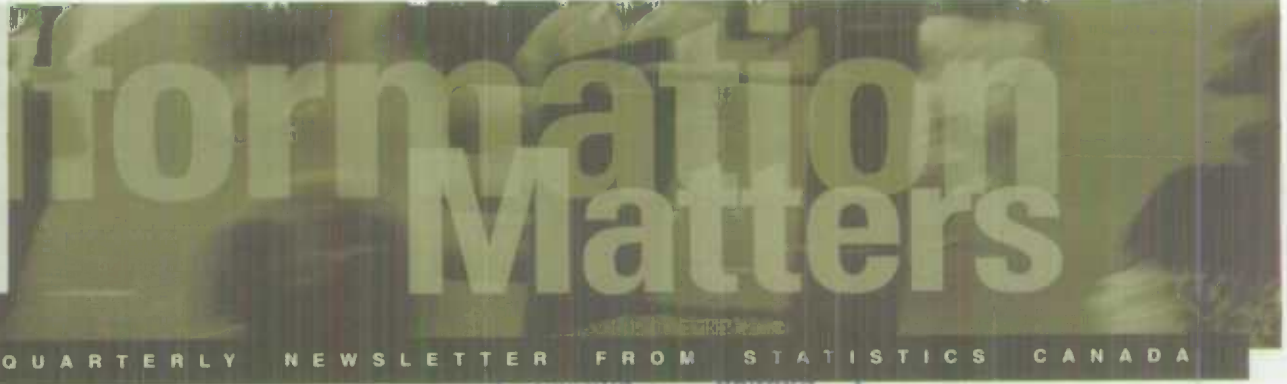


C3

11-011-XPB
1997
v.1
no.1

c.3



Meeting the information needs of a changing society

A message from the Director of Marketing

By David Roy

WELCOME TO THE FIRST ISSUE OF INFORMATION MATTERS, STATISTICS CANADA'S NEW QUARTERLY CLIENT NEWSLETTER.

INFORMATION DOES MATTER MORE AND MORE TO DECISION-MAKERS EVERYWHERE. HAVING THE LATEST FACTS ON YOUR FIRM'S PERFORMANCE IN COMPARISON WITH INDUSTRY STANDARDS, OR ON CONSUMER OR BUSINESS MARKETS, OR ON THE TARGET POPULATION FOR A SOCIAL PROGRAM, IS CRITICAL TO MOVING IDEAS INTO ACTION.

Why a newsletter? Statistics Canada's information dissemination program is changing, not only because of technological change but also in response to the rapidly evolving requirements of both a changing society and a more global economy. Many of our current

publications will become part of a new electronic service during the next two years and, increasingly, our clients are asking for customized information packages that meet their unique information needs.

Our goal is to keep you informed about the range of information and products and services available from Statistics Canada to support your decision-making in these changing times. And we'll point you to the individuals who can be your gateway to these information riches, our account executives, located in nine regional reference centres across Canada.

In future issues we'll have articles on new data releases and their importance for various users, new options for searching our information holdings and accessing informa-



tion online as well as case studies describing how organizations have used Statistics Canada information to achieve their goals.

Information Matters is also about building better relationships with our clients and so another type of information that matters is information about you. First, we'd like to hear that you want to continue receiving the newsletter! For this to happen, simply check off and mail the business reply card provided. We'd also like to know more about your organization and how you use statistics. By taking a few minutes to answer the questions on the reply card, you will help us

Continued on next page.

In This Issue:

- Census data give new direction to a B.C. shopping centre's marketing plan* 2
- Latest population census data now available* 3
- How to contact us* 3
- Introducing the Statistics Canada World Wide Web site* 4
- Interest in electronic products grows* 4

Census data give new direction to a B.C. shopping centre's marketing plan



Kelly Cunningham (left) and Susan Lensen (right) in front of City Square Shops in Vancouver.

Census data can reveal a lot about people and their needs. Kelly Cunningham, the Marketing Director for City Square Shops in Vancouver, made this discovery after contacting Susan Lensen, an Account Executive with Statistics Canada's regional office in Vancouver.

When Kelly took over the job of Marketing Director last August, the only current customer data she had was an awareness survey done the previous year. After hearing Susan speak at an event organized by the British Columbia Shopping Centre Association, she became interested in finding out what census data could tell her about the people living in the area of City Square Shops.

Kelly's first meeting with Susan was a success. The information Statistics Canada was able to provide exceeded Kelly's expecta-

tions. The result? She was able to produce a timely marketing plan without overspending her budget.

Kelly also found that census profiles gave her even more information than she originally expected. "These profiles are a resource I can return to again and again," explains Kelly, "particularly when I need to analyze potential markets."

The profiles Kelly received contain information on household income, average age, education, occupation, ethnicity and language. When Kelly presented her marketing plan to the owners of City Square Shops, she was able to back up her proposals with facts, not assumptions.

How did the census data change the mall's overall marketing strategies? For one thing,

it was determined that 16% to 18% of the mall's customer base was made up of people of Chinese descent. Equipped with this knowledge, City Square Shops started advertising in the local Chinese-language daily

The information Statistics Canada was able to provide exceeded expectations.

newspaper and, for the first time this year, held a very successful Chinese New Year Festival. "I am really impressed with the service and information provided to me," says Kelly. "And Susan and her colleagues have been keeping me up-to-date on the most recent data releases from the 1996 Census. Everyone I work with is very pleased." ■

Enquiries about census data should be directed to the Statistics Canada regional reference centres listed on page 3. Our account executives can offer solutions for many different types of data requirements.

Meeting needs

Continued from page 1.

tailor the contents of the newsletter to our clients' interests.

I'd like to take this opportunity to thank you for using Statistics Canada's products and services. We look forward to serving you in the future — to your full satisfaction. *Information Matters* has been designed with exactly that idea in mind. ■

David Roy

Director, Marketing
roydavi@statcan.ca

The Census of population: *Service to Canadians*

By Gail Aubé, Census Operations Division

Every five years, Statistics Canada conducts a census of the Canadian population. The most recent Census was held on May 14, 1996. It is a massive undertaking, requiring the involvement of the entire population — some 29 million people scattered over 9.2 million square kilometres. On Census Day, every Canadian household is required to complete a questionnaire and return it by mail. People are enumerated at their usual place of residence, no matter where they happen to be on Census Day. The Census collects information on a wide range of topics including demographic characteristics, housing and work.

From the information found in the Census questionnaires, Statistics Canada compiles statistical data that profile Canada's population, society, culture and economy. These data are instrumental in the implementation of various laws and regulations. The federal government, for example, uses Census data to calculate the transfer payments it sends to the provinces and territories. Provincial, territorial and municipal governments acquire Census data in order to have an accurate picture of the populations they serve and, with this knowledge, provide the services required by the community at large.

Consider what might happen in a medium-sized municipality with expanding suburbs located on the outskirts. In such a scenario, more and more residents move to the suburbs while continuing to work within the municipality's boundaries. Municipal authorities begin to notice that rush hour is clogged with traffic jams and that day-

time energy requirements are increasing significantly. Soon, public works services are no longer keeping pace with demand. Census data can help the authorities understand the situation fully, allowing them to make informed decisions.

For instance, because the Census enumerates individuals at their usual place of residence on Census Day, the municipality can find out how many people live within its boundaries and how many live on the outskirts. Census data that document where people work, and how they get there, can help municipal authorities follow commuting patterns between the workplace and home. Also available are data relating to the major mode of transportation employed, whether it be by car as driver, by car as passenger, or by public transit, etc. This information can be matched with other census data to determine the population characteristics of an area, such as the business core, both during the day and outside of regular business hours. Some ar-

cas, for example, could be extremely busy at certain times of the day and yet practically deserted at other times. The expressions "night-time demographics" and "day-time demographics" are sometimes used to explain this phenomenon.

The Census is a valuable and useful source of information for all sectors of activity within Canadian society. From the data collected during the 1996 Census, Statistics Canada has produced a wide range of products and services which can be accessed many different ways and in a number of formats. Statistics Canada's regional reference centres are the main points of access for Census information. Located in every region of the country, these centres carry a complete and up-to-date series of all Census products. Reference centre personnel carry out research activities and provide consultation, support and after-sales service. Also offered are seminars and training workshops that focus on the use of Statistics Canada data, including Census data. ■

For more information, contact your nearest Statistics Canada regional reference centre listed below.

How To Contact Us: Call toll-free 1 800 263-1136

Atlantic Region	1741 Brunswick Street, Halifax
Québec Region	200 René Lévesque Boulevard West, Montréal
National Capital Region	120 Parkdale Avenue, Ottawa
Ontario Region	25 St. Clair Avenue East, Toronto
Prairie Region (Manitoba)	123 Main Street, Winnipeg
Prairie Region (Saskatchewan)	2002 Victoria Avenue, Regina
Prairie Region (Alberta)	3553 31 st Street North West, Calgary 10001 Bellamy Hill, Edmonton
Pacific Region	600 - 300 West Georgia Street, Vancouver

Introducing the Statistics Canada World Wide Web site



Statistics Canada's Internet site first appeared on the World Wide Web in March 1995. Since then, the site has undergone a number of changes to become what is today an organized and well-structured source of information on many aspects of life in Canada. As David Zgodzinski stated in a recent *Globe and Mail* article, the Statistics Canada Web Site "is full of interesting facts and figures. There is no better place to get the big picture."

Why not see for yourself? Our web site boasts a diverse spectrum of publications, reports and tables that provide useful information for everyone from students to business professionals to independent consultants. Leading off the list is *The Daily*, Statistics Canada's official release bulletin, posted on the Internet every morning at 8:30 a.m., Monday to Friday. Key economic indicators like employment rates and the Consumer Price Index, in addition to a wide range of business-related information, make *The Daily* the #1 choice for people who want to keep up-to-date on the country's most important economic developments as they happen.

A new, value-added service to the site gives users instant access to 40 virtual publications which can be downloaded — some at cost, others free of charge — to your own PC. And starting this fall, selected results from the recent 1996 Census can be viewed without extra charge.

There's more. Data relating to Canada's economy, land, people and government are easily retrieved and displayed. This is the kind of information most frequently sought out by people who want to know as much as possible about Canadian society.

If statistics are important to what you do, then you owe yourself a visit to the Statistics Canada web site. With more than 2,500 visitors every day, you know you'll be in good company! ■

Interest in electronic products grows

A recent market research study commissioned by Statistics Canada reveals interesting information about customer preferences, information that will help contribute to the Agency's publishing strategy. Conducted by D.R. Harley Consultants of Ottawa, the study evaluates the immediate and projected readiness of Statistics Canada clients to migrate from paper to electronic products. The research findings show that 83% of print users are ready to receive information in an electronic format, with a further 10% indicating that they will be ready within the next few years.

Do you fit this profile? Send us your comments. Mail: **Information Matters**, Statistics Canada, Marketing Division, 120 Parkdale Avenue, R.H. Coats Building, 9th Floor "D", Ottawa, Ontario, K1A 0T6. E-mail: matters@statcan.ca. Fax: (613) 951-1134. ■

THE LAST WORD IS YOURS!

Your feedback is important to us. Kindly complete the business reply card included with this issue, or send your comments to the address above.

Finally, if you liked what you read in this issue, please pass a copy along to colleagues or business associates. We would be happy to add their names to our mailing list.

Question d'information

UN BULLETIN TRIMESTRIEL DE STATISTIQUE CANADA

Répondre aux besoins d'information d'une société en transformation

Un message du directeur du Marketing

Par David Roy

BIENVENUE AU PREMIER NUMÉRO DE *QUESTION D'INFORMATION*, LE NOUVEAU BULLETIN D'INFORMATION TRIMESTRIEL DES CLIENTS DE STATISTIQUE CANADA.

C'EST UN FAIT, L'INFORMATION COMPTE DE PLUS EN PLUS POUR TOUT DECIDEUR. AFIN DE PASSER DES IDÉES À L'ACTION, VOUS DEVEZ À TOUT PRIX DISPOSER DES RENSEIGNEMENTS LES PLUS RÉCENTS QUI SOIENT SUR LE RENDEMENT DE VOTRE ENTREPRISE EN REGARD DES NORMES DE L'INDUSTRIE, SUR LE MARCHÉ À LA CONSOMMATION OU LE MARCHÉ DES AFFAIRES OU, ENCORE, SUR LA POPULATION CIBLE D'UN PROGRAMME SOCIAL.

Pourquoi un bulletin d'information? Le programme de diffusion de l'information de Statistique Canada change, non seulement en raison du progrès technologique, mais

encore à cause de l'évolution rapide des demandes d'une société en pleine mutation et d'une économie marquée par la globalisation. Bon nombre de nos publications actuelles seront intégrées à un nouveau service électronique au cours des deux prochaines années. Ajoutons à cela que nos clients nous demandent de plus en plus de leur fournir de l'information personnalisée répondant à leurs besoins d'information particuliers.

Notre but est de vous tenir au courant de l'éventail de produits et de services offerts par Statistique Canada afin de vous appuyer dans votre processus décisionnel en ces temps de changement. Et nous vous aiguillerons vers ceux et celles qui vous donneront accès à ces mines de renseignements, les analystes-conseils de



nos neuf centres de consultation régionaux au Canada.

Les prochains numéros renfermeront des articles sur la diffusion de nouvelles données et l'importance de celles-ci pour divers utilisateurs, sur de nouvelles options de recherche dans nos fonds de renseignements et d'accès en direct à l'information ainsi que sur des études de cas décrivant comment des organisations ont utilisé l'information de Statistique Canada pour atteindre leurs objectifs.

Question d'information nous aidera en outre à nouer des liens plus étroits avec nos clients, si bien qu'un autre type d'information importante est celle qui vous

Voir la page 2.

Dans ce numéro :

Les données du recensement réorientent le plan de marketing d'un centre commercial de la Colombie-Britannique 2

Les données du recensement de la population sont maintenant sur le marché 3

Comment nous joindre 3

Le site Web de Statistique Canada 4

Intérêt accru pour les produits électroniques 4

Les données du recensement réorientent le plan de marketing d'un centre commercial de la Colombie-Britannique



Kelly Cunningham (à gauche) et Susan Lensen (à droite) devant le City Square Shops à Vancouver.

Les données du recensement peuvent en dire long sur les gens et leurs besoins. Kelly Cunningham, directrice du Marketing du centre commercial City Square Shops de Vancouver, l'a découvert après avoir communiqué avec Susan Lensen, analyste-conseil au bureau régional de Statistique Canada à Vancouver.

En prenant la direction du marketing en août dernier, Kelly a constaté que les seules données actuelles dont elle disposait sur la clientèle du centre provenaient d'une étude de notoriété réalisée l'année précédente. En écoutant l'exposé donné par Susan au cours d'une activité organisée par le British Columbia Shopping Centre Association, Kelly, dont la curiosité venait d'être piquée, s'est alors demandé ce que les données du recensement pourraient lui révéler au sujet des habitants des environs du City Square Shops.

L'information fournie par Statistique Canada dépassait ses attentes.

La première rencontre de Kelly

avec Susan a été tout à fait réussie. L'information que Statistique Canada pouvait fournir à Kelly dépassait ses attentes. Résultat? Kelly a pu produire un plan de marketing à point nommé tout en respectant son budget.

Kelly fut également heureuse de découvrir que les profils du recensement la renseignaient encore davantage que prévu. « Ces profils sont une ressource que je peux toujours consulter, explique-t-elle, surtout quand je dois faire l'analyse de marchés potentiels. »

Les profils que Kelly a reçus contiennent de l'information sur le revenu des ménages, l'âge moyen, la scolarité, la profession, l'origine ethnique et la langue. En présentant son plan de marketing aux propriétaires du City Square Shops, Kelly était en mesure d'appuyer ses propositions sur des faits, non sur des hypothèses.

Comment les données du recensement ont-elles changé les stratégies de marketing du centre? On a constaté, entre autres, que la population d'origine chinoise représentait

entre 16 % et 18 % de la clientèle du centre. Ainsi informé, le City Square Shops a commencé à faire de la publicité dans le quotidien local de langue chinoise et, pour la première fois cette année, a organisé un festival du Nouvel An chinois très couru.

« Je suis très impressionnée par le service et l'information qui m'ont été fournis », a déclaré Kelly. « Et Susan et ses collègues me tiennent au courant de la diffusion des données les plus récentes du Recensement de 1996. Tous mes collègues sont ravis. » ■

Vous pouvez vous informer sur les données du recensement auprès des centres régionaux de consultation de Statistique Canada énumérés à la page 3. Nos analystes-conseils sont en mesure de fournir des solutions pour des besoins en données en tout genre.

Répondre aux besoins

Suite de la page 1.

touche. D'abord, nous aimerions découvrir que vous souhaitez continuer à recevoir ce bulletin! Pour ce faire, cochez simplement la case appropriée sur la carte-réponse d'affaires fournie à cette fin. Nous aimerions également en savoir davantage sur votre organisation et ses besoins en données. En prenant quelques minutes pour répondre aux questions de la carte-réponse, vous nous aiderez à adapter le contenu du bulletin aux intérêts de nos clients.

J'aimerais saisir l'occasion pour vous remercier d'utiliser les produits et services de Statistique Canada. Nous espérons avoir le plaisir de vous satisfaire pleinement dans l'avenir. C'est précisément dans cet esprit qu'a été conçu le bulletin *Question d'information*. ■

David Roy
Directeur du Marketing
roydavi@statcan.ca

Le Recensement de la population : au service de la population

Par Gail Aubé, Division des opérations du recensement

À tous les cinq ans, Statistique Canada effectue le Recensement de la population canadienne. Le plus récent a eu lieu le 14 mai 1996. Cette entreprise de grande envergure requiert la participation de toute la population, soit quelque 29 millions de personnes réparties sur un territoire de 9,2 millions de kilomètres carrés. Le jour du recensement, les ménages doivent remplir un questionnaire et le retourner par la poste. Le recensement dénombre la population en fonction de son lieu habituel de résidence le jour du recensement, quel que soit le lieu où elle se trouve. Il recueille des renseignements sur divers sujets, comme les caractéristiques démographiques, le logement, le travail.

À partir de l'information contenue dans les questionnaires de recensement, Statistique Canada dresse, sous forme de données statistiques, le portrait démographique, social, culturel et économique de la population canadienne. Ces données sont indispensables à l'application de diverses lois et divers règlements. Entre autres, le gouvernement fédéral utilise les données du recensement dans le calcul des subventions qu'il verse aux provinces et aux territoires canadiens. Aussi, les administrations provinciales, territoriales et municipales utilisent les données du recensement afin de garder un portrait actuel et précis de la population qu'elles desservent, de manière à lui offrir les services dont elle a besoin.

Par exemple, imaginons la situation d'une municipalité de taille moyenne dont la banlieue serait en pleine expansion. De plus en plus, les habitants vont s'établir dans la banlieue tout en continuant de travailler à l'intérieur des limites de la municipalité. Graduellement, les autorités municipales constatent une congestion routière importante aux heures de pointe, de même qu'une augmentation considérable de la

demande énergétique pendant la journée. Bientôt, les services routiers et les services publics pourraient ne plus suffire à la demande. Les autorités municipales peuvent alors se tourner vers les données du recensement pour obtenir de l'information qui leur permettra de bien cerner la situation et de prendre des décisions éclairées.

En effet, comme le recensement dénombre les personnes selon leur lieu habituel de résidence le jour du recensement, cette municipalité peut connaître le nombre précis de personnes qui résident à l'intérieur de ses limites et dans la banlieue. De plus, à l'aide des données du recensement sur le lieu de travail et le mode de transport utilisé pour aller au travail, les autorités municipales peuvent obtenir des renseignements sur le navettage, soit les déplacements entre le domicile et le lieu de travail, de même que le principal moyen de transport utilisé pour se rendre au travail, par exemple en voiture comme conducteur, en voiture comme passager, par le transport en commun, et d'autres. Par ailleurs, on peut jumeler ces renseignements à d'autres données du recensement pour déterminer quelles sont les caractéristiques démographiques d'un

quartier, par exemple le centre des affaires, pendant la journée et en dehors des heures habituelles de travail. Un quartier peut être fort achalandé pendant une partie de la journée et être presque désert à d'autres moments. On utilise parfois l'expression « démographie de jour » par opposition à « démographie de nuit » pour parler de ce phénomène.

Le recensement constitue une source d'information précieuse et utile dans tous les secteurs d'activités de la société canadienne. À partir des données recueillies lors du Recensement de 1996, Statistique Canada a mis au point une vaste gamme de produits et de services, qui sont accessibles de maintes façons et sous diverses formes. Les centres régionaux de consultation de Statistique Canada constituent le point d'accès au recensement. Ces centres, situés un peu partout au pays, possèdent les séries complètes et à jour de tous les produits. De plus, le personnel des centres régionaux de consultation fournit des services de consultation et de recherche, ainsi que des services de soutien et d'après-vente. On y offre aussi des séminaires et des ateliers de formation sur l'utilisation des données de Statistique Canada, y compris les données du recensement. ■

Pour en savoir davantage, communiquez avec le centre de consultation de Statistique Canada de votre région dont l'adresse figure ci-dessous.

Comment nous joindre?

Appelez sans frais le 1 800 263-1136

Région de l'Atlantique	1741, rue Brunswick, Halifax
Région du Québec	200, boulevard René-Lévesque Ouest, Montréal
Région de la capitale nationale	120, avenue Parkdale, Ottawa
Région de l'Ontario	25, avenue St. Clair Est, Toronto
Région des Prairies (Manitoba)	123, rue Main, Winnipeg
Région des Prairies (Saskatchewan)	2002, avenue Victoria, Regina
Région des Prairies (Alberta)	3553, 31 ^e Avenue Nord-Ouest, Calgary 10001, Bellamy Hill, Edmonton
Région du Pacifique	300, rue Georgia Ouest, bureau 600, Vancouver

Le site Web de Statistique Canada



Le site Internet de Statistique Canada a vu le jour en mars 1995. Depuis, il a subi un certain nombre de transformations qui en font aujourd'hui une source d'information organisée et bien structurée sur de nombreux aspects de la vie au Canada. Comme David Zgodzinski l'a déclaré récemment dans un article du *Globe and Mail*, le site Web de Statistique Canada « regorge de faits et de chiffres intéressants. On ne saurait choisir meilleur endroit pour avoir une vue d'ensemble de la situation ».

Pourquoi n'iriez-vous pas vous rendre compte sur place? Notre site Web présente toutes sortes de publications, de rapports et de tableaux offrant des renseignements utiles à chacun, des étudiants aux gens d'affaires en passant par les experts-conseils. Vient en tête *Le Quotidien*, bulletin de diffusion officiel de Statistique Canada, qui paraît sur Internet tous les matins, du lundi au vendredi, à 8 h 30. Des indicateurs économiques clés tels que les taux de chômage et l'indice des prix à la consommation, en plus d'une vaste gamme de renseignements d'ordre commercial, font du *Quotidien* le premier choix des gens qui veulent être informés au fur et à mesure des principaux changements économiques à survenir au pays.

Un nouveau service du site offre de grandes possibilités et permet aux utilisateurs d'accéder instantanément à 40 publications virtuelles et de les télécharger — certaines moyennant des frais, d'autres gratuitement — dans leur ordinateur personnel. Et à compter de l'automne, certains résultats du Recensement de 1996 pourront être visualisés sans frais additionnels.

Et ce n'est pas tout. Vous pouvez facilement extraire et afficher des données sur l'économie, le territoire, la population et le gouvernement du Canada. C'est là le genre d'information que recherchent les gens qui désirent parfaire leurs connaissances sur la société canadienne.

Si les statistiques jouent un rôle important dans ce que vous faites, alors vous vous en voudriez de ne pas aller visiter le site Web de Statistique Canada. Avec plus de 2 500 visiteurs chaque jour, vous serez, c'est assuré, en bonne compagnie! ■

Intérêt accru pour les produits électroniques

Une étude de marché commandée récemment par Statistique Canada a mis en lumière des renseignements intéressants sur les préférences des clients. Les renseignements ainsi obtenus contribueront à la stratégie de publication du bureau. Menée par D.R. Harley Consultants d'Ottawa, l'étude a évalué si les clients sont en mesure dès à présent de troquer les produits imprimés contre des produits transmis électroniquement, ou s'ils le seront prochainement. L'étude a révélé que 83 % des utilisateurs de produits imprimés sont prêts à utiliser des renseignements transmis électroniquement. Parmi les autres répondants, 10 % ont indiqué qu'ils y seraient prêts d'ici quelques années.

Ce profil vous décrit-il? Faites-nous parvenir vos commentaires. Par le courrier : **Question d'information**, Statistique Canada, Division du marketing, 120, avenue Parkdale, Immeuble R.-H.-Coats, 9^e étage, section D, Ottawa (Ontario) K1A 0T6. Courrier électronique : matters@statcan.ca. Télécopieur : (613) 951-1134. ■

LE DERNIER MOT EST À VOUS!

Nous voulons savoir vos opinions. Veuillez remplir la carte-réponse d'affaires jointe à ce numéro ou envoyer vos commentaires à l'adresse indiquée ci-dessus.

Enfin, si vous avez aimé ce numéro, veuillez le faire circuler parmi vos collègues de travail et d'affaires. Nous serions heureux d'ajouter leur nom à notre liste de clients.