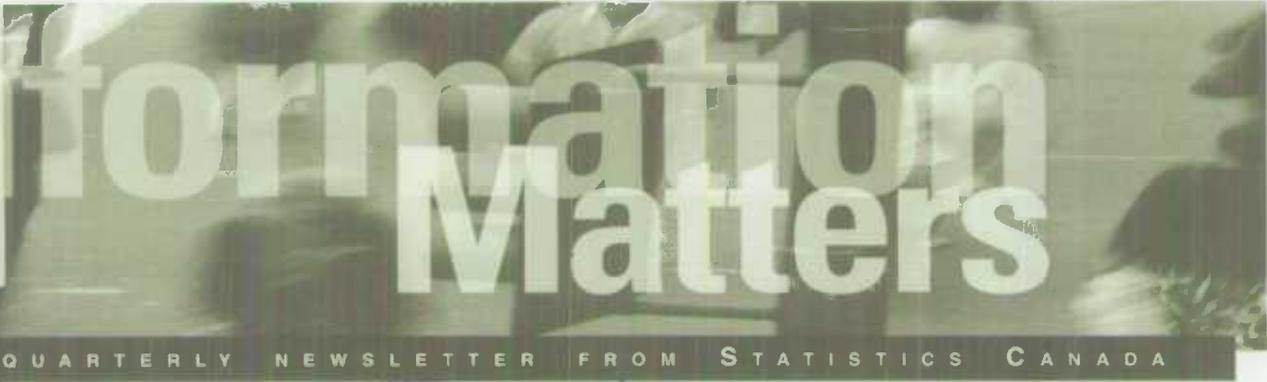


11-011-XPB
1998
v.2
no.2
c.3



A QUARTERLY NEWSLETTER FROM STATISTICS CANADA

FAMEX: A reality check on consumer spending

By Valerie Barrett, Pacific Region

MENTION FAMEX (STATISTICS CANADA'S FAMILY EXPENDITURE SURVEY) TO DAVID BAXTER, EXECUTIVE DIRECTOR OF THE URBAN FUTURES INSTITUTE IN VANCOUVER, AND YOU'LL GET AN IMMEDIATE AND UNEQUIVOCAL RESPONSE — IT'S ONE OF STATISTICS CANADA'S MOST VALUABLE DATA SERIES.

The Institute provides community groups, elected officials, planning professionals and the public with analyses of the forces shaping urban communities in British Columbia. It fosters informed, responsible, and respectful



Ted Brown, account executive, works with David Baxter (left) in Statistics Canada's Pacific Region Reference Centre.

discussion on how communities grow and change, and how these changes may best be accommodated.

"There is no part of Statistics Canada's work that we don't use," says Baxter. "The Census provides the comprehensive points. The other surveys, such as FAMEX, fill out the picture."

FAMEX data are extremely useful from a social policy point of view, particularly in looking at change in expenditure patterns. What we spend tells us who we are. FAMEX gives us a reality check on consumer spending.

Just cross-tab and target — FAMEX market applications

To illustrate his point, Baxter whips out a glossy magazine ad featuring Tina Turner.

"It's revolutionary," he says. "This woman is almost 60 years old! Whoever came up with this looked at consumer spending data and realized 60-year-old women are not the stereotype grannies in fluffy slippers. This is the kind of thing you can learn from FAMEX."

Continued on page 6.

In This Issue:	
New user-friendly trade products integrate data for clients	2
Postal Codes...Not only for mailing letters!	3
How to contact us	3
Product Profiles	4&5
Internet site given top grade	6

New user-friendly trade products integrate data for clients

IN THIS ISSUE, *INFORMATION MATTERS* SPEAKS WITH BOB GORDON, CHIEF OF THE MARKETING AND CLIENT SERVICES SECTION OF STATISTICS CANADA'S INTERNATIONAL TRADE DIVISION. WE ASKED BOB TO ELABORATE ON THE FINDINGS OF HIS SECTION'S RECENT CLIENT SATISFACTION SURVEY AND TO DESCRIBE FUTURE PRODUCTS AND SERVICES CLIENTS CAN EXPECT.

Q: Why a client satisfaction survey, Bob?

A: In any client-oriented culture, you want to do some kind of follow-up, to measure the level of customer satisfaction you're providing. You then use that feedback to improve your product, your service, or, in many cases, both.

Our phone and fax survey looked at areas such as the efficiency of service, the courteousness of staff, the quality and condition of products sent, the manner in which complaints were resolved, and whether or not the information met the client's data requirements. We also asked them to give us their comments.

Q: What did you find out?

A: The survey gave us an opportunity to learn exactly what our clients want and how we could improve in the future.

Among the areas we learned we must improve is the idea of providing options to clients. That means, for example, suggesting alternative ways of accessing different data. Would accessing information on Statistics Canada's commercial Internet site cut the client's costs considerably? Is there a way to integrate our trade data with different data



Bob Gordon

sources? Will the client do his or her own research? Is the information need immediate? Is the client aware of the wealth of information available at the agency's nearest regional reference centre? We want to help our client's information needs by keeping in mind their timeframes and their budgets.

Q: Is International Trade Division considering the option of integrating different sources of data?

A: Yes! Right now, we're working on a "globalization" database — a database that links commodity trade data to data on firm and revenue size, to data on investment. As you may well be aware, many policy initiatives are underway to help small and medium-size exporters in Canada. These data will help policy-makers profile these people and will also help businesses seeking trade opportunities in the domestic market and abroad.

A second project we're working on is linking commodity trade data with transportation data — coming up with a way of estimating

weight by Harmonized System Codes (HSC) for exports and imports. (The HSC is the classification system that classifies commodities for trade purposes.) These trade data defined by weight are valuable to state transportation departments. Sometimes the weight of a particular commodity is more important than its dollar value, especially when you're in the transportation and shipping industries and you're moving goods to markets.

We're also developing an electronic product with the U.S. Bureau of the Census. The product will be sold in both countries and will have three databases on it — Canadian annual trade data, U.S. annual trade data, and Canada-U.S. trade with other countries. There'll also be a segment that shows how much of a particular commodity has been provided under the provisions of the *North American Free Trade Agreement* (NAFTA), either in Canada or in the U.S.

Q: What can clients expect in the future?

A: In early 1998, the *Canadian Trade Analyzer* will replace our current Canadian International Merchandise Trade TIERS (Trade Information Enquiry Retrieval System) CD ROM product. It'll take the Canadian Merchandise Trade database and interface it with ORACLE software to give you an efficient retrieval package. The *Canadian Trade Analyzer* will have built-in formulas that will allow you to measure commodity characteristics, for example, percentage of Canadian market and percentage of world market. It'll be flexible for how you choose to arrange your data, and will allow you to produce tables and graphs. ■

To find out more about how trade data can work for you, call 1 800 263-1136.

Postal Codes...Not only for mailing letters!

by Paula Hurtubise, Geography Division

POSTAL CODES HAVE BECOME THE KEY TO SUCCESSFUL MARKET RESEARCH. STATISTICS CANADA'S POSTAL CODE CONVERSION FILE (PCCF) CAN HELP YOU FIND THE BEST GEOGRAPHIC AREAS TO MARKET YOUR PRODUCT OR SERVICE.



How do some businesses know exactly where to locate the best market for their product? The answer is simple: research. Or, more precisely, researching postal codes.

To illustrate this point, let's hypothesize for a moment...

With the hopes of increasing business opportunities in Canada, an American company specializing in home fitness equipment decides to investigate the existing Canadian market. The biggest challenge facing the company? Being able to identify if the "typical" Canadian client differs from the American client.

After years of conducting successful business ventures in the United States, the business knows exactly what American customers want. But now it has to develop a Canadian profile from scratch!

The company decides that questioning potential clients could help determine whether its product image and current store operations will have to evolve to better suit Canadian client needs. But to whom must the company address its questions? Company representatives start by contacting an account executive at one of Statistics Canada's regional offices to discuss the groups they would like to target.

After consulting with the company to determine its information needs, the account executive develops the following client profile:

households with a total income of more than \$75,000 per year, households with occupants between the ages of 20-65, and households where occupants have post-secondary education. Then the account executive goes through several basic steps required to satisfy his or her client's information need.

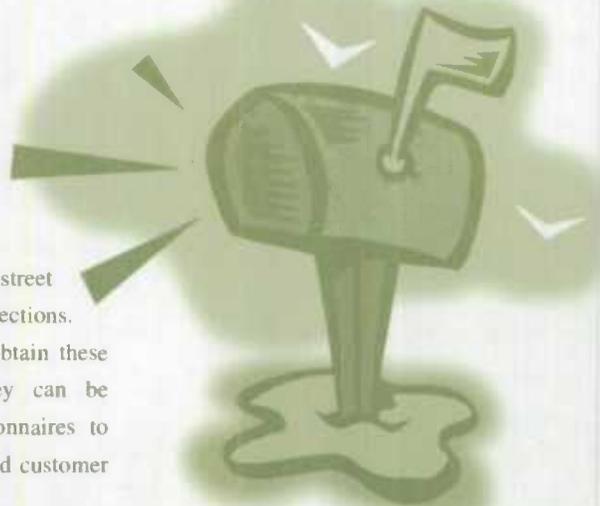
Step one would be giving the company the finest level of demographic and income data for its market analysis. That means linking the company's client profile to 1996 Census data for Enumeration Areas (EAs), the smallest standard area for which Census data are disseminated. A link is then established with the PCCF. The end product? A list of postal codes for potential clients meeting the company's target criteria.

The PCCF provides reference information that links each postal code in Canada to a variety of geographic identifiers. There are over 725,000 postal codes in Canada, most of which represent one block-face or one side of a street between two consecutive intersections. When the company's marketers obtain these postal codes, for example, they can be assured they are sending questionnaires to people who match their anticipated customer

profile and to people who are most likely to respond to their marketing initiatives.

The PCCF also helps search for potential business locations by plotting these queried postal codes on a map. The company can spot the ideal geographic locations for a successful new home fitness equipment store. The same postal code list could be used to mail promotional flyers advertising the company's grand opening! ■

For more information on how the Postal Code Conversion File can work for you, contact your nearest regional reference centre listed below.



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

Atlantic Region	1741 Brunswick Street, Halifax
Quebec 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)	440-2365 Albert Street, Regina
Prairie Region (Alberta)	3553 31 st Street North West, Calgary 10001 Bellamy Hill, Edmonton
Pacific Region	600 - 300 West Georgia Street, Vancouver

1996 Census Data

A multi-purpose decision tool to suit your needs

When you want to find out more about the Canadian population - its language, schooling, labour market activities, ethnic origin, immigration, citizenship, activity limitations, mobility, income or housing situation - census data can help you. The 1996 Census has even gathered information on the value of unpaid work, commuting and other important aspects reflecting the lives of Canadians.

Census data can be used to plan routes, to locate sites, to help service delivery, to plan and develop programs, to analyze markets, and for mapping and geographic purposes. They can help you stay abreast of topics of current interest and identify trends in Canadian society.

Follow the lead of municipalities, businesses, professionals, educational institutions, labour organizations, public interest groups and others who have come to rely on census data for all their decision-making needs!



The 1996 Census *Nation Series* Edition 2

You can now get the latest data on characteristics of population, reported for Canada, provinces, territories and census metropolitan areas. Presented for the first time ever on CD-ROM, the *Nation Series* is the first series released giving you basic census data, for all of Canada.

For years, federal, provincial and municipal governments have used the *Nation Series* as a benchmarking tool to compare trends in different parts of the country. The 1996 Census *Nation* data are hyperlinked to metadata and bundled with a user-friendly software, Beyond 20/20™ for Windows™.

The 1996 Census Nation Series Edition 2 will be available in April 1998 and is the second CD in the series. (Edition 1 is already available.) *Edition 2* features over 45 cross-tabulated tables relating to language, Aboriginal status, ethnic origin and visible minorities, demography, families, dwellings, immigration and citizenship. All census variables released as of February 1998 will be available for only \$60 on this very valuable CD-ROM (catalogue number 93F0020XCB96002).

The third and fourth editions of the *Nation Series* will be cumulative and released later this year. ■

The 1996 Census Area Profiles

Detailed, adaptable information to suit your needs! Get a complete portrait of your community in *The 1996 Census Area Profiles*. This series of CD-ROMs provides a statistical overview of a region, presenting most of the census variables, one variable at a time, for low levels of geography. You'll appreciate the level of detail of these profiles!

Over the years, businesses and municipalities have relied on these profiles to learn more about their community and to make sound business decisions reflecting the needs of that community.

The 1996 Census Area Profiles (catalogue number 95F00253XCB96000) will be available in September 1998. And for

the first time — if you subscribe — the components will be available on the same day the data are released! ■

Want more information? Call 1 800 263-1136.

Econnections

A powerful new information system that links the environment and the economy



Are you directly involved with research, reporting, or decision-making on environmental issues? Do you need accurate information on themes such as natural resource stocks, land resource use, waste production, energy use, money spent on environmental protection — and all of these linked to information on Canada's economy?

Statistics Canada has created just the reference tool for you.

Econnections (catalogue number 16-200-XKE) is a powerful new CD-ROM-based information system highlighting the connections between the economy and the environment. This product is the latest addition to the information available through the agency's environmental statistics program.

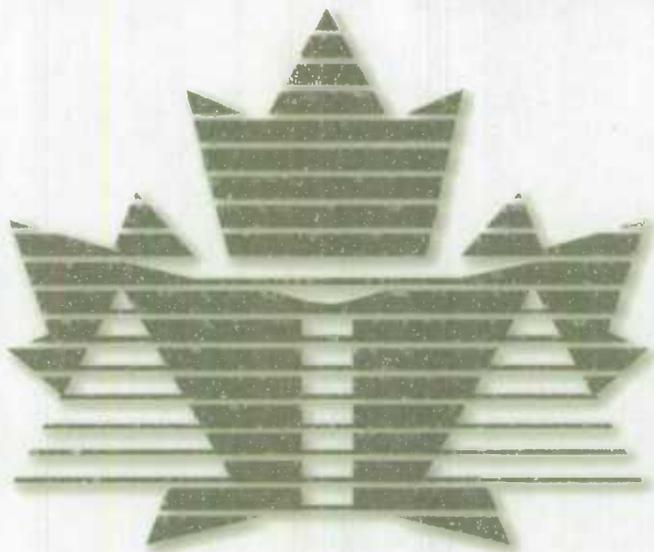
By organizing environmental and economic information into a set of summary indicators, *Econnections* can track progress toward sustainable economic development. It's packed with text and charts describing the data and analyzing the major trends.

Using a powerful browser, *Econnections* allows you to display detailed data in the format you want. ■

Sound like something you've been waiting for? For more information on this powerful research tool, call 1 800 263-1136.

Canadian Crime Statistics, 1996

Get the latest trend information on the nature and extent of police-reported crime



With *Canadian Crime Statistics, 1996*, you can now get the latest trend information on the nature and extent of police-reported crime for Canada, the provinces, the territories and census metropolitan areas. For \$42, you can receive Canadian crime data for violent crime, property crime and other *Criminal Code* violations dating back to 1962.

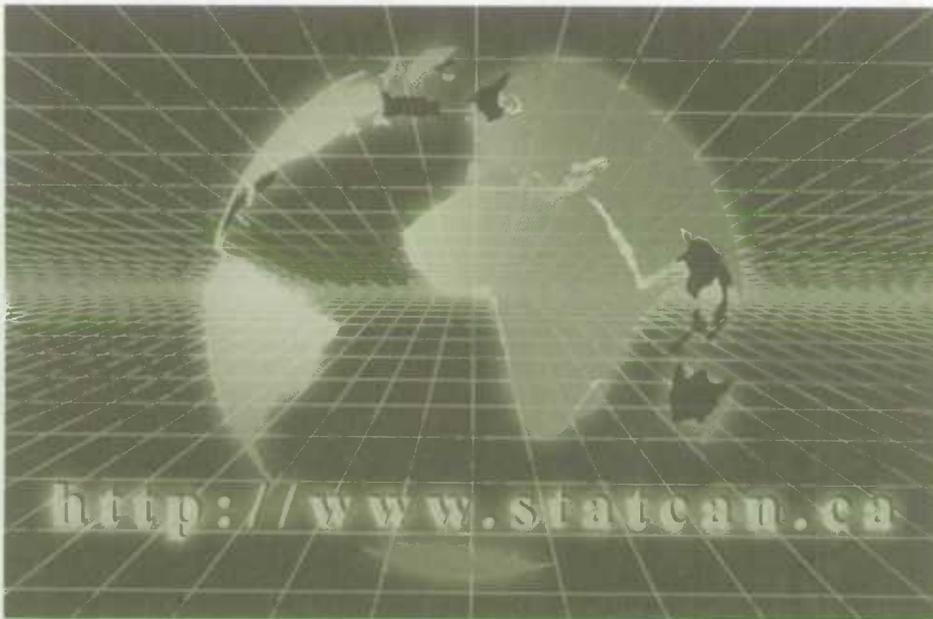
The publication also includes 20 tables outlining crime data for 154 police departments located in the provinces of New Brunswick, Quebec, Ontario, Saskatchewan, Alberta and British Columbia. This accounts for 47% of the national volume of reported crime.

You'll get detailed information about the victims and the accused: age and sex, relationship, level of injury, use of weapons causing injury, etc. The tables also examine the circumstances surrounding the criminal incident itself: location, presence of weapons, type of property stolen, etc.

If your job is to investigate and report trends in crime, join the researchers, public interest groups, businesses, professionals and others who have come to rely on this important reference tool. ■

To order your copy of *Canadian Crime Statistics, 1996*, please call 1 800 263-1136 and quote catalogue number 85-205-XPE.

Internet site given top grade...and it's still being upgraded!



The Dow Jones Business Directory has given Statistics Canada's Internet site two thumbs up!

Rating the statistical agency with a whopping 37 marks out of 40, and providing a direct link to its web site, the *Directory* described www.statcan.ca as being: "...easy to use and well-designed, and is a good starting point for the lay person as well as the professional researcher."

Statistics Canada's web site, which receives an average of 2,600 visitors every day, was given top marks for its content, its speed, its easy navigation and its design.

But the unexpected yet welcome recognition doesn't mean that Internet Site creators at the agency are sitting back and relaxing.

On to the next phase — the quest for a search engine that will search all of Statistics Canada's web site information areas at the flick of a *click!* For users, that'll mean simpler and more efficient access to our Internet databases.

If you've visited Statistics Canada's web site, you've already used the Open Text Search En-

gine. Open Text was chosen for its ability to search in both official languages, for its ability to search a wide variety of documents and for its proven performance in handling large scale database indexes.

"Of course, we're merging all of our separate sets of information into a large, one click, parallel search of Statistics Canada's web site information bins," says Andrew Smith, analyst and programmer with the Dissemination Division. "But the use of Open Text software also means it'll be easier for us to add more information to our databases in the future."

Be sure to visit and bookmark www.statcan.ca to keep on top of changes in Internet services at Statistics Canada! ■

FAMEX

continued from page 1.

"I take population forecasts from Statistics Canada, and cross these with FAMEX expenditures," Baxter continues. "I then look at the survey of retail establishments and show why sales are shifting from department stores, using FAMEX evidence of who's doing the spending...it all gets woven together into a tapestry."

FAMEX highlights social policy implications

The Urban Futures Institute has done extensive research on transportation patterns using FAMEX data. Apparently, getting people to use public transit over the private automobile is a desperately difficult challenge.

"Price alone isn't going to do it," Baxter notes. "People aren't using cars for money reasons. If you look at the expenditure pattern from FAMEX, as people get older, average household expenditures on transit declines, while it goes up on automobiles. And it makes sense if you stand back and look. A 40-year-old mom in the labour force, with a kid in school, isn't going to ride transit. It just doesn't work."

Whether you're interested in studying consumer behaviour or in exploring public policy issues, FAMEX data can be a good starting point. ■

To find out more about how you can access FAMEX and any other Statistics Canada data, get in touch with a Statistics Canada account executive at 1 800 263-1136.

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:
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

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

FAMEX : L'heure juste sur les dépenses de consommation

Par Valerie Barrett, Région du Pacifique

PARLEZ DE FAMEX (L'ENQUÊTE DE STATISTIQUE CANADA SUR LES DÉPENSES DES FAMILLES) À DAVID BAXTER, DIRECTEUR EXÉCUTIF DE L'INSTITUT URBAN FUTURES DE VANCOUVER. VOUS OBTIENDREZ UNE RÉPONSE IMMÉDIATE ET SANS ÉQUIVOQUE : «C'EST L'UNE DES SÉRIES DE DONNÉES LES PLUS UTILES DE STATISTIQUE CANADA».

L'Institut fournit aux associations communautaires, aux élus, aux spécialistes de la planification et au public des analyses des courants qui forgent les communautés urbaines de la Colombie-Britannique. Il favorise la tenue de discussions informées, responsables et respectueuses sur la croissance et les changements observés dans la collectivité, et sur la façon de bien s'adapter à ces changements.

«Tout ce qui sort de Statistique Canada nous est utile, déclare David Baxter. Le recense-



L'analyste-conseil Ted Brown travaille avec David Baxter (à gauche) dans le centre de consultation de Statistique Canada de la région du Pacifique.

ment nous fournit un portrait d'ensemble. Les autres enquêtes, comme FAMEX, complètent l'image en nous donnant plus de détails.»

Les données de FAMEX sont extrêmement utiles pour l'établissement de politiques sociales, surtout quand il s'agit d'examiner les changements de la structure des dépenses. Nos dépenses reflètent qui nous sommes. FAMEX nous donne l'heure juste sur les dépenses de consommation.

Les applications marketing de FAMEX : faites des totalisations croisées et choisissez votre cible

Pour illustrer son propos, David Baxter étale la publicité d'un magazine présentant Tina Turner.

«C'est révolutionnaire, nous dit-il. Cette femme a presque 60 ans! Celui ou celle qui a créé cette publicité a étudié des données sur les dépenses de consommation et a réalisé que les sexagénaires ne sont pas des grands-mères types en pantoufles. C'est exactement le genre de chose qu'on peut apprendre de FAMEX.»

«Je prends les prévisions démographiques de Statistique Canada et je les compare aux données sur les dépenses publiées par FAMEX, poursuit David Baxter. J'utilise ensuite l'enquête sur les commerces de détail et je démontre pourquoi les ventes transitent d'un grand magasin à un autre en me basant sur les données de FAMEX indiquant qui

Voir la page 6.

Dans ce numéro :

- Grâce à de nouveaux produits commerciaux conviviaux, les données sont intégrées pour les clients 2
- Les codes postaux... pas seulement pour la correspondance! 3
- Comment nous joindre? 3
- Profils de produits 4 et 5
- Le site Internet à la cote 6



Statistique
Canada

Statistics
Canada



Canada

Grâce à de nouveaux produits commerciaux conviviaux, les données sont intégrées pour les clients

DANS LE PRÉSENT NUMÉRO DE **QUESTION D'INFORMATION**, NOUS AVONS DISCUTÉ AVEC BOB GORDON, CHEF DE LA SECTION DE LA COMMERCIALISATION ET DU SERVICE À LA CLIENTÈLE DE LA DIVISION DU COMMERCE INTERNATIONAL DE STATISTIQUE CANADA. NOUS LUI AVONS DEMANDÉ DE NOUS PARLER DES RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE SUR LA SATISFACTION DE LA CLIENTÈLE MENÉE PAR SA SECTION ET DE DÉCRIRE LES PRODUITS ET LES SERVICES QUI SERONT À LA DISPOSITION DES CLIENTS SOUS PEU.

Q: Pourquoi avez-vous choisi de mener une enquête sur la satisfaction de la clientèle?

R: Dans un environnement de travail axé sur le client, il est nécessaire de procéder à une sorte de suivi, de mesurer le niveau de satisfaction des clients. La rétroaction obtenue de cette façon sert ensuite à orienter l'amélioration du produit, du service et souvent des deux.

Notre enquête par téléphone et par télécopieur s'est penchée sur des questions telles que l'efficacité du service, la courtoisie du personnel, la qualité et l'état des produits expédiés, la résolution des plaintes. Nous avons aussi vérifié si les renseignements fournis répondaient aux besoins en données des clients. De plus, nous avons sollicité leurs commentaires.

Q: Qu'avez-vous découvert?

R: Grâce à l'enquête, nous avons pu savoir exactement quels sont les besoins des clients et comment nous pouvons nous améliorer à l'avenir.

Nous avons appris entre autres que nous devrions offrir des choix aux clients. Ce qui se traduit, par exemple, par la suggestion de moyens de rechange pour accéder à différents types de données. L'accès à l'information sur le site Internet de Statistique Canada serait-il beaucoup plus avantageux pour le client? Serait-il possible d'intégrer nos données sur

le commerce à différentes sources de données? Le client fera-t-il lui-même ses recherches? A-t-il besoin de l'information immédiatement? Le client est-il au courant de la mine de renseignements qu'il peut obtenir auprès des centres régionaux de consultation de Statistique Canada? Nous voulons répondre aux besoins en information de nos clients en tenant compte de leurs échéanciers et de leurs budgets.

Q: La Division du commerce international examine-t-elle la possibilité d'intégrer différentes sources de données?

R: Oui. En ce moment, nous travaillons à la mise en place d'une base de données «intégrée» qui établit un lien entre les données sur le commerce de marchandises, la taille et le revenu des entreprises et les investissements. Vous savez probablement que de nombreuses initiatives gouvernementales sont en branle pour appuyer les petits et moyens exportateurs du Canada. Nos données permettront aux responsables de l'élaboration de politiques d'établir le profil de ces exportateurs. Elles aideront aussi les entreprises à la recherche de débouchés commerciaux sur le marché intérieur et à l'étranger.

Un autre projet consiste à relier les données sur le commerce de marchandises aux données sur le transport. Nous tentons ainsi d'évaluer le poids des importations et des exportations en utilisant le Système harmonisé de désignation et de codification des marchandises (SHC). (Le système de codification SHC classe les marchandises à des fins commerciales.) Les données sur le commerce classées selon le poids ont une grande valeur pour les organismes de transport gouvernementaux. Parfois, le poids d'une marchandise importe plus que sa valeur monétaire, surtout

pour les personnes qui travaillent dans l'industrie du transport et de l'expédition et pour les entreprises qui livrent des biens à des marchés.

Nous développons aussi un produit électronique avec le Bureau du recensement des États-Unis (U.S. Bureau of the Census). Ce produit sera en vente dans les deux pays et contiendra trois bases de données : les données annuelles sur le commerce canadien, les données annuelles sur le commerce américain et les données sur le commerce du Canada et des États-Unis avec d'autres pays. Un segment de la base de données indiquera dans quelle mesure une marchandise en

particulier a été échangée, au Canada ou aux États-Unis, en vertu de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA).

Q: À quoi peuvent s'attendre les clients à l'avenir?

R: Au début de l'année 1998, l'Analyseur du commerce canadien remplacera notre système actuel pour le commerce international canadien de marchandises offert sur CD-ROM, le TIERS (Système de renseignements et d'extraction de l'information sur le commerce). Grâce à une interface entre la Base de données sur le commerce international canadien de marchandises et le logiciel ORACLE, ce système fournira un logiciel d'extraction efficace. Les formules intégrées de l'Analyseur du commerce canadien vous permettront de mesurer les caractéristiques des marchandises, par exemple le pourcentage du marché canadien et le pourcentage du marché mondial. Grâce à la polyvalence du nouveau système, vous pourrez organiser les données selon vos besoins et produire des tableaux et des graphiques. ■



Bob Gordon

Pour en savoir plus sur les données sur le commerce, téléphonez au 1 800 263-1136.

Les codes postaux... pas seulement pour la correspondance!

Par Paula Hurtubise, Division de la géographie

LES CODES POSTAUX SONT DEVENUS INDISPENSABLES AU SUCCÈS DES ÉTUDES DE MARCHÉ. LE FICHER DE CONVERSION DES CODES POSTAUX (FCCP) DE STATISTIQUE CANADA PEUT VOUS AIDER À REPÉRER LES RÉGIONS GÉOGRAPHIQUES LES PLUS PROPICES À LA COMMERCIALISATION DE VOTRE PRODUIT OU SERVICE.



Comment certaines entreprises savent-elles exactement où trouver le meilleur marché pour leur produit? La réponse se résume en deux mots : la recherche. Ou, plus précisément, la recherche de codes postaux.

Puisqu'une image vaut mille mots, essayons d'illustrer notre propos par un exemple...

Dans l'espoir d'accroître sa part du marché canadien, une entreprise américaine spécialisée dans les appareils de musculation utilisés à domicile a décidé de sonder le marché canadien. Le plus grand défi pour l'entreprise? Elle doit être en mesure de déterminer si le «client-type» canadien diffère du client américain.

Ayant mené avec succès des projets commerciaux aux États-Unis durant des années, l'entreprise connaît exactement les besoins des consommateurs américains. Elle doit maintenant établir le profil du consommateur canadien à partir de zéro!

L'entreprise a l'intention d'interroger les clients éventuels pour déterminer si l'image de son produit et ses pratiques commerciales devront changer dans le but de mieux répondre aux besoins des clients canadiens. Mais à qui l'entreprise doit-elle adresser ses questions? Les représentants de l'entreprise ont d'abord communiqué avec un analyste-conseil d'un bureau régional de Statistique Canada pour discuter des groupes qu'ils voulaient cibler.

Après un entretien visant à déterminer les besoins de l'entreprise en information, l'analyste-conseil a établi comme suit le profil de sa clientèle : les ménages dont le revenu

annuel total est supérieur à 75 000 \$, les ménages dont les membres sont âgés entre 20 et 65 ans, les ménages dont les membres ont fréquenté des établissements d'enseignement post-secondaire. Ensuite, l'analyste-conseil a franchi de nombreuses étapes en vue de répondre aux besoins en information de son client.

La première étape consiste à fournir à l'entreprise les données démographiques et les données sur le revenu au niveau le plus détaillé pour son étude de marché. Il s'agit d'établir un lien entre le profil du client de l'entreprise et les données du recensement de 1996 au niveau des secteurs de dénombrement (SD), la plus petite région pour laquelle les données du recensement sont diffusées. Un lien est ensuite établi avec le FCCP. Le produit final? Une liste de codes postaux des clients qui répondent aux critères-cibles de l'entreprise.

Le FCCP fournit des renseignements qui relient chaque code postal canadien à un ensemble d'identificateurs géographiques. Le Canada compte plus de 725 000 codes postaux, dont la plupart représentent un côté d'îlot ou le côté d'une rue entre deux intersections consécutives. Grâce à ces codes postaux, les experts en marketing d'une entreprise sont en mesure de faire parvenir des questionnaires aux personnes qui correspondent à leur profil de client et à celles qui répondront probablement à leurs initiatives de marketing.

Le FCCP sert aussi à localiser de nouveaux emplacements pour une entreprise; il suffit de tracer sur une carte l'emplacement des codes postaux trouvés. L'entreprise dont il est question dans cet exemple peut ainsi localiser l'emplacement géographique idéal pour établir un nouveau magasin d'appareils de musculation utilisés à domicile. La même liste de codes postaux pourrait aussi servir pour poster des dépliants publicitaires annonçant l'ouverture de l'entreprise. ■

Pour en savoir davantage sur ce que le Fichier de conversion de codes postaux peut faire pour vous, 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)	2365, rue Albert, bureau 440, 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

Les données du recensement de 1996

Un outil décisionnel polyvalent qui répond à vos besoins

Le recensement a les données qu'il vous faut, que vous cherchiez à mieux vous renseigner sur la population canadienne, ses langues, sa scolarité, son activité sur le marché du travail et ses origines ethniques ou, encore, à en savoir davantage sur l'immigration, la citoyenneté, les limitations d'activité, la mobilité, le revenu ou la situation en matière de logement au Canada. Le recensement de 1996 a même recueilli de l'information sur la valeur du travail non rémunéré, le navettage et d'autres dimensions importantes de la vie des Canadiens.

On peut se servir des données du recensement pour la planification routière, la localisation d'emplacements, les services de livraison, la planification et l'élaboration de programmes, l'analyse de marché, la cartographie et d'autres besoins géographiques. L'information du recensement peut même vous aider à demeurer à la fine pointe de sujets actuels et à découvrir des tendances au sein de la société canadienne.

Suivez l'exemple des municipalités, des entreprises, des spécialistes, des établissements d'enseignement, des syndicats, des groupes d'intérêt public et d'autres qui se fient aux données du recensement pour répondre à tous leurs besoins décisionnels.



La série *Le pays* du recensement de 1996 — Édition 2

Vous pouvez dès maintenant vous procurer les données les plus à jour sur les caractéristiques de la population, diffusées pour le Canada, les provinces, les territoires et les régions métropolitaines de recensement. Présentée pour la toute première fois sur CD-ROM, la série *Le pays* est la première série diffusée qui vous fournit des données de base du recensement de 1996 pour l'ensemble du Canada. Depuis des années, les gouvernements fédéral, provinciaux et municipaux utilisent la série *Le pays* comme point de repère pour comparer les tendances dans différentes parties du pays. De plus, ces données sont liées à des métadonnées et accessibles à l'aide d'un logiciel convivial, Beyond 20/20™ pour Windows™.

Le pays Édition 2, deuxième CD-ROM de la série, sera en vente en avril 1998 (l'édition 1 est déjà disponible). L'édition 2 renferme plus de 45 tableaux croisés sur la langue, l'appartenance à la population autochtone, l'origine ethnique et les minorités visibles, la démographie, les familles, les logements, l'immigration et la citoyenneté. Toutes les variables du recensement diffusées jusqu'en février 1998 sont offertes au bas prix de 60 \$ sur ce très utile CD-ROM (numéro 93F0020XCB96002 au catalogue). Au cours de l'année, on publiera les troisième et quatrième éditions de la série *Le pays*. Celles-ci seront cumulatives. ■

Profil de secteurs Recensement de 1996

De l'information détaillée, adaptable à vos besoins! Obtenez un portrait complet de votre communauté dans les *Profil de secteurs*. Cette série de CD-ROM fait un survol statistique d'une région, présentant, une à la fois, la plupart des variables du recensement pour les petites régions géographiques. Vous apprécierez le niveau de détail des données des *Profil de secteurs*.

Les entreprises et les municipalités utilisent depuis longtemps ces profils pour mieux connaître leur collectivité et pour prendre des décisions d'affaires éclairées, fondées sur les besoins de cette collectivité. Les *Profil de secteurs* (numéro 95F00253XCB96000 au catalogue) seront disponibles en septembre 1998. Et c'est une première : si vous passez votre commande dès maintenant, les composantes vous seront livrées dès la date de diffusion. ■

Vous voulez en savoir plus? Téléphonez au 1 800 263-1136.

Éconnexions

Un nouveau système d'information de grande capacité qui lie l'environnement et l'économie



Travaillez-vous directement en recherche, en journalisme, ou en gestion dans le domaine de l'environnement? Avez-vous besoin d'information exacte sur des sujets tels les stocks de ressources naturelles, l'utilisation des ressources en terres, la production de déchets, l'utilisation d'énergie, les dépenses en matière de protection de l'environnement — le tout relié à de l'information sur l'économie canadienne?

Statistique Canada a créé pour vous un outil de référence sans pareil.

Éconnexions (n° 16-200-XKF au catalogue) est un puissant système d'information sur CD-ROM qui met en lumière les liens entre l'économie et l'environnement. Il s'agit du plus récent produit ajouté à l'éventail d'information disponible à l'agence pour son programme de statistiques environnementales.

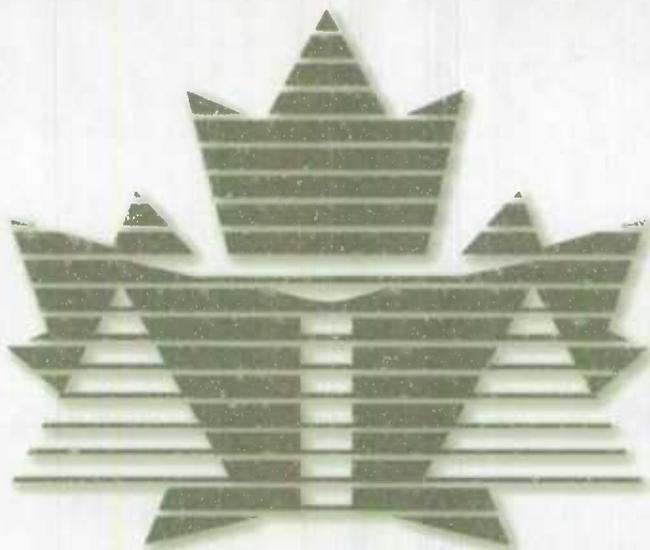
En organisant des informations sur l'environnement et l'économie en un ensemble pratique d'indicateurs sommaires, **Éconnexions** montre la progression vers un développement économique durable. Il regorge de textes et de tableaux qui décrivent les données et analysent les tendances principales.

À l'aide d'un puissant fureteur, **Éconnexions** vous permet d'organiser les données selon le format qui répond le mieux à vos besoins. ■

N'est-ce pas là ce que vous recherchez? Pour plus de renseignements sur cet outil de recherche puissant, téléphonez au 1 800 263-1136.

Statistique de la criminalité au Canada 1996

Obtenez les renseignements les plus à jour sur la nature et la portée des crimes signalés par la police au Canada



Avec **Statistique de la criminalité au Canada 1996**, vous pouvez obtenir les renseignements les plus à jour sur la nature et la portée des crimes signalés par la police au Canada, dans les provinces, dans les territoires et dans les régions métropolitaines de recensement. Pour 42 \$, vous pouvez recevoir des données sur les crimes de violence, les crimes contre les biens et les affaires liées à des infractions au *Code criminel* qui remontent à 1962.

La publication comporte aussi 20 tableaux décrivant la criminalité dans les 154 services de police du Nouveau-Brunswick, du Québec, de l'Ontario, de la Saskatchewan, de l'Alberta et de la Colombie-Britannique. Ces données rendent compte de 47 % des actes criminels signalés à l'échelle du pays.

Vous obtiendrez des renseignements détaillés sur l'âge et le sexe des victimes et des accusés, leur relation, la gravité des blessures, l'utilisation d'armes dans la perpétration du crime, etc. Les tableaux examinent aussi les circonstances entourant l'acte criminel : le lieu du crime, la présence d'armes, le type de bien volé, etc.

Si votre travail consiste à enquêter sur des actes criminels ou à préparer des rapports sur la criminalité, joignez les rangs des chercheurs, des groupes d'intérêt public, des entreprises, des professionnels et de tous ceux et celles qui comptent sur cet outil de référence essentiel. ■

Commandez votre exemplaire de Statistique de la criminalité au Canada 1996 en téléphonant au 1 800 263-1136; au catalogue, le numéro de cette publication est le 85-205-XPF.

Le site Internet a la cote... et on continue de l'améliorer!



Le site Internet de Statistique Canada a remporté la palme auprès du Dow Jones Business Directory.

Cotant l'agence statistique d'un impressionnant 37 sur 40 et fournissant un lien direct à son site Web, le *Dow Jones Business Directory* a décrit www.statcan.ca comme suit : «...facile à utiliser et bien conçu, il constitue un bon point de départ autant pour le profane que pour le chercheur chevronné» (traduction libre).

Le site Internet de Statistique Canada, qui accueille en moyenne 2 600 visiteurs quotidiennement, a été primé pour son contenu, sa rapidité, sa facilité de navigation et sa conception.

Cette reconnaissance inattendue est la bienvenue, mais elle ne signifie pas que les créateurs du site Internet se tournent les pouces!

On passe maintenant à la prochaine étape — la quête d'un moteur de recherche qui permettra de faire une recherche dans tous les renseignements du site de Statistique Canada en un simple *clic* de souris! Les utilisateurs apprécieront la simplicité et l'efficacité accrue de l'accès à nos bases de données sur Internet.

Si vous avez visité le site Web de Statistique Canada, vous vous êtes déjà servi du moteur de recherche Open Text. Ce dernier a été choisi

pour sa capacité de procéder à des recherches dans les deux langues officielles, sa capacité de chercher dans un grand nombre de documents et son rendement dans la manutention d'index pour des bases de données d'envergure.

«Cela va de soi, nous fusionnons les divers ensembles de renseignements dans une grande recherche parallèle des cases d'information du site Web de Statistique Canada, en un clic de souris», explique Andrew Smith, analyste-programmeur de la Division de la diffusion. «Mais le recours au logiciel Open Text nous aidera aussi à emmagasiner plus de renseignements dans nos bases de données à l'avenir.»

Ne manquez pas de visiter et de marquer d'un signet www.statcan.ca pour connaître les plus récents changements aux services Internet de Statistique Canada! ■

FAMEX

suite de la page 1.

effectue ces dépenses... toutes ces données se superposent et composent un tout bien organisé.»

FAMEX fait la lumière sur les répercussions des politiques sociales

À l'aide des données de FAMEX, l'Institut Urban Futures a mené des recherches exhaustives sur les tendances concernant les modes de transport utilisés. Il semble qu'il soit extrêmement difficile de convaincre les gens de se servir du transport en commun au lieu de l'automobile.

«Le prix n'est pas un facteur déterminant, note David Baxter. Les gens n'utilisent pas leur voiture pour des raisons d'économie. Si vous jetez un coup d'oeil aux structures des dépenses diffusées par FAMEX, vous remarquerez que plus les gens vieillissent, plus les dépenses moyennes des ménages diminuent pour le transport en commun et plus elles augmentent pour les automobiles. C'est logique, quand on y pense. Une femme de 40 ans qui travaille et qui a un enfant à l'école n'utilisera pas le transport en commun. Ça ne fonctionne tout simplement pas.»

Si l'étude des comportements de consommation ou les enjeux relatifs aux politiques sociales vous fascinent, FAMEX constitue un bon point de départ pour commencer vos recherches. ■

Pour savoir comment accéder à FAMEX et aux autres données de Statistique Canada, communiquez avec un analyste-conseil de Statistique Canada au 1 800 263-1136.

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 :

Question d'information, Statistique Canada, Division du marketing, 120, avenue Parkside, Immeuble R.-H. Coats, 9^e étage, section D, Ottawa (Ontario) K1A 0T6.
Courriel électronique : matters@statcan.ca

Enfinement, 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.