fillettes | 10 |
| 3 | 94.27 | 101.54 | 130.35 | Gants, moufles et articles de parure pour dames et fillettes | 11 |
| 3 | 99.53 | 99.58 | 108.21 | Chaussures pour dames, jeunes filles et enfants | 12 |
| 4 | 115.90 | 105.11 | 122.34 | Vêtements pour hommes | 13 |
| 3 | 97.63 | 102.23 | 128.66 | Articles d'habillement pour hommes | 14 |
| 4 | 89.48 | 99.49 | 125.82 | Vêtements et articles d'habillement pour garçons | 15 |
| 3 | 100.30 | 99.39 | 115.30 | Chaussures pour hommes et garçons | 16 |
| .. | ... | ... | ... | Produits alimentaires et connexes | 17 |
| 4 | 94.62 | 90.82 | 117.13 | Articles de toilette, cosmétiques et médicaments | 18 |
| 4 | 98.55 | 91.47 | 122.21 | Appareils et fournitures photographiques | 19 |
| 4 | 105.39 | 95.54 | 115.25 | Tissus à la pièce | 20 |
| 3 | 93.68 | 89.48 | 97.75 | Literie et linge de maison | 21 |
| 4 | 105.54 | 92.45 | 102.86 | Menus articles | 22 |
| 3 | 102.13 | 95.27 | 105.70 | Porcelaine et verrerie | 23 |
| 3 | 103.19 | 92.67 | 98.67 | Revêtements de plancher | 24 |
| 3 | 98.82 | 94.10 | 104.04 | Tentures, rideaux et housses | 25 |
| 4 | 103.74 | 100.06 | 118.91 | Lampes, tableaux, miroirs et autres articles d'ameublement pour la maison | 26 |
| 3 | 94.12 | 92.57 | 105.09 | Meubles | 27 |
| 4 | 89.32 | 87.47 | 98.73 | Gros appareils ménagers | 28 |
| 3 | 99.00 | 90.56 | 110.10 | Téléviseurs, radios et musique | 29 |
| 3 | 100.03 | 97.04 | 104.02 | Articles de ménage et petits appareils électriques | 30 |
| 3 | 103.38 | 94.44 | 105.51 | Quincaillerie, peinture, papier-tenture, etc. | 31 |
| 5 | 95.53 | 93.69 | 101.18 | Matériel de plomberie, chauffage et construction | 32 |
| 3 | 98.92 | 93.93 | 113.68 | Bijouterie | 33 |
| 4 | 104.66 | 116.99 | 154.60 | Jouets et jeux | 34 |
| 4 | 93.04 | 93.78 | 121.52 | Articles de sport et valises | 35 |
| 3 | 102.31 | 101.77 | 112.59 | Papeterie, livres et revues | 36 |
| 5 | 97.26 | 93.23 | 108.46 | Essence, huile, accessoires d'automobile, réparation et fournitures | 37 |
| .. | ... | ... | ... | Repas et casse-croûtes | 38 |
| 5 | 104.63 | 93.02 | 99.41 | Services et travaux de réparation | 39 |
| 6 | 95.18 | 94.51 | 127.78 | Tous autres rayons | 40 |
| ... | ... | ... | ... | TOTAL, TOUS RAYONS | 41 |

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

(2) Prévision des coefficients de corrections des variations saisonnières. Pour plus de détails, consulter la section "désaisonnalisation" de l'appendice IV.



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 and sells 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 et vend les catégories de marchandises 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, téléviseurs, radios 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 vente 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 interviewer à l'autre dans le mode de communication retenu, lorsqu'il s'agit d'expliquer des questions et d'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'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.

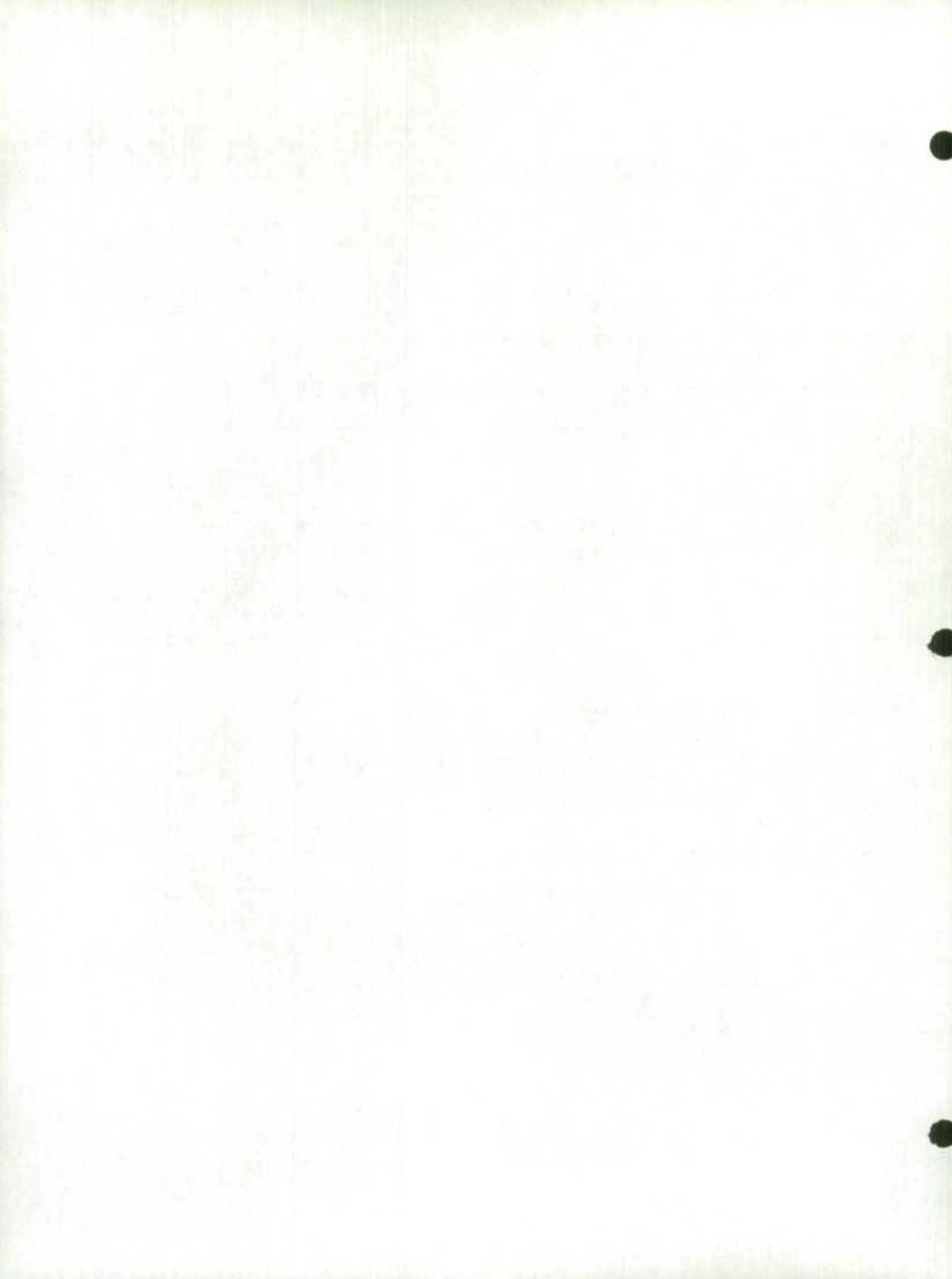
a cell of 20 organizational units in which five respond for a particular month would have a response rate of 25% in terms of these units. If the five units represented \$8 million out of a published estimate of \$10 million, the response fraction would be 80%. In cases such as these, the response rate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

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

| | Response rate | Response fraction |
|---|------------------|---------------------------|
| | Taux de réponse | Fraction de réponse |
| | Survey units | Organizational units |
| | Unités d'enquête | Unités organisationnelles |
| per cent - pourcentage | | |
| Monthly sales total - Ventes mensuelles totales | 100.0 | 100.0 |
| Monthly sales by department - Ventes mensuelles par rayon | ... | 58.8 |
| Monthly stocks by department - Stocks mensuels par rayon | ... | 41.2 |
| Month-end accounts receivable - Comptes à recevoir à la fin du mois | ... | 100.0 |
| 100.0 | | |



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

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

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

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 chacune des deux extrémités de la série initiale avant de procéder à la désaisonnalisation proprement dite. Les données estimatives proviennent d'extrapolations prospectives et retrospectives réalisées par des modèles ARMMI (modèles autorégressifs à moyennes mobiles intégrées) du type Box-Jenkins.

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

(1) La désaisonnalisation des séries temporelles économiques: quelques remarques; tiré à part de la *Revue statistique du Canada*, août 1974.

(2) Pour plus ample information voir *La méthode de désaisonnalisation X-11-ARMMI*, par Estella Bee Dagum, Statistique Canada, N° 12-564F au catalogue, hors série.

operations have been repeated several times.(3) These procedures, used to determine the seasonal factors necessary to calculate the final seasonally adjusted data, are, since May 1983, executed every month instead of once a year. This permits 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 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

lorsque ces opérations ont été exécutées à plusieurs reprises(3). Ces étapes déterminant les facteurs saisonniers nécessaires au calcul des données désaisonnalisées finales, sont depuis mai 1983, exécutées à chaque mois au lieu d'une seule fois par an. Il nous est donc possible de mettre 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 interpolative a été adoptée en mars 1984. Pour la période s'échelonnant de mai 1983 à février 1984, on a utilisé une version modifiée de la désaisonnalisation interpolative, employant une prévision

(3) See Table 31.

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

(3) Voir tableau 31.

(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.

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.

du facteur de désaisonnalisation pour le mois courant seulement. Avant mai 1983, les données désaisonnalisées étaient dérivées sur une base mensuelle, à l'aide de prévisions (une année à l'avance) des facteurs saisonniers calculés une fois par année.

PROCÉDURES DE RÉVISION

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

On compte donc des révisions de deux types en regard à l'enquête sur les ventes et stocks des grands magasins: les premières sont liées à la façon dont les données sont produites tandis que les secondes résultent de la procédure de désaisonnalisation. 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 II 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 II donne le nombre de jours pour la période la plus récente.

TEXT TABLE II. Number of Shopping Days, by Month, 1984 and 1985**TABLEAU EXPLICATIF II. 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 (Table 30), 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 30), 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'agrégner les données visées et de les présenter sous une forme moins détaillée mais qui respecte la consigne de confidentialité. Par exemple dans bien des cas, les données relatives aux Territoires du Nord-Ouest et du Yukon sont incluses avec celles de la Colombie-Britannique.

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

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

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-stock 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 données dans la présente publication sont fondées sur la valeur totale des recettes pour chacune des périodes observées. Elles tiennent compte des magasins qui ont ouvert leurs portes et de ceux qui les ont fermées; autrement dit, elles ne se limitent 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'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 Ogilvy Inc., 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., 5100 De Maisonneuve Ouest, 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 1er
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 1er janvier 1985.

SELECTED PUBLICATIONS

Following are publications of the Industry Division in the Retail Trade sector.

Catalogue

63-002 Department Store Sales and Stocks. M., Bil. 55 pages. First Issue, 1938 (ISSN 0380-7045).

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

63-005 Retail Trade. M., Bil. Approx. 85 pages. First Issue, 1929 (ISSN 0380-6146).

63-007 New Motor Vehicle Sales. M., Bil. Approx. 25 pages. First Issue, 1932 (ISSN 0705-5595).

63-014 Merchandising Inventories. M., Bil. 30 pages. First Issue, 1972 (ISSN 0380-7177).

63-210 Retail Chain and Department stores. A., Bil. Approx. 100 pages. First Issue, 1933 (ISSN 0380-7878).

63-213 Vending Machine Operators. A., Bil. 45 pages. First Issue, 1958 (ISSN 0527-6411).

63-218 Direct Selling Canada. A., Bil. 25 pages. First Issue, 1966-67 (ISSN 0590-5702).

63-219 Campus Book Stores. A., Bil. Approx. 35 pages. First Issue, 1968-69 (ISSN 0380-6286).

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

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

CHOIX DE PUBLICATIONS

Les publications suivantes se trouvent à la Section du commerce de détail, Division de l'industrie.

Catalogue

63-002 Ventes et stocks des grands magasins. M., Bil. 55 pages. Premier numéro, 1938 (ISSN 0380-7045).

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

63-005 Commerce de détail. M., Bil. Environ 85 pages. Premier numéro, 1929 (ISSN 0380-6146).

63-007 Ventes de véhicules automobiles neufs. M., Bil. Environ 25 pages. Premier numéro, 1932 (ISSN 0705-5595).

63-014 Stocks commerciaux. M., Bil. 30 pages. Premier numéro, 1972 (ISSN 0380-7177).

63-210 Magasins de détail à succursales et les grands magasins. A., Bil. Environ 100 pages. Premier numéro, 1933 (ISSN 0380-7878).

63-213 Exploitants de distributeurs automatiques. A., Bil. 45 pages. Premier numéro, 1958 (ISSN 0527-6411).

63-218 La vente directe au Canada. A., Bil. 25 pages. Premier numéro, 1966-67 (ISSN 0590-5702).

63-219 Librairies de campus. A., Bil. Environ 35 pages. Premier numéro, 1968-69 (ISSN 0380-6286).

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

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

Operating Results - Retail Trade. O., Bil.
60 pages. First Issue, 1974.

Catalogue

63-603 Men's Retail Clothing Stores, 1981

63-606 Retail Shoe Stores, 1977

63-607 Retail Drug Stores, 1981

63-608 Retail Florists, 1981

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 from Statistics Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

Catalogue 11-204E, price Canada \$5.00, Other Countries \$6.00.

Résultats d'exploitation - Commerce de détail.
H.S., Bil. 60 pages. Premier numéro, 1974.

Catalogue

63-603 Magasins de vêtements pour hommes, 1981

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

63-607 Pharmacies au détail, 1981

63-608 Fleuristes détaillants, 1981

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 sociale du Canada. On peut se procurer un catalogue complet des publications courantes en s'adressant à Statistique Canada, Ottawa (Canada), K1A 0T6.

N° 11-204F, prix Canada \$5.00, Autres pays \$6.00.

STATISTICS CANADA LIBRARY
BIBLIOTHÈQUE STATISTIQUE CANADA



1010736551

Canada