

CATALOGUE No.

63-214

ANNUAL - ANNUEL

C-1

NOT FOR LOAN
NE S'EMPRUNTE PAS



SHOPPING CENTRES IN CANADA

(Retail and Service Trades)

LES CENTRES COMMERCIAUX AU CANADA

(Entreprises de détail et services)

1969

Published by Authority of
The Minister of Industry, Trade and Commerce

Publication autorisée par
le ministre de l'Industrie et du Commerce

DOMINION BUREAU OF STATISTICS
Merchandising and Services Division

BUREAU FÉDÉRAL DE LA STATISTIQUE
Division du commerce et des services

March - 1972 - Mars
6403-536

Price — Prix: 50 cents

The contents of this document may be used freely but DBS should be credited when republishing all or any part of it.
Le présent document peut être reproduit en toute liberté pourvu qu'on indique qu'il émane du B.F.S.

SYMBOLS

The following standard symbols are used in Dominion Bureau of Statistics 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.

SIGNES CONVENTIONNELS

Les signes conventionnels suivants sont employés uniformément dans les publications du Bureau fédéral de la statistique:

- ... 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.

NOTE

Components may not add to totals due to rounding.

NOTA

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

1969

Introduction

This publication contains the results of the 1969 annual survey of shopping centres and their retail and service outlets. Before 1967 only retail outlets and restaurants were covered by the survey. Since information on service trades now form a part of this report, receipts of restaurants and other eating places have been eliminated from all data for retail trade (including historical tables) and are included with data on service trades. The first of a series of annual surveys of shopping centres was conducted by the Dominion Bureau of Statistics in 1956.

When comparing retail sales by kinds of business over the years, it is necessary to note that trends may be affected not only by general marketing and economic forces but also by the following factors: (a) The need to reclassify large chain store organizations from one kind of business to another if the commodity mix of a firm changes. This may cause fairly substantial changes in the dollar sales data shown in these reports, within specific kinds of business on a year to year basis. (b) Changes made by the Dominion Bureau of Statistics in the definition of some kinds of business classifications. Such changes may be necessary from time to time (usually, but not always, in a census year), due to long-term changes in marketing practices or improvements in reporting methods. When definitional changes occur, analyses of sales trends over a longer period of time may become difficult or impossible. For example, department store sales data published prior to 1966 cannot be compared with those published since then.

Highlights

The 499 shopping centres with their 7,005 retail stores reported a sales volume in 1969 of \$3,320.6 million, 15.6 % higher than in 1968 when there were 480 shopping centres, comprising 6,634 retail stores with sales of \$2,873.2 million. In addition to retail stores, service trades reported receipts in shopping centres of \$144.3 million in 1969, up 16.4 % from 1968.

Retail sales in shopping centres accounted for an estimated 12.2 % of all retail sales in Canada in 1969, compared with 11.2 % in 1968. If only retail trades which are represented in shopping centres are taken into account, i.e. disregarding motor vehicle dealers, fuel oil dealers and general stores, retail sales in shopping centres represented an estimated 15.6 % of the comparable retail trade in Canada in 1969, compared with 14.6 % in 1968. Hence, retail trade in shopping centres increased at a greater rate than retail trade generally.

The sharpest increase of retail sales, 21.1 %, occurred in C-size shopping centres (over 30 stores). A-size shopping centres (5-15 stores) reported a sales increase of 13.5 % and B-size centres (16-29) stores had a sales increase of 10.6 %.

From 1968 to 1969, the total increase of sales and receipts in shopping centres amounted to \$467.8 million. Of this increase, \$102.8 million was due to the net increase in the number of shopping centres, and \$365.0 million to increases in sales and receipts of existing shopping centres. Thus, of the total increase

1969

Introduction

Le présent bulletin présente les résultats de l'enquête annuelle de 1969 sur les centres commerciaux, et sur les points de vente au détail et les établissements de service qui y sont exploités. Avant 1967, seuls les points de vente au détail et les restaurants étaient compris dans le champ de l'enquête. Comme les services sont maintenant englobés par le champ de l'enquête, les recettes des restaurants et des autres établissements similaires ont été éliminées des données sur le commerce de détail (y compris les tableaux chronologiques) et incorporées aux statistiques sur les services. C'est en 1956 que le Bureau fédéral de la statistique a mené sa première enquête annuelle sur les centres commerciaux.

Il convient de souligner, avant d'analyser l'évolution des ventes au détail par genre de commerce, que les chiffres par lesquels cette évolution se manifeste peuvent être influencés non seulement par des facteurs économiques ou commerciaux mais aussi par les deux facteurs suivants: (a) la nécessité de reclasser les magasins à succursales en raison de la modification de l'éventail d'articles vendus (cela peut en effet entraîner des modifications assez importantes, d'une année à l'autre, dans les résultats de certains genres de commerce); (b) les changements apportés par le Bureau fédéral de la statistique à la définition de certains genres de commerce. De temps à autre, généralement mais non nécessairement à l'occasion d'un recensement, des changements de cette nature s'imposent en raison des modifications à long terme apportées aux techniques de commercialisation et de l'amélioration des méthodes d'enquête. De ce fait, l'analyse à long terme de l'évolution des ventes des genres de commerce dont la définition a été modifiée est difficile, voire impossible. C'est pourquoi les statistiques sur les ventes des grands magasins publiées avant 1966 ne peuvent être comparées aux données publiées depuis lors.

Pointe salinante

En 1969, le chiffre d'affaires des 499 centres commerciaux et de leurs 7,005 points de vente au détail a été de 3,320.6 millions de dollars, soit 15.6 % de plus qu'en 1968; cette année-là, 6,634 points de vente au détail dans 480 centres commerciaux avaient déclaré un chiffre d'affaires de 2,873.2 millions de dollars. De plus, les établissements de service situés dans les centres commerciaux ont déclaré des recettes de 144.3 millions de dollars, soit 16.4 % de plus qu'en 1968.

Les ventes au détail dans les centres commerciaux représentaient environ 12.2 % du total des ventes au détail au Canada en 1969, contre 11.2 % en 1968. Si l'on ne tenait compte que des commerces qu'on trouve habituellement dans les centres commerciaux (c.-à-d. si l'on excluait les marchands de véhicules automobiles, les magasins généraux et les marchands de combustible), les ventes au détail des établissements situés dans les centres commerciaux représentaient 15.6 % du total des ventes enregistrées au Canada par des commerces de détail comparables; en 1968, ce pourcentage s'établissait à 14.6 %. On peut donc dire que le taux d'accroissement des ventes au détail dans les centres commerciaux est plus marqué que le taux d'ensemble.

L'augmentation la plus forte du volume des ventes au détail (21.1 %) s'est produite dans les centres commerciaux de la catégorie C (plus de 30 points de vente). Les centres commerciaux de la catégorie A (de 5 à 15 points de vente) ont déclaré un accroissement de 13.5 % du volume des ventes et ceux de la catégorie B (de 16 à 29 points de vente) une augmentation de 10.6 %.

L'augmentation totale du volume des ventes et des recettes dans les centres commerciaux a été, entre 1968 et 1969, de 467.8 millions de dollars. Cette hausse peut être attribuée à deux facteurs: l'augmentation nette du nombre de centres commerciaux (102.8 millions de dollars) et l'accroissement du volume des ventes et des recettes des centres commerciaux existants

of sales and receipts which amounted to 15.6 % in 1969 over 1968, 3.4 % was due to new⁽¹⁾ shopping centres and 12.2 % to increases in sales and receipts of existing shopping centres.

Definition

For the purpose of this survey, a shopping centre is defined as:

"A group of stores which are planned, developed and designed as a unit, containing a minimum of five retail establishments (or four retail establishments and a restaurant) in operation during any part of the current year. The centre must have a minimum of 20,000 square feet of usable parking area adjacent to it, and the parking facilities must be free of charge to customers. For shopping centres with paved parking areas of 20,000-50,000 square feet, the ratio of parking area to gross floor area must be 1.5 to 1 or better. The merchandising development must contain either a grocery and combination store, (i.e. a grocery store with sales of fresh meat accounting for 20 to 40 % of total sales), a department store, or a chain variety store. While a shopping centre is usually designed as a single project, all establishments do not necessarily have to be leased from a single (private or collective) ownership. A retail establishment may own the building and the land on which it is situated and still be fully integrated with the centre. A shopping centre usually bears a name, and as a rule, matters of common interest to the tenants, such as children's playgrounds, community activities, parking, etc., originate from one authority".

This definition excludes most downtown malls and a number of planned multi-store, multi-level shopping plazas because they do not allow free parking (even though parking may be conditionally free, i.e. contingent upon a minimum purchase), or fail to meet the requirements of the foregoing definition in some other way.

As in previous publications, shopping centres are stratified on the basis of the number of retail outlets and/or restaurants (see "Definition" above) operating within the centre:

Type A - 5 to 15 outlets.

Type B - 16 to 30 outlets.

Type C - over 30 outlets.

Collection of Data

The collection of shopping centre data was effected in three successive stages:

(1) Information on new shopping centre developments was obtained either directly from municipal authorities or indirectly in the course of other merchandising surveys and from reports published in trade magazines, newspapers, etc.

(2) Current listings of retail and service establishments located in shopping centres, together with details of gross floor area and parking areas, were obtained mainly from the lessors of these centres.

(1) The term "new" as used here refers to shopping centres which, in 1969, met all the requirements of the definition of shopping centres for the first time. It does not necessarily mean that all these centres were newly constructed and began operating during 1969. Some shopping complexes may have been in operation in earlier years, though meeting the definitional requirements only in 1969. 32 "new" shopping centres began operating in 1969; 13 existing shopping centres failed to meet the definition of a shopping centre or closed operations, leaving a net increase of 19 shopping centres.

(365.0 millions de dollars); ainsi, la prise en compte de nouveaux⁽¹⁾ centres commerciaux et l'augmentation du volume des ventes et des recettes des centres commerciaux existants sont intervenues respectivement pour 3.4 % et pour 12.2 % de l'augmentation totale de 15.6 %.

Définition

Aux fins de l'enquête, le centre commercial est:

"Un groupe de magasins prévus, conçus et aménagés comme un tout, comprenant au moins cinq points de vente au détail (ou quatre points de vente au détail et un restaurant) en activité pendant une partie quelconque de l'année en cours. Le centre doit mettre gratuitement à la disposition des clients un parc de stationnement contigu, d'une grandeur minimum de 20,000 pieds carrés. Lorsque les centres commerciaux ont un parc de stationnement à surface revêtue dont la superficie est de 20,000 à 50,000 pieds carrés, le rapport entre cette dernière et la superficie brute du centre doit être d'au moins 1.5. L'ensemble commercial doit comprendre soit une épicerie-boucherie (une épicerie où les ventes de viande de boucherie représentent de 20 à 40 % du chiffre d'affaires), soit un grand magasin, soit un bazar faisant partie d'une entreprise à succursales multiples. Bien que le centre commercial soit généralement conçu comme un tout, il n'est pas nécessaire que tous les établissements soient loués du même propriétaire (indépendant ou collectif). Une société ou un commerçant peut être propriétaire du bâtiment ou du terrain que son établissement occupe dans le centre commercial. Ce dernier porte ordinairement un nom et, en règle générale, les questions qui intéressent l'ensemble des locataires, comme l'entretien du terrain de jeu pour enfants, les activités communautaires, le stationnement, relèvent d'une même autorité".

Cette définition exclut du champ de l'enquête la plupart des murs commerciaux du centre des villes et un certain nombre de "plazas" à magasins et à étages multiples, soit parce qu'ils ne mettent pas à la disposition du client des places de stationnement gratuites (ou alors la place de stationnement n'est offerte qu'aux clients dont les achats atteignent un certain montant), soit parce qu'ils ne répondent pas à l'une ou l'autre des exigences de la définition donnée plus haut.

Comme dans les publications précédentes, les centres commerciaux sont classés suivant le nombre de points de vente au détail ou de restaurants (voir "Définition") situés dans le centre:

Catégorie A - de 5 à 15 points de vente.

Catégorie B - de 16 à 30 points de vente.

Catégorie C - plus de 30 points de vente.

Collecte des données

La collecte des données sur les centres commerciaux s'est faite en trois étapes:

(1) Les renseignements sur l'aménagement de nouveaux centres commerciaux ont été obtenus soit directement des autorités municipales, soit indirectement, grâce à d'autres enquêtes sur le commerce de détail, ou puisés dans des articles publiés dans les revues spécialisées, les journaux, etc.

(2) Les listes courantes des établissements de commerce et de service situés dans les centres commerciaux et les données détaillées sur la superficie brute des centres et des parcs de stationnement contigus proviennent surtout des bailleurs des centres.

(1) Le terme "nouveaux" s'applique aux centres commerciaux qui, pour la première fois en 1969, satisfaisaient entièrement à la définition du centre commercial. Il ne signifie donc pas nécessairement que tous ces centres commerciaux étaient tout juste construits et qu'ils avaient été inaugurés en 1969. Ainsi, certains centres étaient peut-être en exploitation auparavant, mais ils ne répondraient pas à la définition. En 1969, 32 "nouveaux" centres commerciaux ont été pris en compte; comme 13 centres existants ont été fermés, il y a eu une augmentation nette de 19 centres commerciaux.

(3) Data for sales and receipts were obtained directly from the operators of retail and service establishments located in each centre. The questionnaire used for this purpose is reprinted on pages 23 and 24 of this report.

(3) Les renseignements sur les ventes et les recettes ont été fournis directement par les exploitants des établissements situés dans chaque centre. On trouvera aux pages 23 et 24 fac-similé du questionnaire utilisé à cette fin.

Summary of Results; Retail Trades

General Trends

From 1961 to 1969 the number of shopping centres increased from 281 to 499, the number of retail stores from 3,708 to 7,005 and sales from \$975.9 million to \$3,320.6 million. In the past year, 19 new⁽¹⁾ shopping centres commenced operations, 371 new retail stores were reported, and sales increased by \$447.4 million. Shopping centres continued to be responsible for an increasing share of total retail sales in Canada: in 1961, shopping centres accounted for 6.1 % of total retail sales. By 1968, they had increased their share to 11.2%; in 1969 they accounted for 12.2% of all retail sales. If only the trades which are represented in shopping centres are taken into consideration (disregarding motor vehicle dealers, fuel dealers and general stores), retail sales through shopping centres represented 15.6% of retail trade in 1969, compared with 14.6% in 1968.

Hence shopping centres continued to develop at a rate which was greater than that of retail trade generally. In 1969, total retail sales in Canada were 6.3% higher than in 1968 (and Canadian retail sales in trades which are represented in shopping centres rose by 7.5%), while retail sales in shopping centres had increased by 15.6%. This rate of expansion is slightly lower than the average rate of expansion since 1961. (16.5%)

Size of shopping centres

Over the years, C-size centres assumed an increasing share of the retail sales through shopping centres while the share of A-size centres remained constant and that of B-size centres declined. In 1969, 39.8% of retail sales were through 49 C-size centres, 27.5% through 107 B-size centres, and 32.6% through 343 A-size centres. In 1961, C-size centres accounted for only 32.3%, B-size centres had the highest retail sales volume with 35.8%, and A-size centres accounted for 31.9% of retail sales through shopping centres. Table A shows that the long term trend was continued during 1969, when retail sales of C-size centres increased over 1968 by 21.1%, those of B-size centres by 10.6% and those of A-size centres by 13.5%. It is interesting to note that the relatively low increase in sales of B-size shopping centres is not related to a relatively smaller growth of B-size centres or their number of stores but to a relatively low increase in retail sales per store.

Of the net increase of 19 shopping centres, 8 were A-size, 8 B-size and 3 C-size centres. This net increase resulted in an increase of sales and receipts of \$102.8 million of which A-size centres were responsible for \$25.1 million, B-size centres for \$15.5 million, and C-size centres for \$62.2 million.

(1) See footnote on page 4.

Sommaire des résultats - Commerces de détail

Tendances

Entre 1961 et 1969, le nombre de centres commerciaux est passé de 281 à 499, celui de points de vente au détail, de 3,708 à 7,005; pendant la même période, le chiffre d'affaires est passé de 975.9 millions de dollars à 3,320.6 millions. Au cours de l'année, 19 nouveaux⁽¹⁾ centres commerciaux et 371 nouveaux points de vente au détail sont entrés dans le champs de l'enquête et le chiffre d'affaires a augmenté de 447.4 millions de dollars. Les centres commerciaux sont intervenus pour une plus large part du total des ventes au détail au Canada: en 1961, les ventes dans les centres commerciaux représentaient 6.1% du total des ventes au détail; en 1968, ce pourcentage était passé à 11.2% et en 1969, il a atteint 12.2%. Si l'on ne tient compte que des commerces qu'on trouve habituellement dans les centres commerciaux (c.-à-d. si l'on exclut les marchands de véhicules automobiles, les magasins généraux et les marchands de combustible), les ventes au détail des établissements situés dans les centres commerciaux représentaient 15.6% du total des ventes au détail en 1969, contre 14.6% en 1968.

Ainsi, le volume des ventes au détail dans les centres commerciaux a continué à s'accroître plus vite que dans l'ensemble du commerce de détail. En 1969, le total des ventes au détail au Canada a augmenté de 6.3% par rapport à 1968 et les ventes au détail des genres d'établissements qu'on trouve généralement dans les centres commerciaux, de 7.5%, tandis que les ventes au détail dans les centres mêmes ont augmenté de 15.6%. Ce taux d'accroissement est légèrement inférieur au taux moyen depuis 1961 (16.5%).

Taille des centres commerciaux

Au cours des années, les centres commerciaux de la catégorie C sont intervenus pour une part croissante du volume des ventes au détail de l'ensemble des centres commerciaux; par contre, la part des centres commerciaux de la catégorie A est demeurée la même et celle des centres commerciaux de la catégorie B a diminué. Ainsi, en 1969, 39.8% des ventes au détail ont été faites dans les 49 centres commerciaux de la catégorie C, 27.5% dans les 107 centres de la catégorie B et 32.6% dans les 343 centres de la catégorie A. En 1961, les ventes dans les centres commerciaux de la catégorie C ne représentaient que 32.3% de l'ensemble, celles des centres de la catégorie B constituaient le plus fort pourcentage des ventes au détail, soit 35.8%, et celles des centres de la catégorie A totalisaient 31.9% de l'ensemble. Le tableau A montre bien que la tendance à long terme s'est poursuivie en 1969: les ventes au détail des centres commerciaux de la catégorie C ont augmenté de 21.1% par rapport à 1968, celles des centres de la catégorie B de 10.6% et celles des centres de la catégorie A de 13.5%. Il est intéressant de remarquer que l'augmentation relativement faible du volume des ventes dans les centres commerciaux de la catégorie B ne se rattache pas à une croissance plus lente de ces centres ni du nombre de points de vente, mais plutôt à une augmentation relativement faible des ventes au détail par établissement.

Sur les 19 nouveaux centres commerciaux, 8 étaient de la catégorie A, 8 de la catégorie B et 3 de la catégorie C. Cet accroissement net s'est traduit par une augmentation de 102.8 millions de dollars du chiffre d'affaires, soit 25.1 millions pour les centres de la catégorie A, 15.5 millions pour ceux de la catégorie B et 62.2 millions pour la catégorie C.

(1) Voir le renvoi, page 4.

TABLE A. Comparison of Shopping Centres By Type of Centre, 1968 and 1969

TABLEAU A. Comparaison entre les centres commerciaux; par catégorie, 1968 et 1969

Size of shopping centre — Catégorie de centres commerciaux	1968		1969		Percentage changes		
					1969/1968 Variation		
	Number — Nombre	Sales — Ventes	Number — Nombre	Sales — Ventes	Number — Nombre	Sales — Ventes	Sales per store — Ventes par point de vente
		\$'000,000		\$'000,000			
Shopping centres — Total — Centres commerciaux ..	480	2,873.2	499	3,320.6	+ 4.0	+ 15.6	+ 9.5
Stores in shopping centres — Total — Points de vente ..	6,634		7,005		+ 5.6		
Centres	335	954.6	343	1,084.0	+ 2.4		
A — Size — Catégorie A	2,718		2,785		+ 2.5	+ 13.5	+ 10.8
Stores — Magasins							
Centres	99		107		+ 8.1		
B — Size — Catégorie B	2,041	826.9	2,192	914.3	+ 7.4	+ 10.6	+ 3.0
Stores — Magasins							
Centres	46		49		+ 6.5		
C — Size — Catégorie C	1,875	1,091.7	2,028	1,322.3	+ 8.2	+ 21.1	+ 12.0
Stores — Magasins							

Type of store organization

Department stores, chain stores and independent stores expanded their sales year after year, but at dissimilar rates.

Sales through department stores in shopping centres rose from \$173 million in 1961 to \$1,056 million in 1969, their share of sales from just under 18 % to almost 32 %, and their numbers from 37 to 135. While in 1961, retail sales through department stores located in shopping centres accounted for 11 % of all department store sales, in 1969 almost 39 % of Canadian department store sales were through shopping centre located outlets. (Strictly speaking, department store sales data cannot be compared between 1961 and 1969, because of some far-reaching definitional changes which were made in 1966; however, this would in no way diminish the order of magnitude of that increase.)

Retail sales through independent stores in shopping centres rose from \$177 million in 1961 to \$662 million in 1969. Both the extent of their participation and their share of sales increased, reaching almost 20 % of retail sales through shopping centres in 1969.

Sales through chain stores located in shopping centres rose from \$623 million in 1961 to \$1,603 million in 1969. That is to say, their sales in 1969 were 2.57 times as high as in 1961, while retail sales through chain stores generally, (excluding general stores, motor vehicle dealers and fuel dealers, i.e. store types not usually represented in shopping centres, and also excluding department stores, which, for the purpose of this analysis, are discussed separately) were almost exactly twice as high in 1969 as they had been in 1961. The rate of sales increase through chain stores in shopping centres was, nevertheless, not as great as that of department stores or independent

Résultats suivant les modes d'organisation des magasins

Le volume des ventes des grands magasins, des magasins succursales et des magasins indépendants s'est accru d'année en année, mais suivant des rythmes différents.

Les ventes des grands magasins situés dans les centres commerciaux sont passées entre 1961 et 1969 de 173 millions de dollars à 1,056 millions; leur part du volume total des ventes est passée d'un peu moins de 18 % à presque 32 % et leur nombre, de 37 à 135. En 1961, les ventes au détail des grands magasins situés dans les centres commerciaux représentaient 11 % du total des ventes des grands magasins; en 1969, ce pourcentage atteignait presque 39 %. (A proprement parler, on ne peut comparer les données de 1961 et celles de 1969 sur les ventes des grands magasins, car il y a eu en 1966 de profonds changements des définitions; toutefois, cela ne change en rien l'ordre de grandeur de cette augmentation.)

Les ventes au détail des magasins indépendants situés dans les centres commerciaux sont passées entre 1961 et 1969 de 177 millions de dollars à 662 millions. Leur nombre et leur part du volume total des ventes ont tous deux augmenté, au point d'atteindre presque 20 % des ventes au détail faites dans les centres commerciaux en 1969.

Les ventes des magasins à succursales situés dans les centres commerciaux sont passées, entre 1961 et 1969, de 623 millions de dollars à 1,603 millions. C'est donc dire que leurs ventes en 1969 étaient 2.57 fois plus élevées qu'en 1961; de même, les ventes au détail des magasins à succursales (à l'exception des magasins généraux, des marchands de véhicules automobiles et des marchands de combustible, qu'on ne trouve généralement pas dans les centres commerciaux, et des grands magasins qui sont traités séparément aux fins de la présente étude) ont généralement été deux fois plus élevées en 1969 qu'en 1961. Néanmoins, le taux d'accroissement des ventes des magasins à succursales situés dans les centres commerciaux n'était pas aussi élevé que celui des grands magasins ou des magasins

stores, so that the chain stores' share of sales dropped from 64 % to 48 %. As early as 1956, chain stores had reached a high degree of development in shopping centres. In the last five years, however, the rapid expansion of department stores and the slower expansion of independent store sales combined, diminished the market share of chain stores in shopping centres to more "equitable" proportions. (In 1969 they accounted for about 39 % of retail sales in Canada).

Development by Province

By 1969, the percentage distribution of retail sales through shopping centres by province still lagged in the Atlantic Provinces, in Quebec, Manitoba and Saskatchewan. In British Columbia it was level with that province's share of the total retail market. In Ontario and Alberta retail sales through shopping centres were already comparatively more developed than retail sales generally. On the other hand, increases in retail sales in shopping centres from 1968 to 1969 were above the national average of + 15.6 per cent in the Atlantic Provinces, Quebec and the Prairie Provinces and below average in Ontario and British Columbia. This is shown in the following table:

indépendants; ainsi, leur part du volume des ventes est tombée de 64 % à 48 %. En 1956, les magasins à succursales avaient déjà atteint un degré élevé de représentation dans les centres commerciaux; toutefois, depuis cinq ans, l'expansion rapide des grands magasins et celle, moins rapide, des magasins indépendants ont ramené la part du marché que détenaient les magasins à succursales dans les centres commerciaux à des proportions plus "équitables". (En 1969, ceux-ci sont intervenus pour environ 39 % des ventes au détail au Canada).

Évolution des ventes par province

En 1969, la proportion de ventes au détail faites dans les centres commerciaux était toujours inférieure au pourcentage provincial de l'ensemble des ventes au détail dans les provinces de l'Atlantique, au Québec, au Manitoba et en Saskatchewan; en Colombie-Britannique, elle était égale au pourcentage provincial de l'ensemble des ventes au détail; en Ontario et en Alberta, la proportion de ventes au détail dans les centres commerciaux était déjà relativement plus importante que le pourcentage provincial de l'ensemble. Par contre, l'augmentation des ventes au détail dans les centres commerciaux entre 1968 et 1969 a été supérieure à la moyenne nationale (15.6 %) dans les provinces de l'Atlantique, au Québec et dans les Prairies, et inférieure à la moyenne nationale en Ontario et en Colombie-Britannique. Cette répartition des ventes au détail apparaît dans le tableau suivant:

TABLE B. Percentage Distribution by Province, of Total Retail Sales Compared with that of Shopping Centres
Percentage Change of Retail Sales through Shopping Centres, 1968 and 1969

TABLEAU B. Répartition provinciale de l'ensemble des ventes au détail par rapport aux ventes dans les centres commerciaux; variations en pourcentage des ventes au détail dans les centres commerciaux, 1968 et 1969

Provinces	Percentage distribution Répartition en pourcentages			Percentage change of retail sales through shop- ping centres 1969/1968 Variations en pourcentage des ventes au détail dans les centres commerciaux
	Total retail sales — Ensemble des ventes au détail	Retail sales through shopping centres — Ventes au détail dans les centres commerciaux		
	1969	1969	1968	
Canada	100.00	100.00	100.00	+ 15.6
Atlantic Provinces — Provinces de l'Atlantique	8.03 (3.27)	3.86 (2.12)	3.68 (2.21)	+ 21.2 +(10.7)
Nova Scotia — Nouvelle-Écosse	25.39	20.53	19.96	+ 18.8
Québec	38.94	47.51	48.68	+ 12.8
Ontario	4.24	3.43	3.28	+ 20.9
Manitoba	3.86	2.21	2.36	+ 13.2
Saskatchewan	8.18	10.96	10.58	+ 19.8
Alberta	11.37	11.50	11.57	+ 14.9
British Columbia — Colombie-Britannique				

Results by kind of business

Grocery and combination stores still dominate retail sales in shopping centres but they are now closely rivaled by department stores. Almost without exception, retail sales of the various kinds of businesses increased faster in shopping centres than in Canada generally. Full details are shown in Table 7. It will

Résultats par genre de commerce

Les épiceries et les épiceries-boucheries interviennent toujours pour la plus grande part des ventes au détail dans les centres commerciaux, mais elles sont sur le point d'être rejointes par les grands magasins. A peu d'exceptions près, les ventes au détail des divers genres de commerce se sont accrues plus rapidement dans les centres commerciaux que dans l'ensemble

be noted that almost 25 % of all retail sales through clothing stores in 1969 were effected through shopping centres, 22 % of all shoe store sales, 21 % of all variety store sales, and 17 % of all grocery and combination store and drug store sales. Only the sales through general merchandise stores, which include department store mail order catalogue sales grew at a slower rate in shopping centres than in the country generally. In variety stores, total sales increased by 5.6 % while sales in shopping centres are reported as having increased by 1.3 %. However, in 1968 some sales were included under variety stores, which should more properly have been included under department stores. This would have had little effect on the department store data, but had these sales not been included in the 1968 variety store data, the increase of retail sales in variety stores in shopping centres would have been 5.3 %, which is about level with the general increase for this category. Finally, sales through hardware stores in shopping centres increased at the same low rate as sales through hardware stores generally.

Summary of Results; Service Trades

Of the total retail sales and receipts through shopping centres amounting to \$3,464.9 million, service trades accounted for 4.2 %, i.e. \$144.3 million. Of this amount, 42.4 % was derived from A-size shopping centres, 27.7 % from B-size shopping centres and 29.9 % through C-size shopping centres. This distribution of receipts is not too different from that of retail sales in stores other than department stores.

Receipts through service trades have increased by 16.5 % from 1968 to 1969 - slightly more than retail sales. It should be noted that, in 1968, receipts of \$126.3 million were reported. However, this included receipts through offices devoted to providing certain services to business which have no relationship to the activities of the function of the shopping centre as such and it was therefore decided to exclude them from the 1969 shopping centre survey and from future surveys. Among these offices were engineering consultants, architects, and others, most of which derived their receipts (which totalled \$2.4 million in 1968) from services carried out elsewhere than in the shopping centre and whose clients would rarely visit them at their place of business.

By far the most important service trade carried out in shopping centres are restaurants which, together with take-out food shops and other eating and drinking places, had receipts of \$76.1 million, up 21.7 % from 1968. The personal service group reported receipts of \$53.2 million, showing an increase of 10.2 % over 1968. Amusement and recreational services' receipts totalled \$13.0 million, an increase of 16.4 % over 1968. Full details by province, size of shopping centre and kind of business are provided in Tables 11 to 14.

Shopping Centre Area Statistics

Statistics showing gross floor area and parking area statistics were first published in the Shopping Centre Survey for 1963, and are presented in detail in Table 15.

Comparing 1963 data with 1969 data it will be noted that there was relatively little change. C-size shopping centres, which had an average of 38 stores in 1963 and a median of 34 stores, had an average of 43 stores in 1969 and a median of 41. The largest shopping centres in 1963 had 58 stores, while in 1969 one with 83 stores was reported. Several of these large shopping centres also caused an increase in the average total floor area of the shopping concourse and other premises, though the average parking area was only a little larger in 1969 than in 1963, and the median parking area of C-size shopping centres was actually 20 % smaller in 1969 than in 1963.

du Canada (voir le tableau 7). Il convient de noter qu'en 1969, presque 25 % des ventes au détail totales des magasins de vêtements, 22 % de celles des magasins de chaussures, 21 % de celles des bazars et 17 % de celles des épiceries et des épiceries-boucheries et des pharmacies ont été faites dans des centres commerciaux. Seules les ventes des magasins de marchandises diverses (cette catégorie comprend également les comptoirs postaux des grands magasins) ont augmenté moins rapidement dans les centres commerciaux que dans l'ensemble du pays. Les ventes totales des bazars ont augmenté de 5.6 % et celles des bazars situés dans les centres commerciaux, de 1.3 %. Il faut noter toutefois qu'en 1968, certaines ventes ont été mises au compte des bazars alors qu'elles auraient dû l'être à celui des grands magasins. Cela n'a que peu faussé les données sur les grands magasins, mais si ces ventes n'avaient pas été incluses dans les données de 1968 sur les bazars, l'augmentation des ventes au détail des bazars situés dans les centres commerciaux serait de 5.3 %, ce qui est à peu près égal à l'augmentation globale pour cette catégorie. Enfin, les ventes des quincailleries situées dans les centres commerciaux ont augmenté au même faible taux que celles de l'ensemble des quincailleries.

Sommaire des résultats - Services

Les services sont intervenus pour 4.2 % (144.3 millions de dollars) du total des ventes au détail et des recettes des points de vente situés dans les centres commerciaux (3,464.9 millions). Sur ces 144.3 millions de dollars, 42.4 % provenaient des centres commerciaux de la catégorie A, 27.7 % des centres de la catégorie B et 29.9 % des centres de la catégorie C. Cette répartition des recettes ne diffère pas sensiblement de celle des ventes au détail des magasins autres que les grands magasins.

Entre 1968 et 1969, les recettes des services ont augmenté de 16.5 %, soit un peu plus que les ventes au détail. En 1968, les services avaient déclaré des recettes de 126.3 millions de dollars; toutefois, ce montant comprenait les recettes d'établissements fournissant aux entreprises certains services qui n'entrent pas dans les activités normales d'un centre commercial; il fut donc décidé d'exclure ces établissements du chef de l'enquête de 1969 et des enquêtes subséquentes sur les centres commerciaux. Parmi ces établissements figuraient des bureaux d'études, des bureaux d'architectes et d'autres, dont les recettes (2.4 millions de dollars en 1968) provenaient surtout de services rendus à l'extérieur du centre commercial et dont la plupart des clients ne se rendaient que rarement au centre commercial.

Les restaurants, avec les magasins d'aliments à emporter et les autres lieux de restauration, occupent et de loin la place la plus importante parmi les établissements de service situés dans les centres commerciaux, car ils ont totalisé en 1969 des recettes de 76.1 millions de dollars, soit 21.7 % de plus qu'en 1968. Le groupe des services personnels a déclaré des recettes de 53.2 millions de dollars, soit 10.2 % de plus. Celui des services récréatifs et de divertissement a enregistré des recettes de 13.0 millions de dollars, (+16.4 %). Les données par province, suivant la taille des centres commerciaux et le genre de commerce apparaissent aux tableaux 11 à 14.

Superficie des centres commerciaux

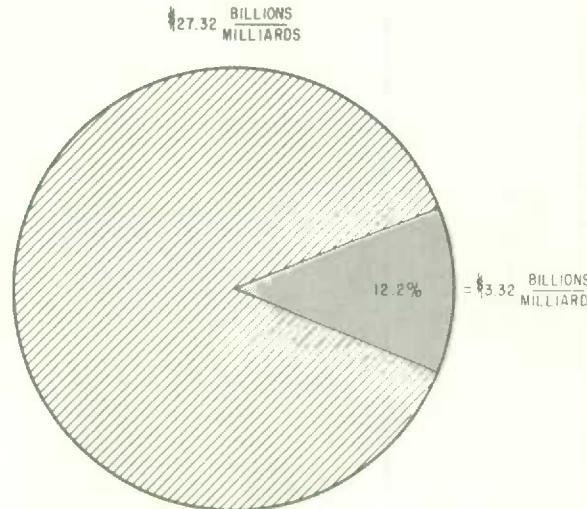
Les données sur la superficie brute des centres et des parcs de stationnement contigus ont été publiées pour la première fois après l'enquête de 1963 sur les centres commerciaux et sont présentées de façon détaillée au tableau 15.

On constatera, en comparant les données de 1963, et celles de 1969, qu'il y a eu relativement peu de changements. Dans les centres commerciaux de la catégorie C, le nombre moyen de points de vente en 1963 était 38 et le nombre médian, 34; en 1969, la moyenne avait atteint 43 magasins et la médiane, 41. En 1963, le plus grand centre commercial comptait 58 points de vente; en 1969, il y avait un centre de 83 établissements. Plusieurs de ces grands centres commerciaux ont également croître la moyenne de la superficie totale des galeries et d'autres locaux, bien que la superficie moyenne des parcs de stationnement ne soit qu'un peu plus grande en 1969 qu'en 1963 et que la superficie médiane des parcs de stationnement des centres de la catégorie C soit en fait de 20 % inférieure à la médiane de 1963.

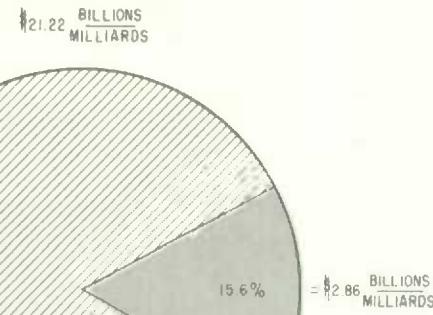
**RETAIL TRADE IN SHOPPING CENTRES AS A PERCENT
OF TOTAL RETAIL TRADE IN CANADA, 1969**

**COMMERCE DE DÉTAIL DANS LES CENTRES COMMERCIAUX EXPRIMÉ EN POURCENTAGE
DE L'ENSEMBLE DU COMMERCE DE DÉTAIL AU CANADA, 1969**

**ALL RETAIL TRADES
ENSEMBLE DU COMMERCE DE DÉTAIL**



**RETAIL TRADES USUALLY FOUND IN SHOPPING CENTRES⁽¹⁾
COMMERCES DE DÉTAIL ORDINAIREMENT PRÉSENTS
DANS LES CENTRES COMMERCIAUX⁽¹⁾**



Source: Table 7 — Tableau 7

(1) EXCLUDING CAR DEALERS, FUEL DEALERS, GENERAL STORES

(1) SANS LES MARCHANDS D'AUTOMOBILES, DE COMBUSTIBLES
NI LES MAGASINS DE MARCHANDISES EN GÉNÉRAL

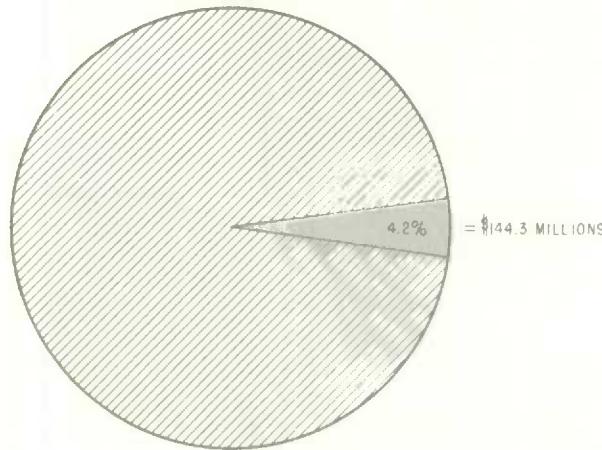
Source: Based on data in Table 7 — D'après les données du Tableau 7.

**SERVICE TRADES IN SHOPPING CENTRES AS A PERCENT OF TOTAL SALES
AND RECEIPTS IN SHOPPING CENTRE OUTLETS, 1969**

**PRESTATIONS DE SERVICE DANS LES CENTRES COMMERCIAUX EXPRIMÉES EN POURCENTAGE
DE L'ENSEMBLE DES VENTES ET DES RECETTES DES POINTS DE VENTE
DES CENTRES COMMERCIAUX EN 1969**

**TOTAL SALES AND RECEIPTS IN SHOPPING CENTER OUTLETS
TOTAL DES VENTES ET DES RECETTES DES POINTS DE VENTE
DES CENTRES COMMERCIAUX**

\$3.46 BILLIONS
MILLIARDS

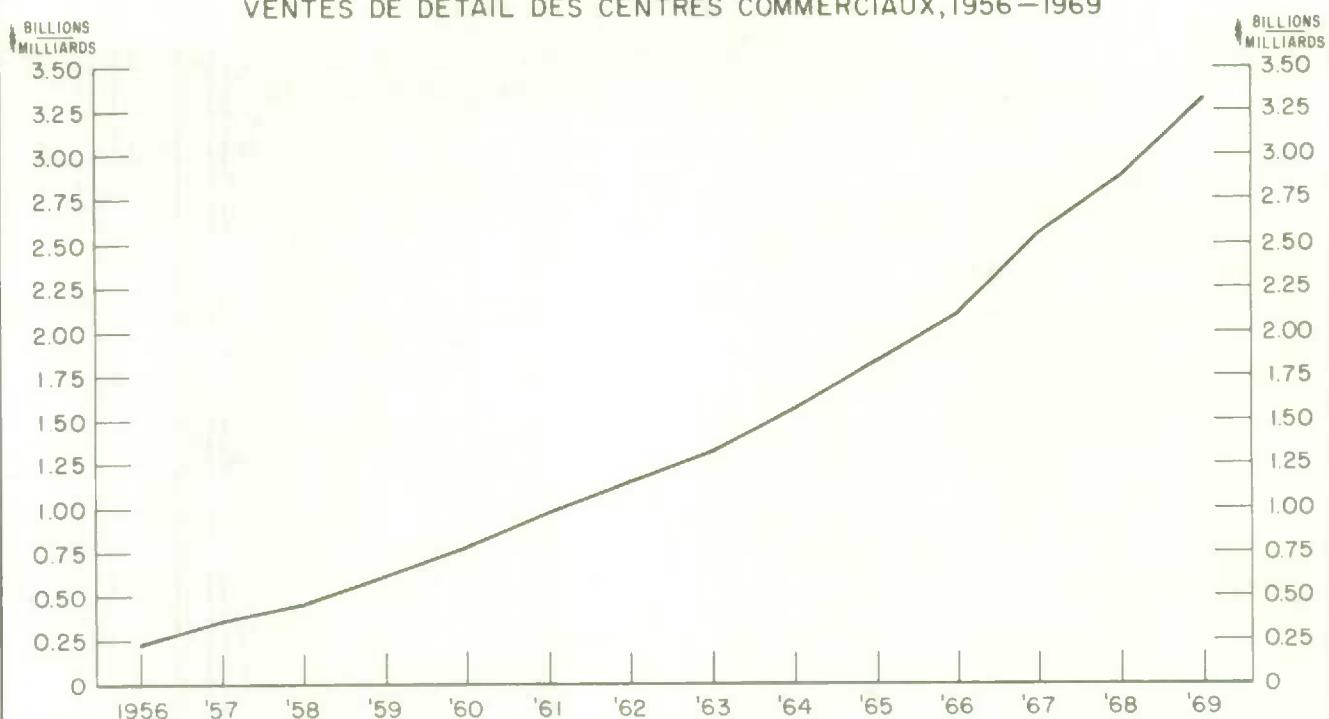


Source: Text — Texte

GRAPH 2

GRAPHIQUE-2

RETAIL SALES IN SHOPPING CENTRES, 1956-1969
VENTES DE DÉTAIL DES CENTRES COMMERCIAUX, 1956-1969

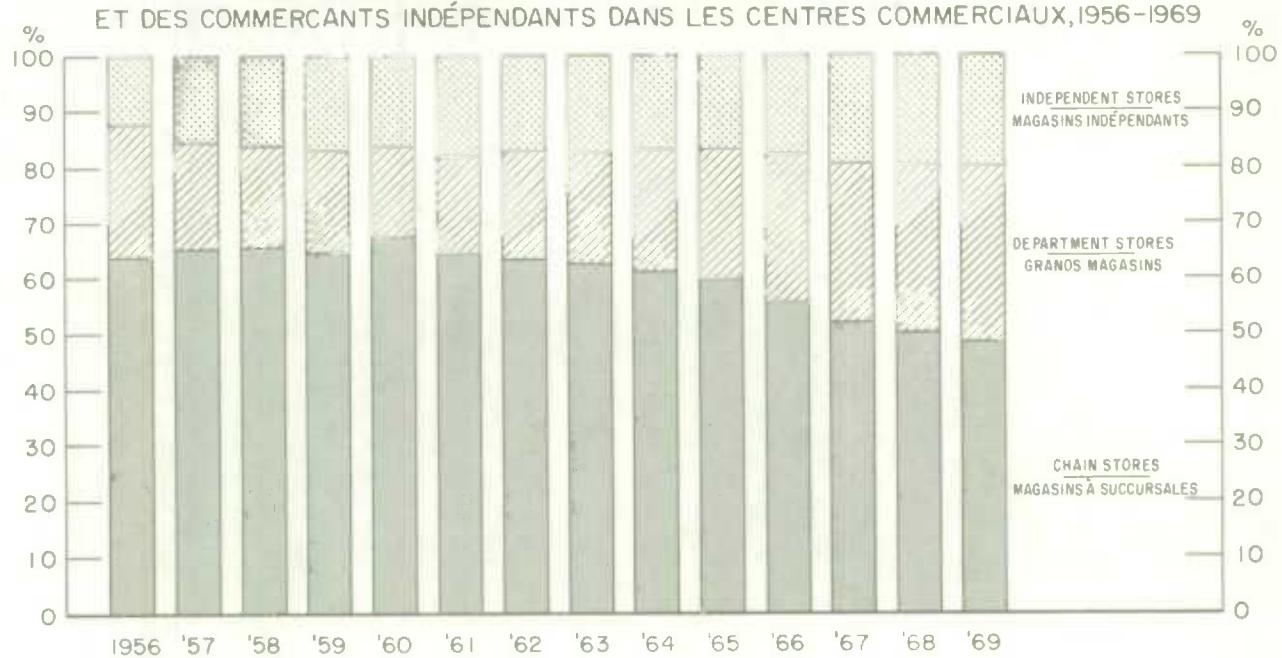


Source: Table 2 — Tableau 2.

GRAPHIQUE-3

GRAPHIQUE-3

PERCENTAGE DISTRIBUTION OF RETAIL SALES IN CHAIN, DEPARTMENT AND INDEPENDENT OUTLETS IN SHOPPING CENTRES, 1956-1969
RÉPARTITION PROPORTIONNELLE DES VENTES AU DÉTAIL DES POINTS DE VENTE DES MAGASINS À SUCCURSALES, DES GRANDS MAGASINS ET DES COMMERCANTS INDÉPENDANTS DANS LES CENTRES COMMERCIAUX, 1956-1969



Source: Table 4a. — Tableau 4a.

TABLE 1. Number of Shopping Centres, by Province and by Type of Centre, 1961-1969

TABLEAU 1. Nombre de centres commerciaux, par province et par catégorie de centre, 1961-1969

Province	1961	1962	1963	1964	1965	1966	1967	1968	1969
<u>Total number of shopping centres — Nombre total de centres commerciaux</u>									
Canada	281	305	346	369	386	420	461	480	499
Newfoundland — Terre-Neuve	1	1	1	1	1	1	2	2	2
Nova Scotia — Nouvelle-Écosse	4	5	6	8	8	8	8	8	8
New Brunswick — Nouveau-Brunswick	2	2	2	2	3	4	4	4	5
Québec	55	57	66	68	74	85	93	102	109
Ontario	136	147	168	170	175	188	213	217	219
Manitoba	6	7	9	11	11	14	14	15	16
Saskatchewan	9	10	10	12	13	15	15	17	17
Alberta	26	32	38	46	47	52	54	55	62
British Columbia — Colombie-Britannique	42	44	46	51	54	53	58	60	61
<u>Number of Type A shopping centres — Nombre de centres commerciaux, catégorie A</u>									
Canada	191	212	250	270	281	301	323	335	343
Newfoundland — Terre-Neuve	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Nova Scotia — Nouvelle-Écosse	2	2	3	6	6	6	6	6	5
New Brunswick — Nouveau-Brunswick	2	2	2	2	3	4	4	3	4
Québec	24	27	36	38	41	51	54	59	68
Ontario	92	101	122	120	126	131	148	153	148
Manitoba	5	6	7	9	9	12	12	13	13
Saskatchewan	8	8	8	10	11	11	11	13	13
Alberta	22	28	33	40	39	43	43	43	48
British Columbia — Colombie-Britannique	36	38	39	45	46	43	45	45	44
<u>Number of Type B shopping centres — Nombre de centres commerciaux, catégorie B</u>									
Canada	67	67	72	70	73	84	95	99	107
Newfoundland — Terre-Neuve	1	1	1	1	1	1	2	2	2
Nova Scotia — Nouvelle-Écosse	2	3	3	1	1	1	1	1	2
New Brunswick — Nouveau-Brunswick	—	—	—	—	—	—	—	1	1
Québec	26	24	27	24	27	26	29	30	28
Ontario	31	32	32	36	32	40	44	43	49
Manitoba	—	—	1	1	1	1	1	1	2
Saskatchewan	1	2	2	2	2	4	4	4	4
Alberta	2	2	2	2	4	5	4	7	7
British Columbia — Colombie-Britannique	4	3	4	3	5	6	10	10	12
<u>Number of Type C shopping centres — Nombre de centres commerciaux, catégorie C</u>									
Canada	23	26	24	29	32	35	43	46	49
Newfoundland — Terre-Neuve	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Nova Scotia — Nouvelle-Écosse	—	—	—	1	1	1	1	1	1
New Brunswick — Nouveau-Brunswick	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Québec	5	6	3	6	6	8	10	13	13
Ontario	13	14	14	14	17	17	21	21	22
Manitoba	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Saskatchewan	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Alberta	2	2	3	4	4	4	7	5	7
British Columbia — Colombie-Britannique	2	3	3	3	3	4	3	5	5

TABLE 2. Number of Retail Stores, and Retail Sales, by Chain Stores, Department Stores and Independent Stores, in Shopping Centres and Percentage Distribution of Stores and Sales, 1961-1969

TABLEAU 2. Nombre de magasins de détail et ventes au détail, par magasins à succursales, grands magasins et magasins indépendants dans les centres commerciaux, et répartition en pourcentage des magasins et des ventes, 1961-1969

Year — Année	Stores — Magasins							
	Total		Chains — Magasins à succursales		Department stores — Grands magasins		Independents — Magasins indépendants	
	Number — Nombre	Percent — Pour cent	Number — Nombre	Percent — Pour cent	Number — Nombre	Percent — Pour cent	Number — Nombre	Percent — Pour cent
1961	3,708	100.0	1,588	42.8	37	1.0	2,083	56.2
1962	4,033	100.0	1,711	42.4	51	1.3	2,271	56.3
1963	4,343	100.0	1,809	41.7	55	1.3	2,479	57.0
1964	4,674	100.0	1,921	41.1	60	1.3	2,693	57.6
1965	4,994	100.0	2,062	41.3	69	1.4	2,863	57.3
1966	5,569	100.0	2,216	39.8	78	1.4	3,275	58.8
1967	6,258	100.0	2,425	38.8	111	1.8	3,722	59.4
1968	6,634	100.0	2,527	38.1	123	1.9	3,984	60.0
1969	7,005	100.0	2,599	37.1	135	1.9	4,271	61.0
Sales — Ventes								
Thousands of dollars — Milliers de dollars	Percent — Pour cent	Thousands of dollars — Milliers de dollars	Percent — Pour cent	Thousands of dollars — Milliers de dollars	Percent — Pour cent	Thousands of dollars — Milliers de dollars	Percent — Pour cent	Percent — Pour cent
1961	975,932	100.0	626,246	64.2	172,718	17.7	176,969	18.1
1962	1,150,017	100.0	726,028	63.1	225,675	19.6	198,314	17.3
1963	1,315,748	100.0	819,709	62.3	266,678	20.3	229,361	17.4
1964	1,560,036	100.0	951,425	61.0	343,226	22.0	265,385	17.6
1965	1,831,865	100.0	1,098,041	59.9	424,725	23.2	309,099	16.9
1966	2,100,028	100.0	1,172,485	55.8	554,302	26.4	373,240	17.9
1967	2,552,178	100.0	1,325,975	52.0	727,461	28.5	498,742	19.3
1968	2,873,248	100.0	1,440,401	50.1	866,575	30.2	566,272	19.7
1969	3,320,604	100.0	1,602,826	48.3	1,055,657	31.8	662,121	19.9

Note: Since 1966 Restaurants have been classed as Service Trades. Before that, they were included with Retail Trade. The data in the foregoing tables have been adjusted so that Restaurants are excluded altogether. A historical analysis of the Restaurant Trade in Shopping Centres will be found in the 1968 edition of Shopping Centres in Canada (63-214) 1969 data for restaurants are included in this report in the statistical tables dealing with the service trades in Shopping Centres. — Note: Depuis 1966, les restaurants sont classés comme établissements de service. Avant cette date, ils étaient comptés avec les commerces de détail. Les chiffres des tableaux ci-dessus ont été rectifiés de façon à exclure complètement les restaurants. L'édition de 1968 des centres commerciaux au Canada (n° de catalogue 63-214) contient une analyse chronologique du commerce des restaurants dans les centres commerciaux. La présente publication donne les chiffres de 1969 pour les restaurants dans les tableaux statistiques se rapportant aux établissements de service rattachés à des centres commerciaux.

TABLE 3. Number of Retail Stores and Sales in Shopping Centres, by Province, 1968-1969

TABLEAU 3. Nombre et ventes des magasins de détail dans les centres commerciaux, par province, 1968-1969

Province	Number of Stores		Sales	
	Nombre de magasins		Ventes	
	1968	1969	1968	1969
Canada	6,634	7,005	2,873,248	3,320,604
Atlantic Provinces — Provinces de l'Atlantique	212	235	105,852	128,308
Nova Scotia — Nouvelle-Écosse	(120)	(121)	(63,587)	(70,403)
Québec	1,617	1,736	573,584	681,625
Ontario	3,034	3,128	1,398,558	1,577,629
Manitoba	157	166	94,123	113,803
Saskatchewan	185	192	64,891	73,437
Alberta	678	731	303,846	363,993
British-Columbia — Colombie-Britannique	751	817	332,394	381,803

TABLE 4. Number of Retail Stores and Sales in Shopping Centres, by Kind of Business, 1966-1969

TABLEAU 4. Nombre et ventes des magasins de détail dans les centres commerciaux, par genre de commerce, 1966-1969

Kind of business — Genre de commerce	1966	1967	1968	1969	Number of stores — Nombre de magasins
All stores — Total — Tous les magasins	5,569	6,258	6,634	7,005	
Grocery and combination stores — Épiceries et épicerie-boucheries	507	559	586	611	
All other food stores — Tous les autres magasins d'alimentation	518	602	618	643	
Department stores — Grands magasins	78	111	123	135	
General merchandise stores — Magasins de marchandises diverses	(1)	(1)	43	42	
Variety stores — Bazaars	239	270	258	252	
Service stations and garages — Stations-service et garages	134	147	146	153	
Men's clothing stores — Magasins de vêtements pour hommes	329	338	361	382	
Women's clothing stores — Magasins de vêtements pour femmes	618	712	770	839	
Family clothing stores — Magasins de vêtements pour la famille	117	94	102	105	
Shoe stores — Magasins de chaussures	479	519	544	579	
Hardware stores — Quincailleries	234	248	247	246	
Furniture, T.V., radio and appliance stores — Magasins de meubles, téléviseurs, radio et accessoires	156	196	207	216	
Drug stores — Pharmacies	373	403	418	442	
Jewellery stores — Bijouteries	189	206	220	239	
All other stores — Tous les autres magasins	1,598	1,853	1,991	2,121	
Thousands of dollars — Milliers de dollars					
All stores — Total — Tous les magasins	2,100,028	2,552,178	2,873,248	3,320,604	
Grocery and combination stores — Épiceries et épicerie-boucheries	778,330	864,130	954,107	1,067,569	
All other food stores — Tous les autres magasins d'alimentation	32,943	44,092	44,723	50,451	
Department stores — Grands magasins	554,302(2)	727,461(2)	866,575	1,055,657	
General merchandise stores — Magasins de marchandises diverses	(1)	(1)	26,585(3)	27,316(3)	
Variety stores — Bazaars	111,167	127,787	110,475	111,890	
Service stations and garages — Stations-service et garages	19,853	27,723	32,746	36,620	
Men's clothing stores — Magasins de vêtements pour hommes	43,036	48,716	56,283	65,934	
Women's clothing stores — Magasins de vêtements pour femmes	70,938	98,504	113,141	132,362	
Family clothing stores — Magasins de vêtements pour la famille	38,267	32,327	37,354	41,841	
Shoe stores — Magasins de chaussures	45,729	60,946	60,379	67,960	
Hardware stores — Quincailleries	40,283	47,129	51,290	52,666	
Furniture, T.V., radio and appliance stores — Magasins de meubles, téléviseurs, radio et accessoires	29,007	36,206	42,696	46,763	
Drug stores — Pharmacies	87,557	107,105	116,962	131,965	
Jewellery stores — Bijouteries	17,601	22,845	26,622	30,400	
All other stores — Tous les autres magasins	231,014	307,208	333,312	401,210	

(1) Included in all other stores. — Compris dans la catégorie "Tous les autres magasins".

(2) Includes sales through mail order catalogue sales offices in shopping centres in 1966 and 1967. — Pour 1966 et 1967 comprend les ventes des comptoirs postaux situés dans les grands magasins.

(3) Includes both general merchandise store sales and sales through mail order catalogue sales offices. Excludes sales through mail order catalogue counters in department stores; these are included with department store sales data. — Comprend les ventes des magasins de marchandises diverses ainsi que celles des comptoirs postaux. Exclu les ventes des comptoirs postaux situés dans les grands magasins; ces dernières sont comprises dans les données des grands magasins.

TABLE 5. Percentage Distribution of Retail Stores and Sales in Shopping Centres, 1966-1969

TABLEAU 5. Répartition proportionnelle des magasins et des ventes, commerce de détail, des centres commerciaux, 1966-1969

Kind of business — Genre de commerce	Stores — Magasins				Sales — Ventes			
	1966	1967	1968	1969	1966	1967	1968	1969
All stores — Total — Tous les magasins	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Grocery and combination stores — Épiceries et épiceries-boucheries	9.1	8.9	8.9	8.7	37.1	33.9	33.2	32.1
All other food stores — Tous les autres magasins d'alimentation	9.3	9.6	9.3	9.2	1.6	1.7	1.6	1.5
Department stores — Grands magasins	1.4	1.8	1.9	1.9	26.4	28.5	30.2	31.8
General merchandise stores — Magasins de marchandises diverses	0.6	0.6	0.9	0.8
Variety stores — Bazaars	4.3	4.3	3.9	3.6	5.3	5.0	3.8	3.4
Service stations and garages — Stations-service et garages	2.4	2.4	2.2	2.2	0.9	1.1	1.1	1.1
Men's clothing stores — Magasins de vêtements pour hommes	5.9	5.4	5.4	5.4	2.0	1.9	2.0	2.0
Women's clothing stores — Magasins de vêtements pour femmes	11.1	11.4	11.6	12.0	3.4	3.9	3.9	4.0
Family clothing stores — Magasins de vêtements pour la famille	2.1	1.5	1.6	1.5	1.8	1.3	1.3	1.3
Shoe stores — Magasins de chaussures	8.6	8.3	8.2	8.3	2.2	2.4	2.1	2.0
Hardware stores — Quincailleries	4.2	4.0	3.7	3.5	1.9	1.8	1.8	1.6
Furniture, T.V., radio and appliance stores — Magasins de meubles, téléviseurs, radio et accessoires	2.8	3.1	3.1	3.1	1.4	1.4	1.5	1.4
Drug stores — Pharmacies	6.7	6.4	6.3	6.3	4.2	4.2	4.1	4.0
Jewellery stores — Bijouteries	3.4	3.3	3.3	3.4	0.8	0.9	0.9	0.9
All other stores — Tous les autres magasins	28.7	29.6	30.0	30.3	11.0	12.0	11.6	12.1

TABLE 6. Number, Sales and Receipts of Retail Stores (Chains, Department Stores, Independents) and Service Outlets by Size of Shopping Centre, 1969

TABLEAU 6. Nombre de points de vente au détail (magasins à succursales, grands magasins et magasins indépendants) et d'entreprises de service, ventes et recettes de ces derniers, selon la taille du centre commercial, 1969

Types of outlet — Catégories d'établissements	Total	Type A — Catégorie A	Type B — Catégorie B	Type C — Catégorie C
<u>Number of outlets — Nombre de locaux</u>				
Total number of outlets — Retail and service — Nombre total de locaux — Commerce de détail et services	9,375	4,146	2,808	2,421
Retail stores — Total — Points de vente au détail	7,005	2,785	2,192	2,028
Chain store outlets — Magasins à succursales	2,599	804	864	931
Department store outlets — Grands magasins	135	34	38	63
Independent stores — Magasins indépendants	4,271	1,947	1,290	1,034
Service outlets — Total — Entreprises de service	2,370	1,361	616	393
thousands of dollars — milliers de dollars				
<u>Dollar sales and receipts — Ventes et recettes</u>				
Total sales and receipts — Retail and service — Ventes et recettes totales — Commerce de détail et services	3,464,921	1,145,206	954,223	1,365,493
Retail sales — Total — Ventes du commerce de détail	3,320,604	1,084,027	914,272	1,322,307
Chain stores — Magasins à succursales	1,602,826	605,370	504,044	493,413
Department stores — Grands magasins	1,055,657	162,585	243,030	650,042
Independent stores — Magasins indépendants	662,121	316,072	167,198	178,852
Service receipts, total — Recettes totales des entreprises de service	144,316	61,179	39,951	47,185

TABLE 7. Comparative Analysis, Total Retail Sales and Retail Sales in Shopping Centres, 1968 and 1969

TABLEAU 7. Comparaison entre le total des ventes au détail et les ventes au détail des points de vente situés dans les centres commerciaux, 1968 et 1969

Kind of business Genre de commerce	Retail trade			Retail trade in shopping centres			Retail trade in shopping centres as a percentage of total retail trade	
	Total Commerce de détail			Commerce de détail des centres commerciaux			Commerce de détail dans les centres commerciaux en pourcentage de l'ensemble du commerce de détail	
	1968	1969	Percentage change 1969/1968 Variation	1968	1969	Percentage change 1969/1968 Variation	1968	1969
	thousands of dollars milliers de dollars			thousands of dollars milliers de dollars			percent pour cent	
All stores - Total - Tous les magasins	25,710,842	27,324,669	+ 6.3	2,873,248	3,320,604	+ 15.6	11.2(1)	12.2(1)
Grocery and combination stores - Épiceries et épicerie-boucheries	5,985,589	6,422,848	+ 7.3	954,107	1,067,569	+ 11.9	15.9	16.6
All other food stores - Tous les autres magasins d'alimentation ..	580,715	626,776	+ 7.9	44,723	50,451	+ 12.8	7.7	8.0
Department stores - Grands magasins	2,444,780	2,723,213	+ 11.4	866,575	1,055,657	+ 21.8	35.4	38.8
General merchandise stores - Magasins de marchandises diverses	727,891	807,853	+ 11.0	26,585	27,316	+ 2.7	3.7	3.4
Variety stores - Bazars	513,168	541,789	+ 5.6	110,475	111,890	+ 1.3	21.5	20.7
Service stations and garages - Stations-service et garages	2,179,815	2,300,391	+ 5.5	32,746	36,620	+ 11.8	1.5	1.6
Men's clothing stores - Magasins de vêtement pour hommes	398,354	421,365	+ 5.8	56,283	65,934	+ 17.1	14.1	15.6
Women's clothing stores - Magasins de vêtements pour femmes	501,758	536,592	+ 6.9	113,141	132,362	+ 17.0	22.5	24.7
Family clothing stores - Magasins de vêtements pour la famille	381,403	389,006	+ 2.0	37,354	41,841	+ 12.0	9.8	10.8
Shoe stores - Magasins de chaussures	306,499	313,697	+ 2.3	60,379	67,960	+ 12.6	19.7	21.7
Hardware stores - Quincailleries ..	392,408	402,150	+ 2.5	51,290	52,666	+ 2.7	13.1	13.1
Furniture, T.V., radio and appliance stores - Magasins de meubles, téléviseurs, radio et accessoires	816,078	863,299	+ 5.8	42,696	46,763	+ 9.5	5.7	5.4
Drug stores - Pharmacies	736,552	784,084	+ 6.5	116,962	131,965	+ 12.8	17.9	16.8
Jewellery stores - Bijouteries	213,745	222,622	+ 4.2	26,622	30,400	+ 14.2	14.2	13.7
All other stores - Tous les autres magasins	9,532,085	9,968,987	+ 4.6	333,312	401,210	+ 20.4	4.2	4.0

(1) By removing trades rarely found in shopping centres, e.g. general stores, motor vehicle dealers, fuel dealers, these percentages change, becoming 14.6 % in 1968 and 15.6 % in 1969. — En supprimant les genres de commerce qui sont rarement représentés dans les centres commerciaux (les magasins généraux, les marchands de véhicules à moteur, les marchands de combustible), ces pourcentages s'élèvent à 14.6 % pour 1968 et à 15.6 % en 1969.

TABLE 8. Retail Sales in Shopping Centres, by Kind of Business, by Province, 1969

TABLEAU 8. Ventes de détail des centres commerciaux, par genre de commerce et par province, 1969

Kind of business — Genre de commerce	Canada	Atlantic Provinces(1) — Provinces de l'Atlan- tique(1)	Québec	Ontario
		thousands of dollars — milliers de dollars		
All stores — Total — Tous les magasins	3,320,604	128,308	681,625	1,577,629
Grocery and combination stores — Épiceries et épicerie-sboucheries	1,067,569	34,731	236,944	545,750
All other food stores — Tous les autres magasins d'alimentation	50,451	862	9,511	27,260
Department stores — Grands magasins	1,055,657	44,548	166,812	445,393
General merchandise stores — Magasins de marchandises diverses	27,316	x	5,052	11,957
Variety stores — Bazars	111,890	8,831	28,358	52,965
Service stations and garages — Stations-service et garages	36,620	272	3,993	14,011
Men's clothing stores — Magasins de vêtement pour hommes	65,934	2,247	19,658	36,028
Women's clothing stores — Magasins de vêtement pour femmes	132,362	4,838	38,922	60,947
Family clothing stores — Magasins de vêtement pour la famille	41,841	x	23,000	7,502
Shoe stores — Magasins de chaussures	67,960	2,430	22,614	30,710
Hardware stores — Quincailleries	52,666	739	26,053	19,690
Furniture, T.V., radio and appliance stores — Magasins de meubles, téléviseurs, radio et accessoires	46,763	3,185	6,850	29,025
Drug stores — Pharmacies	131,965	4,355	29,309	65,024
Jewellery stores — Bijouteries	30,400	2,202	6,263	12,967
All other stores — Tous les autres magasins	401,210	16,590	58,283	218,400
Manitoba Saskatchewan Alberta British Columbia — Colombie-Britannique				
thousands of dollars — milliers de dollars				
All stores — Total — Tous les magasins	113,803	73,439	363,994	381,805
Grocery and combination stores — Épiceries et épicerie-sboucheries	30,910	28,333	100,088	90,812
All other food stores — Tous les autres magasins d'alimentation	608	891	5,264	6,055
Department stores — Grands magasins	52,295	13,653	153,445	179,511
General merchandise stores — Magasins de marchandises diverses	x	x	2,322	x
Variety stores — Bazars	2,917	2,254	6,549	10,016
Service stations and garages — Stations-service et garages	2,045	4,043	8,059	4,198
Men's clothing stores — Magasins de vêtement pour hommes	841	488	3,496	3,175
Women's clothing stores — Magasins de vêtement pour femmes	3,974	2,154	9,602	11,924
Family clothing stores — Magasins de vêtement pour la famille	x	x	3,206	x
Shoe stores — Magasins de chaussures	1,320	970	4,958	4,957
Hardware stores — Quincailleries	393	680	2,198	2,912
Furniture, T.V., radio and appliance stores — Magasins de meubles, téléviseurs, radio et accessoires	506	518	2,729	3,950
Drug stores — Pharmacies	2,945	4,895	10,075	15,362
Jewellery stores — Bijouteries	1,397	426	2,581	4,561
All other stores — Tous les autres magasins	12,271	10,132	49,421	36,112

(1) Excludes Prince Edward Island (No shopping centres as defined in this survey). — Ne comprend pas l'Île-du-Prince-Édouard (Aucun centre commercial qui répond à la définition).

TABLE 9. Retail Sales in Shopping Centres, by Type of Shopping Centre and by Kind of Business, 1969

TABLEAU 9. Ventes du commerce de détail dans les centre commerciaux, suivant la catégorie de centre commercial et le genre de commerce, 1969

Kind of business — Genre de commerce	Total	Chains	Independents	Total	Chains	Independents	
		— Magasins à succursales	— Magasins indépendants		— Magasins à succursales	— Magasins indépendants	
Total				Type A			
Catégorie A				Catégorie A			
thousands of dollars — milliers de dollars							
All stores — Total — Tous les magasins	3,320,604	2,658,483	662,121	1,084,027	767,955	316,072	
Grocery and combination stores — Épiceries et épiceries-boucheries	1,067,569	946,042	121,527	549,610	444,461	105,149	
All other food stores — Tous les autres magasins d'alimentation	50,451	12,919	37,532	19,052	2,310	16,742	
Department stores — Grands magasins	1,055,657	1,055,657	—	162,585	162,585	—	
General merchandise stores — Magasins de marchandises diverses	27,316	26,418	898	8,732	x	x	
Variety stores — Bazars	111,890	106,747	5,143	31,639	27,553	4,086	
Services stations and garages — Stations-service et garages	36,620	4,832	31,789	21,981	x	x	
Men's clothing stores — Magasins de vêtements pour hommes	65,934	26,042	39,892	10,567	1,380	9,187	
Women's clothing stores — Magasins de vêtements pour femmes	132,362	71,440	60,922	20,880	9,691	11,189	
Family clothing stores — Magasins de vêtements pour la famille	41,841	24,281	17,560	8,297	5,085	3,212	
Shoe stores — Magasins de chaussures	67,960	47,675	20,285	11,988	6,304	5,684	
Hardware stores — Quincailleries	52,666	28,167	24,499	14,426	954	13,472	
Furniture, T.V., radio and appliance stores — Magasins de meubles, téléviseurs, radio et accessoires	46,763	19,220	27,542	13,319	3,433	9,886	
Drug stores — Pharmacies	131,965	32,065	99,900	69,492	13,058	56,433	
Jewellery stores — Bijouteries	30,400	15,080	15,319	4,540	811	3,729	
All other stores — Tous les autres magasins	401,210	241,897	159,313	136,920	79,431	57,489	
Type B				Type C			
Catégorie B				Catégorie C			
thousands of dollars — milliers de dollars							
All stores — Total — Tous les magasins	914,272	747,074	167,198	1,322,307	1,143,455	178,852	
Grocery and combination stores — Épiceries et épiceries-boucheries	308,637	297,079	11,557	209,322	204,501	4,821	
All other food stores — Tous les autres magasins d'alimentation	15,195	3,944	11,251	16,204	6,665	9,539	
Department stores — Grands magasins	243,030	243,030	—	650,042	650,042	—	
General merchandise stores — Magasins de marchandises diverses	12,691	x	x	5,894	5,894	—	
Variety stores — Bazars	42,398	41,341	1,057	37,853	37,853	—	
Service stations and garages — Stations-service et garages	9,073	x	x	5,566	1,629	3,936	
Men's clothing stores — Magasins de vêtements pour hommes	18,622	7,017	11,605	36,745	17,646	19,099	
Women's clothing stores — Magasins de vêtements pour femmes	35,095	21,274	13,821	76,387	40,476	35,912	
Family clothing stores — Magasins de vêtements pour la famille	18,069	12,713	5,356	15,476	6,484	8,992	
Shoe stores — Magasins de chaussures	21,234	16,114	5,120	34,738	25,257	9,480	
Hardware stores — Quincailleries	16,137	8,171	7,967	22,102	19,043	3,060	
Furniture, T.V., radio and appliance stores — Magasins de meubles, téléviseurs, radio et accessoires	12,541	4,099	8,443	20,903	11,689	9,214	
Drug stores — Pharmacies	36,331	11,690	24,641	26,142	7,317	18,826	
Jewellery stores — Bijouteries	9,937	3,274	6,663	15,922	10,995	4,927	
All other stores — Tous les autres magasins	115,280	64,501	50,778	149,011	97,965	51,045	

TABLE 10. Number of Stores in Shopping Centres, by Type of Shopping Centre and by Kind of Business, 1969

TABLEAU 10. Nombre de magasins situés dans les centres commerciaux, suivant la catégorie de centre commercial et le genre de commerce, 1969

Kind of business — Genre de commerce	Total	Chains		Total	Chains	
		Magasins à succursales	Independents		Magasins à succursales	Independents
		Total			Type A — Catégorie A	
All stores — Total — Tous les magasins	7,005	2,734	4,271	2,785	838	1,947
Grocery and combination stores — Épiceries et épiceries-boucheries	611	451	160	407	277	130
All other food stores — Tous les autres magasins d'alimentation	643	177	466	274	39	235
Department stores — Grands magasins	135	135	—	34	34	—
General merchandise stores — Magasins de marchandises diverses	42	36	6	15	12	3
Variety stores — Bazars	252	208	44	121	84	37
Service stations and garages — Stations-service et garages	153	14	139	105	8	97
Men's clothing stores — Magasins de vêtements pour hommes	382	114	268	115	13	102
Women's clothing stores — Magasins de vêtements pour femmes	839	360	479	194	63	131
Family clothing stores — Magasins de vêtements pour la famille	105	60	45	43	22	21
Shoe stores — Magasins de chaussures	579	385	194	183	94	89
Hardware stores — Quincailleries	246	30	216	149	5	144
Furniture, T.V., radio and appliance stores — Magasins de meubles, téléviseurs, radio et accessoires	216	67	149	78	12	65
Drug stores — Pharmacies	442	110	332	277	53	224
Jewellery stores — Bijouteries	239	66	173	71	6	63
All other stores — Tous les autres magasins	2,121	521	1,600	719	116	603
Type B — Catégorie B			Type C — Catégorie C			
All stores — Total — Tous les magasins	2,192	902	1,290	2,028	994	1,034
Grocery and combination stores — Épiceries et épiceries-boucheries	130	113	17	74	61	13
All other food stores — Tous les autres magasins d'alimentation	187	65	122	182	73	109
Department stores — Grands magasins	38	38	—	63	63	—
General merchandise stores — Magasins de marchandises diverses	16	13	3	11	11	—
Variety stores — Bazars	84	77	7	47	47	—
Service stations and garages — Stations-service et garages	33	2	31	15	4	11
Men's clothing stores — Magasins de vêtements pour hommes	132	39	93	135	62	73
Women's clothing stores — Magasins de vêtements pour femmes	284	135	149	361	162	199
Family clothing stores — Magasins de vêtements pour la famille	40	27	13	22	11	11
Shoe stores — Magasins de chaussures	209	150	59	187	141	46
Hardware stores — Quincailleries	68	9	59	29	16	13
Furniture, T.V., radio and appliance stores — Magasins de meubles, téléviseurs, radio et accessoires	68	18	50	70	37	33
Drug stores — Pharmacies	110	36	74	55	21	34
Jewellery stores — Bijouteries	93	21	72	75	39	35
All other stores — Tous les autres magasins	700	159	541	702	246	456

TABLE II. Rates of Growth, Service Trades in Shopping Centres, by Kind of Business, 1968-1969

TABLEAU II. Taux de croissance des entreprises de services des centres commerciaux, suivant le genre de commerce, 1968-1969

Kind of business — Genre de commerce	1968	1969	Percentage change — Variation
			thousands of dollars — milliers de dollars
All trades — Total — Toutes les entreprises	126,264	144,316	+ 14.3
<u>Amusement and recreational group — Groupe des services récréatifs et de divertissement</u>			
Regular theatres — Cinémas ordinaires	5,007	6,166	+ 23.1
Billiard parlours — Salles de billard	972	1,083	+ 11.4
Bowling alleys — Salles de quilles	3,654	4,116	+ 12.6
Other amusement and recreation services — Autres services récréatifs et de divertissement	1,502	1,599	+ 6.5
<u>Personal services group — Groupe des services personnels</u>			
Barber shops — Coiffeurs pour hommes	7,298	8,486	+ 16.3
Beauty salons — Coiffeurs pour dames	15,981	17,699	+ 10.8
Dry cleaning and laundries — Établissements de nettoyage à sec et buanderies:			
Plants and pick-up offices — Ateliers et bureaux de service	16,747	17,915	+ 7.0
Self-service (laundromats and launderettes) — Libres-services (laveries automatiques)	3,743	3,955	+ 5.7
Shoe repair shops — Cordonneries	1,905	2,001	+ 5.0
Other personal services — Autres services personnels	2,651	3,189	+ 20.3
<u>Miscellaneous services group — Groupe des services divers</u>			
Business services (advertising, accounting, etc.) — Services commerciaux (publicité, comptabilité, etc.)	2,258
Repair services — Services de réparation	152
Other miscellaneous services (photographers, automobile and truck rentals, driving schools, etc.) — Autres services divers (entreprises de photographie, de location d'automobiles et de camions, auto-écoles, etc.)	1,878	2,042	+ 8.7
<u>Restaurant group — Groupe de restaurants</u>			
Restaurants	55,573	66,948	+ 20.5
Take-out food shops — Magasins d'aliments à emporter	3,274	4,851	+ 48.2
Other eating and drinking places — Autres endroits de restauration	3,668	4,267	+ 16.3

TABLE 12. Receipts of Service Trades in Shopping Centres, by Kind of Business, by Province, 1969

TABLEAU 12. Recettes des entreprises de service des centres commerciaux, par genre de commerce et par province, 1969

Kind of business — Genre de commerce	Canada	Atlantic Provinces(1) — Provinces de l'Atlan- tique(1)	Québec	Ontario
		thousands of dollars — milliers de dollars		
All trades — Total — Toutes les entreprises	144,316	5,533	35,397	65,218
<u>Amusement and recreational group — Groupe des services récréatifs et de divertissement</u>				
Regular theatres — Cinémas ordinaires	6,166	x	1,268	2,958
Billiard parlours — Salles de billard	1,083	x	x	769
Bowling alleys — Salles de quilles	4,116	374	770	1,860
Other amusement and recreation services — Autres ser- vices récréatifs et de divertissement	1,599	—	—	941
<u>Personal services group — Groupe des services personnels</u>				
Barber shops — Coiffeurs pour hommes	8,486	256	2,198	3,380
Beauty salons — Coiffeurs pour dames	17,699	414	3,887	7,526
Dry cleaning and laundries; — Établissements de nettoy- age à sec et buanderies:				
Plants and pick-up offices — Ateliers et bureaux de service	17,915	494	3,827	8,336
Self-service (laundromats and launderettes) — Libres- services (laveries automatiques)	3,955	77	370	2,012
Shoe repair shops — Cordonneries	2,001	97	199	958
Other personal services — Autres services personnels ..	3,189	x	1,617	1,056
<u>Miscellaneous services group — Groupe des services divers</u>				
Miscellaneous services-(photographers, automobile and truck rentals, driving schools, etc.) — Services divers (entreprises de photographie, de location d'automobiles et de camions, auto-écoles, etc.)	2,042	x	565	758
<u>Restaurant group — Groupe des restaurants</u>				
Restaurants	66,948	2,167	19,906	31,968
Take-out food shops — Magasins d'aliments à emporter ..	4,851	x	582	2,430
Other eating and drinking places — Autres endroits de restauration	4,267	x	x	286
				British Columbia — Colombie- Britannique
thousands of dollars — milliers de dollars				
All trades — Total — Toutes les entreprises	3,573	3,234	16,925	14,436
<u>Amusement and recreational group — Groupe des services récréatifs et de divertissement</u>				
Regular theatres — Cinémas ordinaires	—	—	1,009	x
Billiard parlours — Salles de billard	x	—	x	—
Bowling alleys — Salles de quilles	x	x	655	270
Other amusement and recreation services — Autres ser- vices récréatifs et de divertissement	—	—	x	x
<u>Personal services group — Groupe des services personnels</u>				
Barber shops — Coiffeurs pour hommes	243	172	1,228	1,009
Beauty salons — Coiffeurs pour dames	511	680	2,068	2,615
Dry cleaning and laundries; — Établissements de nettoy- age à sec et buanderies:				
Plants and pick-up offices — Ateliers et bureaux de service	741	320	2,525	1,670
Self-service (laundromats and launderettes) — Libres- services (laveries automatiques)	89	151	358	897
Shoe repair shops — Cordonneries	x	x	340	383
Other personal services — Autres services personnels ..	x	—	176	152
<u>Miscellaneous services group — Groupe des services divers</u>				
Miscellaneous services-(photographers, automobile and truck rentals, driving schools, etc.) — Services divers (entreprises de photographie, de location d'automobiles et de camions, auto-écoles, etc.)	x	x	212	329
<u>Restaurant group — Groupe des restaurants</u>				
Restaurants	1,551	1,264	4,876	5,216
Take-out food shops — Magasins d'aliments à emporter ..	184	x	777	379
Other eating and drinking places — Autres endroits de restauration	—	372	2,121	733

(1) Excludes Prince Edward Island (No shopping centres as defined in this survey). — Ne comprend pas l'Île-du-Prince-Édouard (Aucun centre commercial qui répond à la définition).

TABLE 13. Service Trades in Shopping Centres, 1969

TABLEAU 13. Entreprises de service des centres commerciaux, 1969

Kind of business — Genre de commerce	Total	Type A	Type B	Type C
		Catégorie A number — nombre	Catégorie B	Catégorie C
All trades — Total — Toutes les entreprises	2,370	1,361	616	393
<u>Amusement and recreational group — Groupe des services récréatifs et de divertissement</u>				
Regular theatres — Cinémas ordinaires	29	5	7	17
Billiard parlours — Salles de billard	27	18	5	4
Bowling alleys — Salles de quilles	51	27	16	8
Other amusement and recreation services — Autres services récréatifs et de divertissement	21	7	7	7
<u>Personal services group — Groupe des services personnels</u>				
Barber shops — Coiffeurs pour hommes	418	260	103	55
Beauty salons — Coiffeurs pour dames	445	274	110	61
Dry cleaning and laundries — Établissements de nettoyage à sec et buanderies:				
Plants and pick-up office — Ateliers et bureaux de service	357	220	90	47
Self-service(laundromats and launderettes) — Libres-services (laveries automatiques)	178	114	47	17
Shoe repair shops — Cordonneries	131	54	44	33
Other personal services — Autres services personnels	39	24	12	3
<u>Miscellaneous services group — Groupe des services divers</u>				
Miscellaneous services (photographers, automobile and truck rentals, driving schools, etc.) — Services divers (entreprises de photographie, de location d'automobiles et de camions, auto-écoles, etc.)	46	18	11	17
<u>Restaurant group — Groupe des restaurants</u>				
Restaurants	512	269	131	112
Take-out food shops — Magasins d'aliments à emporter	81	53	23	5
Other eating and drinking places — Autres endroits de restauration	35	18	10	7
thousands of dollars — milliers de dollars				
All trades — Total — Toutes les entreprises	144,316	61,179	39,951	43,186
<u>Amusement and recreational group — Groupe des services récréatifs et de divertissement</u>				
Regular theatres — Cinémas ordinaires	6,166	497	1,235	4,434
Billiard parlours — Salles de billard	1,083	686	211	185
Bowling alleys — Salles de quilles	4,116	1,794	1,322	999
Other amusement and recreation services — Autres services récréatifs et de divertissement	1,599	500	457	642
<u>Personal services group — Groupe des services personnels</u>				
Barber shops — Coiffeurs pour hommes	8,486	4,200	2,165	2,122
Beauty salons — Coiffeurs pour dames	17,699	8,579	5,097	4,022
Dry cleaning and laundries — Établissements de nettoyage à sec et buanderies:				
Plants and pick-up offices — Ateliers et bureaux de service	17,915	9,817	5,197	2,901
Self-service(laundromats and launderettes) — Libres-services (laveries automatiques)	3,955	2,260	1,221	474
Shoe repair shops — Cordonneries	2,001	570	562	868
Other personal services — Autres services personnels	3,189	1,280	1,312	597
<u>Miscellaneous services group — Groupe des services divers</u>				
Miscellaneous services (photographers, automobile and truck rentals, driving schools, etc.) — Services divers (entreprises de photographie, de location d'automobiles et de camions, auto-écoles, etc.)	2,042	586	769	687
<u>Restaurant group — Groupe des restaurants</u>				
Restaurants	66,948	24,693	18,053	24,202
Take-out food shops — Magasins d'aliments à emporter	4,851	2,932	1,417	501
Other eating and drinking places — Autres endroits de restauration	4,267	2,784	932	550

TABLE 14. Percentage Distribution of Service Trades in Shopping Centres, 1967-1969

TABLEAU 14. Répartition proportionnelle des entreprises de service dans les centres commerciaux, 1967 à 1969

Kind of business Genre de commerce	Percentage distribution of number of outlets			Percentage distribution of receipts		
	Répartition proportionnelle du nombre d'établissement			Répartition proportionnelle des recettes		
	1967	1968	1969	1967	1968	1969
All trades - Total - Toutes les entreprises	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
<u>Amusement and recreational group - Groupe des services récréatifs et de divertissement</u>						
Regular theatres - Cinémas ordinaires	1.0	1.1	1.2	3.1	4.0	4.3
Billiard parlours - Salles de billard	1.2	1.1	1.1	1.0	0.8	0.7
Bowling alleys - Salles de quilles	2.1	2.3	2.2	2.9	2.9	2.9
Other amusement and recreation services - Autres services récréatifs et de divertissement	0.8	0.9	0.9	0.9	1.2	1.1
<u>Personal services group - Groupe des services personnels</u>						
Barber shops - Coiffeurs pour hommes	17.9	17.0	17.6	6.5	5.8	5.9
Beauty salons - Coiffeurs pour dames	18.9	18.8	18.8	13.6	12.6	12.3
Dry cleaning and laundries - Établissements de nettoyage à sec et buanderies:						
Plants and pick-up offices - Ateliers et bureaux de service	15.2	15.0	15.1	14.0	13.3	12.4
Self-service (laundromats and launderettes) - Libres-services (laveries automatiques)	7.4	7.6	7.5	2.9	2.9	2.7
Shoe repair shops - Cordonneries	5.6	5.7	5.5	1.4	1.5	1.4
Other personal services - Autres services personnels	1.1	1.6	1.6	1.1	2.1	2.2
<u>Miscellaneous services group - Groupe des services divers</u>						
Business services (advertising, accounting, etc.) - Services commerciaux (publicité, comptabilité, etc.)	1.6	1.6	..	1.7	1.8	..
Repair services - Services de réparation	0.4	0.3	..	0.3	0.1	..
Other miscellaneous services (photographers, automobile and truck rentals, driving schools, etc.) - Autres services divers (entreprises de photographie, de location d'automobiles et de camions, auto-écoles, etc.)	1.3	1.7	1.9	1.4	1.5	1.4
<u>Restaurant group - Groupe des restaurants</u>						
Restaurants	22.7	21.1	21.6	45.9	44.0	45.4
Take-out food shops - Magasins d'aliments à emporter	1.9	2.9	3.4	1.3	2.6	3.4
Other eating and drinking places - Autres endroits de restauration	0.9	1.3	1.5	1.9	2.9	2.9

TABLE 15. Area Statistics of Shopping Centres, 1969

TABLEAU 15. Superficie des centres commerciaux, 1969

Type of shopping centre Catégorie de centre commercial	Range Superficie		Measures of central tendency Mesures de la tendance centrale	
	Minimum	Maximum	Average — Moyenne	Median — Médiane
<u>Type A (5-15 retail stores) - Catégorie A (5-15 magasins de détail)</u>				
Number of retail stores - Nombre de magasins de détail	5	15	9	8
Gross floor area (sq. ft.) (1) - Superficie brute des locaux (pied carré) (1)	9,100	246,581	59,782	47,120
Parking area (sq. ft.) - Aire de stationnement (pied carré) ...	20,000	900,000	156,173	108,900
<u>Type B (16-30 retail stores) - Catégorie B (16-30 magasins de détail)</u>				
Number of retail stores - Nombre de magasins de détail	16	30	22	21
Gross floor area (sq. ft.) (1) - Superficie brute des locaux (pied carré) (1)	30,192	454,477	161,003	141,851
Parking area (sq. ft.) - Aire de stationnement (pied carré) ...	30,000	1,547,856	420,290	349,145
<u>Type C (more than 30 retail stores) - Catégorie C (plus de 30 magasins de détail)</u>				
Number of retail stores - Nombre de magasins de détail	31	83	43	41
Gross floor area (sq. ft.) (1) - Superficie brute des locaux (pied carré) (1)	111,350	1,340,173	437,458	375,752
Parking area (sq. ft.) - Aire de stationnement (pied carré) ...	235,964	2,569,822	971,287	715,752

(1) Includes gross floor area of all premises - retail, services, offices, etc. - Comprend la superficie brute de tous les locaux - détail, services, bureaux, etc.

CONFIDENTIAL

Taken in conformity with the requirements
of the Statistics Act, Chapter 257,
Revised Statutes of Canada, 1952.

DOMINION BUREAU OF STATISTICS
Merchandising and Services Division
OTTAWA, CANADA

COMPLETE AND MAIL
ONE COPY WITHIN ONE
MONTH OF RECEIPT

SHOPPING CENTRE SURVEY
1969

REPORT ONLY FOR
THIS LOCATION

Revise name or address if not correct.

INSTRUCTIONS

1. If you did not operate at this location for a full year, please complete this report for that part of the year during which you were active in this location.
2. Report on a calendar year basis, if possible, or for your financial year coinciding most closely with the calendar year 1969.

DESCRIPTION OF BUSINESS:

(a) Define your business as it is generally known to the public. (Examples: grocery store, combination grocery and meat store, women's clothing store, drug store, men's clothing store, service station, hardware, furniture store, jewellery store, restaurant, theatre, barber shop, bowling alley, dry cleaning store, etc.)

Kind of business _____

(b) If reporting for the first time:

On what date did your firm commence operations at this location? (month) (year)

(c) How many outlets were operated in Canada, by this firm, during 1969? Less than 4 4 or more

TOTAL NET SALES AND RECEIPTS:

Report total sales of merchandise and receipts from repair, equipment rental, restaurant and other services, less returns, adjustments and discounts. Do not deduct trade-in allowances. Include commissions earned from sales of goods owned by others and proprietors' withdrawals of goods for personal use (at retail). Exclude non-trading revenues, bad debts recovered and direct sales taxes. \$ _____

ONLY RETAIL STORES SHOULD COMPLETE THIS SECTION:

To better classify your business, name and indicate the percentage of the main commodity groups sold. (Example: groceries, 35%; men's clothing, 25%; hardware, 25%; drugs, 15%.)

_____ % _____ % _____ % _____ %

CERTIFICATE

This is to certify that the information contained in this report is correct and complete to the best of my knowledge and belief, and covers the period _____

From _____ To _____ 19 _____ To _____ 19 _____

Name (please print)	Title
Signature	Telephone number
Address	Date of this report



1010714469

CONFIDENTIEL

Effectuée conformément aux dispositions
de la Loi sur la statistique,
chapitre 257, Statuts révisés
du Canada, 1952

BUREAU FÉDÉRAL DE LA STATISTIQUE

Division du commerce et des services
OTTAWA, CANADA

UN EXEMPLAIRE COMPLÉTÉ
DOIT ÊTRE RETOURNÉ
O'ICI UN MOIS.

ENQUÊTE SUR LES CENTRES D'ACHATS

1969

Votre Déclaration NE DOIT VISER
QUE LE MAGASIN INDIQUÉ CI-CONTRE

Corriger le nom ou l'adresse s'il y a lieu

INSTRUCTIONS

1. Si vous n'avez pas été en activité dans ces locaux durant l'année entière, prière de compléter le présent questionnaire pour la partie de l'année où vous l'avez été.
2. Faites votre déclaration pour l'année civile, si possible, ou pour la période financière qui se rapproche le plus de l'année civile 1969.

DESCRIPTION DU COMMERCE:

- a) Définir votre commerce tel qu'il est généralement connu du public. (Exemples: épicerie, épicerie-boucherie, magasin de vêtements pour femmes, pharmacie, magasin de vêtements pour hommes, poste d'essence, quincaillerie, magasin de meubles, bijouterie, restaurant, cinéma, boutique de barbier, salle de quilles, comptoir de nettoyage, etc.)

Genre de commerce _____

b) S'il s'agit de votre premier rapport:

A quelle date votre maison est-elle entrée en affaires à cet endroit? (mois) (année)

c) Combien de débouchés étaient exploités au Canada par cette maison en 1969? Moins de 4 4 ou plus

VENTES ET RECETTES TOTALES NETTES

Déclarer les ventes de marchandises et les recettes provenant des réparations, de la location de matériel, de la vente de repas et autres services, moins les ristournes, les rectifications et les escomptes. Ne pas déduire les reprises. Inclure les commissions provenant de la vente de marchandises appartenant à autre et les retraits de marchandises des propriétaires pour leur usage personnel (au détail). Exclure les recettes non commerciales, les recouvrements de mauvaises créances et les taxes de vente directe. \$ _____

SEUL LES MAGASINS DE DÉTAIL DOIVENT REMPLIR CETTE SECTION:

Afin de mieux classer votre commerce, veuillez indiquer le genre et la proportion de chaque groupe principal de marchandises. (Exemple: épicerie, 35%; vêtements pour hommes, 25%; quincaillerie, 25%; médicaments, 15%).

_____ % _____ % _____ % _____ % _____ %

ATTESTATION

Je déclare que les renseignements donnés dans le présent rapport sont de bonne foi et, autant que je sache, complets et exacts, et qu'ils portent sur la période s'étendant

du _____ 19 _____ au _____ 19 _____

Nom (en lettres moulées)	Titre officiel
Signature	Numéro de téléphone
Adresse	Date de ce rapport