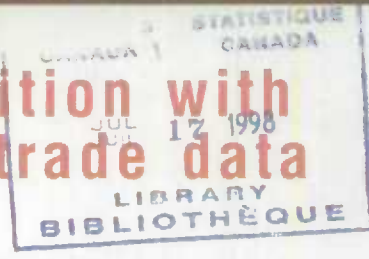




A QUARTERLY NEWSLETTER FROM STATISTICS CANADA

Know your competition with the help of retail trade data



By Lilia Trombetti, Marketing Division

MARK STARTUP HAS SOME SIMPLE WORDS OF WISDOM FOR RETAILERS: REGARDLESS OF WHERE YOU'RE AT IN THE RETAILING GAME, ALWAYS KNOW WHERE YOU STAND WITH RESPECT TO YOUR COMPETITION.

TO KNOW YOUR COMPETITION, YOU HAVE TO RESEARCH, HE SAYS. AND ONE OF THE FIRST PLACES YOU SHOULD VISIT IS STATISTICS CANADA.

"Statistics Canada information can help retailers understand more about consumers, competitors and the market," says Startup, president and CEO of the Retail Merchants' Association of British Columbia (RMABC). "Retailers can then make informed decisions about their businesses, the products they offer, the locations they choose and the advertising they use."

Over the past 16 years, Startup has provided invaluable strategic advice to association members. Founded in 1911, RMABC now represents about 3200 small, medium and large-size retail companies in British Columbia.

Startup admits he's the first to take his own advice. He uses retail trade information to set his association's market objectives and to study the performance of retail companies. He explores consumption, business and demographic data to determine their potential impact on retail trade and makes presentations to business groups, students, governments and the media.

Account executives — strategic players in the retail game

"With the help of a Statistics Canada account executive, retailers can get statistical informa-



Mark Startup

tion to target mailings, analyze current or potential store locations or expand market reach," Startup explains.

Startup should know the value of the services provided by account executives — he and his staff contact Statistics Canada's Pacific Region office on a regular basis. Just recently, account executive Derek Adams helped the RMABC update files for its business presentations. After perusing Statistics Canada's vast data sources, Derek used the *Canadian Business Patterns* CD-ROM to determine the "business demographics" of retail trade industries in British Columbia.

Continued on page 6.

In This Issue:

- NAICS Canada 1997 — an overview of the Canadian economy 2
- Building partnerships: fostering well-informed and satisfied clients 3
- How to contact us 3
- Product Profiles 4&5
- CANSIM on the Net 6

NAICS Canada 1997 — an overview of the Canadian economy

IN THIS ISSUE, INFORMATION MATTERS SPEAKS TO SHAILA NIJHOWNE, DIRECTOR OF STANDARDS DIVISION, AND ONE OF MANY PEOPLE INVOLVED IN THE DEVELOPMENT OF NAICS CANADA, 1997. THE CLASSIFICATION MANUAL, WHICH PROVIDES AN UP-TO-DATE REPRESENTATION OF THE CANADIAN ECONOMY AND AN UP-TO-DATE STANDARD FOR CATEGORIZING INDUSTRIES, WILL REPLACE THE 1980 STANDARD INDUSTRIAL CLASSIFICATION MANUAL.

Q: Why is this new product important for Statistics Canada and its clients?

A: For Statistics Canada, this new product provides an up-to-date representation of the economy that the agency will adopt in all of its surveys.

Essentially, an industry classification system represents the structure of the economy.

It's used to break down business, production and employment data and make analysis easier. It's a basic tool for economic and policy analysts, trade associations and survey respondents. Respondents can see where they fit in the structure and why they're described as belonging to a particular industry.

Q: Why was a North American Industry Classification System (NAICS) created?

A: With the signing of the North American Free Trade Agreement (NAFTA), we needed a classification system that would represent the Canadian economy and provide comparable statistics with the U.S. and Mexico. That's why we developed NAICS. NAICS will replace older classification systems in each country. In Canada, it will be implemented for the 1997 reference year.



Shaila Nijhowne

NAICS ensures that industries are defined the same way in all three countries. The upper levels of the classification system are common to Canada, the U.S. and Mexico, and then each develop additional national detail to suit their own information needs.

Production data help analyze the performance of Canadian industries and compare it to that of our NAFTA partners. One country's ability to produce and sell to the other two countries can be determined by studying its competitiveness, its labour costs and its productivity.

Q: What's new about this classification?

A: To begin with, the economy is better represented! NAICS Canada divides the economy into a total of 921 industries compared to the 860 industries that were in the 1980 Standard Industrial Classification manual.

To paint a better portrait of the economy, we've tried to identify new and emerging industries, particularly those that produce advanced technology. We've also expanded the

number of services industries to reflect changes in that sector of the economy.

Some areas in manufacturing have been collapsed while others have been expanded. For example, machinery and computers and electronic product manufacturing that now make up a larger proportion of our manufactures and exports have been expanded.

A new information sector has now grouped together those industries that create and disseminate products subject to copyright. Included in "Information" is publishing, which used to be with manufacturing. But now, we expand it to include software and database and directory publishing, and consider it quite differently. Under telecommunications, also a part of the same sector, we've now included other kinds of wireless telecommunication, including satellite, paging and cellular. And we've also included online services such as Internet access.

Today, services and these new industries account for a larger proportion of employment. Before *NAICS Canada 1997*, you would have seen growth in the business sector, but you wouldn't have known why and where.

Q: What format will the manual take?

A: We're going to produce the manual as a publication and as a CD-ROM. Some of *NAICS Canada 1997* — the structure, the titles, the codes, the descriptions and the table with the 1980 Standard Industrial Classification — will be made available on the Internet. ■

To find out more about the NAICS Canada 1997 manual or our more detailed coding manual, call 1 800 263-1136.

Building partnerships: fostering well-informed and satisfied clients

A profile of account executive Jade Clavet

IF THERE'S ONE THING JADE CLAVET HAS LEARNED OVER THE PAST TWO YEARS AS AN ACCOUNT EXECUTIVE IN STATISTICS CANADA'S PRAIRIE REGION OFFICE, IT'S THAT INFORMATION DOES MATTER TO HER CLIENTS. ECONOMIC DATA, FINANCIAL DATA, SOCIAL DATA ... ALL COMBINE TO GIVE THEM A COMPLETE PICTURE OF WHAT'S GOING ON AROUND THEM.

With that in mind, she approached many of Winnipeg's advertising and communications companies to describe Statistics Canada's broad range of data and services to them. She often makes oral presentations to an advertising agency's entire team. This includes writers, researchers, and account or project managers.



Jade Clavet

Already in the business of searching for pertinent information themselves, these major clients know that once they are up-to-date on Statistics Canada's products and services, they can, in turn, offer their *own* clients a value-added service. By partnering with Statistics Canada, these ad agencies learn about the full spectrum of its data's potential and its new and leading-edge products. With this information, they then help their clients make important business decisions.

This helpful approach adopted by Jade's clients reflects a new industry trend. After all, it's often recognized that advertising should not stand on its own but should be an integral part of a long-term strategic plan. More and more companies are focusing their efforts on target marketing rather than traditional mass marketing. Businesses are always looking for that competitive edge.

During presentations, Jade often explains to her clients the importance of SHS data (data from Statistics Canada's Survey of Household Spending) and SAAD data (Small Area and Administrative Data) to the success of their

business initiatives. She also shows the benefits of using Statistics Canada's various geography products to plot data on a map. The visual explosion of colour depicting, for example, the spread of a client base throughout a particular city, always draws attention and excites clients about all kinds of market research possibilities.

Jade's partnership with one agency, Jake Marks Advertising in Winnipeg, has been particularly successful. At first, the ad agency was hesitant to work with a government agency. She urged them to give us a try to see how the partnership would evolve. They were not disappointed! Andrea West, a project manager with the ad agency, is now a big supporter and often encourages her clients to work with Statistics Canada.

"The personal service and attention to detail provided by the staff at Statistics Canada's regional office in Winnipeg is remarkable,"

says Andrea. "They fully understand the "real value" of market research in today's competitive market. The data they help us access have helped us define demographic markets and pin-point highly-targeted audiences. As a result, we've run successful client campaigns and have reached our campaigns' objectives."

"They provide us with the edge we need to offer a comprehensive service and succeed," Andrea continues. "Jade made our job easier by giving us maps and presentation materials and by customizing her presentations so that they help our clients fully understand the impact market research can have on the success of their marketing. Statistics Canada has helped us develop successful strategic marketing and communications plans for a number of retail and corporate clients. In each case, the investment we have made on behalf of our clients with Statistics Canada has paid off."

Jade is delighted by such feedback! "Being an account executive is a job I take very seriously!" she says. "I consider the statistical products and services I help market not only a reflection of Statistics Canada, but also a reflection of me." ■

For more information on how you can build an effective partnership with one of Statistics Canada's account executives, 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

Health Reports Your Picture of Health in Canada



National attention is on overflowing emergency wards and cancelled elective surgery. Current changes in health care create the need for timely information you can trust. Whether you're a health professional, a policy maker, a hospital administrator or a student, you can keep up-to-date with emerging trends.

Health Reports, a quarterly journal, gives you quality articles that contain analyses of health and vital statistics data — data that come from national or provincial data bases or surveys. For \$116 a year, you'll have access to research articles that undergo scrupulous peer review.

Health Reports articles cover a broad spectrum:

- characteristics of hospital users
- teenage pregnancies
- infant mortality and low birth weight
- bicycle helmet use
- distance to the nearest physician
- incidence of cancer
- impact of hospital downsizing

You'll be prepared to build on your own research and make informed decisions each day. ■

For more information on **Health Reports**, call 1 800 263-1136 and quote catalogue number 82-003-XPB.

Focus on Culture Data You Need on Our Changing Cultural Scene



Global forces are changing the environment in which Canadian culture exists. We operate in a world without borders, a world of the Internet and international trade agreements. A world where culture has not only a social dimension, but is also seen as an economic issue, a creator of jobs and an exporter of products and services. The old rules don't work anymore.

Whether you are an administrator or educator, policy maker or researcher, patron or performer, experts in the Culture Statistics Program at Statistics Canada are at your service.

In **Focus on Culture**, a quarterly bulletin, analysts give you a comprehensive look at issues such as financial support for culture, private and public broadcasting, and preservation of Canada's natural and historic heritage. For \$27 a year, they will help you interpret and analyze our most recent data and results drawn from our ongoing surveys as well as complementary data from other sources within Statistics Canada.

Focus on Culture gives you the detailed information you need to:

- research and prepare reports
- analyze cultural markets
- formulate sound strategic policies
- make advocacy campaigns more effective
- follow changing patterns in cultural consumption
- evaluate your programs

Focus on Culture: identify and understand the trends as they emerge on the cultural scene! ■

For more information call 1 800 263-1136 and quote catalogue number 87-004-XPB.

Inter-Corporate Ownership 1998 Who Owns Who?



Anxious to get a handle on the ownership structure of the Canadian corporate sector? Curious to know which companies have close working ties with each other?

With *Inter-Corporate Ownership 1998*, you'll be on top of the mergers and takeovers that have become commonplace in today's business world.

This directory of information gives you a current snapshot of inter-corporate ownership by detailing relationships among Canada's leading corporations. You'll get the scoop on who owns and controls Canada's top companies, where their head offices are located, and where they fit within the corporate hierarchy.

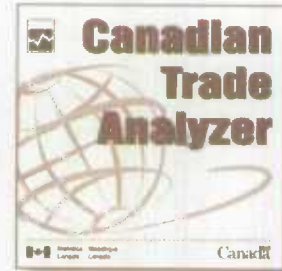
The directory's detailed corporate ownership section lists the names of all holding and held companies, along with their respective ownership percentages. You'll also have access to influential information such as the legal corporate name(s) of the company, the country of control, the Standard Industrial Classification code, the province where the company's head office is located, the enterprise parent name and the percentage of voting rights owned.

This year, for the first time, the CD-ROM version of *Inter-Corporate Ownership* will be available in a user-friendly Windows format scheduled for release in June 1998. An annual subscription to the quarterly CD-ROM will cost \$995. Single purchases cost \$350.

And if you prefer print to CD-ROM, don't worry — the 1998 hard-cover publication is available for \$350! ■

For more information on this important reference tool, call 1 800 263-1136 and quote catalogue number 61-517-XCB (CD-ROM) and 61-517-XPB (book).

The Canadian Trade Analyzer Versatility and Ease-of-Use in One Powerful Tool!



If the most recent data on Canada's imports and exports is essential for your important business-related decisions, Statistics Canada has created just the tool for you with the *Canadian Trade Analyzer (CTA)*, a new data and software application.

The *CTA* (catalogue number 65F0015XCE) replaces International Trade Division's *TIERS* CD-ROM product. Developed in Oracle software with a Windows interface, the *CTA* links power and ease-of-use with reliable data. You'll be able to retrieve import and export data in table, graph, and commodity formats.

The *CTA* will perform functions as simple or as complex as you'd like. Do you need special information? You'll be able to create custom trade queries in the table module. You'd like to create graphs of trade trends to support your boardroom presentation? The graph application will allow you to create charts. And don't forget, the commodity application will give you basic harmonized system codes (HS codes), and will allow you to link to the *Classification Tracking System*.

The *CTA* is so versatile, you'll be able to rotate variables to customize the layout of your table and graph, allowing you to present your data more effectively.

You'll also be able to:

- "drill down" hierarchical commodity and trading partner data
- search by keyword
- save and retrieve popular queries
- retrieve top and bottom performers
- export data for use in other applications

A yearly subscription to the *CTA*, with monthly updates on both imports and exports, is \$2,999. ■

For more information on other options available to suit your needs, call your nearest regional reference centre at 1 800 263-1136.

Know your competition

continued from page 1.

Canadian Business Patterns provides counts of business establishments by Standard Industrial Classification (SIC) codes and by Employment Size Ranges (ESRs), for geographical areas such as provinces and territories, census divisions and subdivisions.

Using the data, the RMABC was able to classify industries into small, medium and large-size establishments, based on the number of employees. Startup now knew how many stores had two employees and how many had

over 500! He was also able to classify the retail establishment by type (i.e. supermarket, bakery, fruit and vegetable store).

To determine the health of various retail businesses in British Columbia, Derek used *Financial Performance Indicators* (B.C. version). The publication gave Derek the financial performance benchmarks that allowed him to compare data provided to him by individual firms with those of their peer group.

Making sound business decisions

"Sometimes, if information isn't instantly available, retailers may be reluctant to pay for

a special tabulation," Mark Startup says. "But this is what I would call a case of mixed-up priorities. The cost of entering into the retail business is already so high, the margin for error is so high..."

"I would encourage the retailer to do thorough research to ensure he or she is making sound business decisions," he continues. "With Statistics Canada, you're getting at some important information. They're really a highly-skilled group."

The new retailer may want to invest time and money into aspects such as planning staff, leasing business space and creating business plans, Startup says. But market research is also a very important part of the process.

"You have to look for information that will help you determine the competitiveness of your business," Startup says. "That means studying things like the profitability of companies by Standard Industrial Classification code, what's going on in that industry, household incomes, per capita consumption and unemployment. All of these things added together help you figure out the demand and the market for your products." ■

Call 1 800 263-1136 to find out more about Statistics Canada's vast database of retail information.

INTERNET UPDATE

CANSIM on the Net



Why do more than 500 clients access Statistics Canada's comprehensive commercial database on the Canadian economy (commonly known as CANSIM) every month via the Internet?

Because it's convenient and simple - simple as one, two, three...

For almost three decades now, CANSIM has allowed consultants, business professionals and academics to track trends in major areas of economic activity, sometimes as far back as eighty years. With both national and provincial data available, the vast database examines almost every aspect of the Canadian economy, from labour force participation to manufacturing outputs.

The next time you're on the Internet, simply go to www.statcan.ca, click on "Products and Services" and then click on "CANSIM". Rest assured you'll be exploring one of the most integral data searches available at Statistics Canada, since most financial and socio-economic information is now collected and stored in the CANSIM database.

Join the researchers and occasional users of CANSIM from around the world who connect to www.statcan.ca and download the data series they want - when they want - to a number of software applications. ■

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@statecan.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

Prenez le pouls de votre concurrence avec des données sur le commerce de détail

Par Lilia Trombetti, Division du marketing

MARK STARTUP DONNE AUX DÉTAILLANTS UN CONSEIL JUDICIEUX : «QUEL QUE SOIT VOTRE RÔLE DANS LE SECTEUR DE LA VENTE AU DÉTAIL, SACHEZ TOUJOURS OÙ VOUS VOUS SITUEZ PAR RAPPORT À LA CONCURRENCE.»

«LA CONNAISSANCE DE LA CONCURRENCE PASSE PAR LA RECHERCHE, AJOUTE-T-IL, ET STATISTIQUE CANADA DEVRAIT ÊTRE L'UNE DE VOS PREMIÈRES RESSOURCES.»

«Les renseignements obtenus de Statistique Canada peuvent aider les détaillants à mieux comprendre les consommateurs, les compétiteurs et le marché, de dire M. Startup, président et chef de la direction de la Retail Merchants' Association de la Colombie-Britannique (RMABC). Les détaillants peuvent ainsi prendre des décisions éclairées au sujet de leur entreprise, des produits qu'ils offrent, des emplacements qu'ils choisissent et de leurs stratégies publicitaires.»

Au cours des 16 dernières années, M. Startup a prodigué de précieux conseils stratégiques

aux membres de l'association. Fondée en 1911, la RMABC représente aujourd'hui environ 3 200 petites, moyennes et grandes entreprises de vente au détail de la Colombie-Britannique.

M. Startup avoue même être le premier à suivre ses conseils. Il utilise les renseignements sur le commerce de détail pour établir les objectifs commerciaux de son association et étudier le rendement des entreprises de vente au détail. Il analyse les données sur la consommation, les affaires et la démographie pour déterminer leur incidence possible sur le marché de détail, et il présente des exposés à des groupes d'entreprises, à des étudiants, aux gouvernements et aux médias.

Les analystes-conseils - des intervenants clés du secteur de la vente au détail

«Avec l'aide d'un analyste-conseil de Statistique Canada, les détaillants peuvent obtenir des statistiques qui leur permettront de



Mark Startup

bien orienter les campagnes de publipostage, d'analyser l'emplacement des magasins actuels ou éventuels ou d'accroître leur rayonnement sur le marché», explique M. Startup.

M. Startup connaît parfaitement la valeur des services fournis par les analystes-conseils, puisque son personnel et lui communiquent régulièrement avec le bureau de Statistique Canada de la région du Pacifique. Tout récemment, l'analyste-conseil Derek Adams a aidé la RMABC à mettre à jour ses dossiers pour ses exposés d'affaires. Après avoir consulté les nombreuses sources de données de Statistique Canada, Derek a utilisé le CD-ROM *Structures des industries*

Voir la page 6.

Dans ce numéro :

- SCIAN Canada 1997 — Un aperçu de l'économie canadienne 2
- Bâtir des partenariats : pour des clients bien informés et satisfaits 3
- Comment nous joindre? 3
- Profils de produits 4 et 5
- CANSIM sur Internet 6



Statistique Canada Statistics Canada



SCIAN Canada 1997 — Un aperçu de l'économie canadienne

DANS LE PRÉSENT NUMÉRO DE QUESTION D'INFORMATION, NOUS NOUS ENTRETIENONS AVEC SHAILA NIJHOWNE, DIRECTRICE DE LA DIVISION DES NORMES ET L'UNE DES NOMBREUSES PERSONNES QUI ONT PARTICIPÉ AU DÉVELOPPEMENT DU SCIAN CANADA 1997. LE MANUEL DE CLASSIFICATION, QUI RENFERME UNE REPRÉSENTATION À JOUR DE L'ÉCONOMIE CANADIENNE ET CONSTITUE L'OUTIL DE CATÉGORISATION DES INDUSTRIES LE PLUS RÉCENT, REMPLACERA LA CLASSIFICATION TYPE DES INDUSTRIES DE 1980

Q: Pourquoi ce nouveau produit est-il important pour Statistique Canada et ses clients?

R: Pour Statistique Canada, ce nouveau produit fournit une représentation à jour de l'économie que le Bureau va adopter pour toutes ses enquêtes.

Essentiellement, un système de classification des industries représente la structure de l'économie. Il sert à ventiler les données sur les entreprises, la production et l'emploi et à en faciliter l'analyse. Il s'agit d'un outil de base pour les analystes de l'économie et des politiques, les associations du monde des affaires et les répondants aux enquêtes. Les répondants peuvent voir la place qu'ils occupent dans la structure et comprendre pourquoi ils appartiennent à telle ou telle industrie.

Q: Pourquoi a-t-on créé un Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN)?

R: Avec la signature de l'Accord de libre-échange nord-américain (ALENA), nous avons besoin d'un système de classification qui représenterait l'économie canadienne et procurerait des statistiques comparables à celles des États-Unis et du Mexique. D'où le développement du SCIAN, qui remplacera les vieux systèmes de classification dans chaque pays. Au Canada, il sera mis en œuvre pour l'exercice 1997.



Shaila Nijhowne

Le SCIAN assure la définition uniforme des industries dans chacun des trois pays. Les échelons supérieurs du système de classification sont les mêmes pour le Canada, les États-Unis et le Mexique. Chacun y ajoute ensuite de l'information d'ordre national pour répondre à ses propres besoins d'information.

Les données sur la production aident à analyser la performance des industries canadiennes et à la comparer à celles de nos partenaires de l'ALENA. Il est possible de mesurer la capacité d'un pays de produire et de vendre à ses deux voisins en étudiant sa compétitivité, les coûts de sa main-d'œuvre et sa productivité.

Q: Qu'est-ce que cette classification a de neuf?

R: D'abord, l'économie y est mieux représentée. SCIAN Canada divise l'économie en 921 industries, alors que la Classification type des industries de 1980 la répartissait en 860 industries.

Pour brosser un portrait plus fidèle de l'économie, nous avons tenté d'identifier les industries nouvelles et en devenir, en particulier celles qui produisent de la technologie de pointe. Nous avons également élargi le nombre d'industries de services pour

rendre compte des changements survenus dans ce secteur de l'économie.

Nous avons réduit certaines composantes du secteur manufacturier et nous en avons élargi d'autres. Par exemple, la composante des machines et des ordinateurs et celle de la fabrication de produits électroniques, qui représentent maintenant une plus grande part de notre production manufacturière et de nos exportations, ont pris de l'expansion.

Un nouveau secteur de l'information regroupe maintenant les industries qui créent et diffusent des produits tributaires du droit d'auteur. Le secteur de l'information comprend l'édition, qui faisait auparavant partie de la fabrication. Mais nous l'élargissons maintenant pour y inclure les éditeurs de logiciels et les éditeurs de bases de données et de répertoires, et nous la considérons d'un tout autre œil. Sous les télécommunications, qui faisaient aussi partie du même secteur, nous ajoutons maintenant d'autres types de télécommunications sans fil, dont les télécommunications par satellite, la radiomessagerie et la téléphonie cellulaire. Et nous y avons également inclus les services en ligne tels qu'Internet.

Aujourd'hui, les services et ces nouvelles industries sont à l'origine d'une plus grande proportion de l'emploi. Avant l'arrivée du SCIAN Canada 1997, vous auriez constaté une croissance dans le secteur des entreprises mais vous n'auriez pas su pourquoi ni où.

Q: Quelle forme le manuel prendra-t-il?

R: Nous allons produire le manuel sous forme de publication et de CD-ROM. Une partie du SCIAN Canada 1997 — la structure, les titres, les codes, les descriptions et le tableau montrant la Classification type des industries de 1980 — sera offerte sur Internet. ■

Pour en savoir plus sur le manuel SCIAN Canada 1997 ou sur notre manuel de codage plus détaillé, faites le 1 800 263-1136.

Bâtir des partenariats : pour des clients bien informés et satisfaits

Profil de l'analyste-conseil Jade Clavet

S'IL Y A UNE CHOSE QUE JADE CLAVET A APPRIS DEPUIS DEUX ANS COMME ANALYSTE-CONSEIL AU BUREAU RÉGIONAL DE STATISTIQUE CANADA (PRAIRIES), C'EST QUE L'INFORMATION EST BEL ET BIEN IMPORTANTE POUR SES CLIENTS. LES DONNÉES ÉCONOMIQUES, LES DONNÉES FINANCIÈRES, LES DONNÉES SOCIALES... TOUTES SE CONJUGENT POUR LEUR DONNER UN PORTRAIT COMPLET DE CE QUI SE PASSE AUTOUR D'EUX.

Cela en tête, Jade s'est présentée à de nombreux cabinets de publicité et de communication de Winnipeg pour leur décrire la vaste gamme des données et services de Statistique Canada. Elle fait souvent des présentations orales à l'équipe complète d'une agence de publicité. Cela comprend les rédacteurs, les chercheurs et les gestionnaires de comptes ou de projets.



Jade Clavet

régionales et administratives de Statistique Canada. Elle leur montre également l'avantage d'employer les divers produits géographiques de Statistique Canada pour représenter des données sur une carte. L'éclatement des couleurs utilisées pour illustrer, par exemple, la répartition de la clientèle d'une ville particulière attire toujours l'attention des clients et les séduit à toutes sortes de possibilités d'études de marché.

Déjà eux-mêmes à la recherche d'information pertinente, ces clients importants savent qu'une fois à jour sur les produits et services de Statistique Canada, ils peuvent à leur tour offrir un service à valeur ajoutée à leurs propres clients. En s'alliant à Statistique Canada, ces agences de publicité découvrent toute la gamme des possibilités offertes par les données du Bureau et les produits nouveaux et de pointe de celui-ci. Avec cette information, elles peuvent aider leurs clients à prendre d'importantes décisions d'affaires.

Cette approche utile adoptée par les clients de Jade reflète une nouvelle tendance dans l'industrie. Après tout, il est souvent admis que la publicité ne devrait pas être une fin en soi, mais faire partie intégrante d'un plan stratégique à long terme. De plus en plus d'entreprises misent sur le marketing par marchés cibles plutôt que sur le marketing de masse. Les entreprises sont toujours à la recherche d'un avantage concurrentiel.

Durant ses présentations, Jade explique souvent à ses clients l'importance que revêtent, pour le succès de leurs initiatives commerciales, les données de l'Enquête sur les dépenses des ménages et les données de la Division des données

Le partenariat de Jade avec l'agence Jake Marks Advertising de Winnipeg s'est révélé particulièrement fructueux. Au début, l'agence de publicité hésitait à travailler avec un organisme gouvernemental. Jade a insisté pour qu'elle nous donne une chance afin de voir comment le partenariat évoluerait. L'agence n'a pas été déçue! Andrea West, une gestionnaire de projets au sein de l'agence et maintenant grande partisane de Statistique Canada, encourage souvent ses clients à travailler avec le Bureau.

«Les employés du bureau régional de Statistique Canada à Winnipeg donnent un service personnel hors pair et font preuve d'un souci du détail remarquable», déclare Andrea.

Ils comprennent tout à fait la «valeur réelle» des études de marché sur le marché concurrentiel d'aujourd'hui. Les données qu'ils nous aident à obtenir nous ont permis de définir des marchés démographiques et de repérer des auditoires très ciblés. Résultat : nos campagnes auprès de la clientèle ont été couronnées de succès et nous avons atteint nos objectifs.»

«Ils nous procurent l'avantage dont nous avons besoin pour offrir un service complet et réussir», continue Andrea. Jade a facilité notre travail en nous donnant des cartes et du matériel de présentation et en adaptant ses exposés pour qu'ils aident nos clients à comprendre pleinement l'impact que les études de marché peuvent avoir sur le succès de leur marketing. Statistique Canada nous a aidés à formuler des plans de marketing stratégiques et de communications profitables pour un certain nombre de clients dans le commerce de détail et dans le monde des affaires. Dans chaque cas, l'investissement que nous avons fait avec Statistique Canada au nom de nos clients a porté fruit.»

Jade est ravie d'un tel feedback! «Je prends très au sérieux mon travail d'analyste-conseil», dit-elle. Je considère les produits et services statistiques que j'aide à mettre en marché comme un reflet non seulement de Statistique Canada, mais aussi de ma personne.» ■

Pour plus de renseignements sur la façon de bâtir un partenariat efficace avec l'un des analystes-conseils de Statistique Canada, veuillez contacter le centre de consultation régional le plus proche (voir la liste 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

Rapports sur la santé

Votre portrait de la santé
au Canada



Deux questions retiennent l'attention nationale : le débordement des salles d'urgence et l'annulation des chirurgies électives. Les changements qui surviennent actuellement dans les soins de santé créent le besoin d'avoir à sa disposition de l'information actuelle et fiable. Que vous soyez professionnel de la santé, décideur, directeur général d'un d'hôpital ou étudiant, vous pouvez rester au fait des nouvelles tendances.

Rapports sur la santé, une revue trimestrielle, vous offre des articles de qualité faisant l'analyse des données sur la santé et des statistiques de l'état civil – des renseignements provenant de bases de données ou d'enquêtes nationales ou provinciales. Moyennant 116 \$ par année, vous obtiendrez des articles de recherche scrutés à la loupe par des pairs.

Les articles de Rapports sur la santé portent sur un large éventail de sujets :

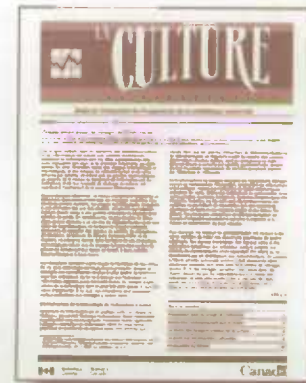
- les caractéristiques des usagers des hôpitaux
- les grossesses chez les adolescentes
- la mortalité infantile et le faible poids à la naissance
- le port du casque de cycliste
- la distance pour se rendre chez le médecin le plus proche
- l'incidence du cancer
- l'impact de la réduction des effectifs hospitaliers

Vous serez prêt à faire fond sur votre propre recherche, à prodiguer de meilleurs services de santé et à prendre des décisions éclairées jour après jour. ■

Pour plus de renseignements sur **Rapports sur la santé**, faites le 1 800 263-1136 et mentionnez le numéro 82-003-XPB au catalogue.

La culture en perspective

L'information qu'il vous faut sur l'évolution
de la scène culturelle



Des forces mondiales transforment l'environnement dans lequel évolue la culture canadienne. Nous vivons dans un monde sans frontières, fait d'Internet et d'accords commerciaux internationaux. Un monde où la culture est vue non seulement dans sa dimension sociale, mais où elle est également considérée comme un enjeu économique et examinée à travers la lunette de la création d'emplois et de l'exportation des produits et services. Les vieilles règles ne tiennent plus.

Que vous soyez administrateur, enseignant, décideur, chercheur, mécène ou artiste de spectacle, les experts du Programme de la statistique culturelle de Statistique Canada sont à votre service.

Dans le bulletin trimestriel *La culture en perspective*, les analystes font pour vous un survol complet de diverses questions : aide financière à la culture, radiotélévision privée et publique, protection des patrimoines naturel et historique du Canada. Pour 27 \$ par année, ils vous aideront à interpréter et à analyser les données et résultats les plus récents de nos enquêtes courantes ainsi que des données complémentaires provenant d'autres sources à l'intérieur de Statistique Canada.

La culture en perspective vous donne l'information détaillée dont vous avez besoin pour :

- faire des recherches et préparer les rapports correspondants
- analyser les marchés culturels
- formuler de saines politiques stratégiques
- augmenter l'efficacité de vos campagnes d'opinion
- suivre l'évolution de la consommation culturelle
- évaluer vos programmes

La culture en perspective : cernez les tendances dès leur apparition sur la scène culturelle! ■

Pour en savoir plus, composez le 1 800 263-1136 et mentionnez le numéro 87-004-XPB au catalogue.

Liens de parenté entre sociétés 1998 Qui possède qui?



Vous trépidiez d'impatience de connaître la structure de propriété dans le secteur des entreprises au Canada? Vous êtes curieux de savoir quelles entreprises entretiennent des liens de travail étroits entre elles?

Avec *Liens de parenté entre sociétés 1998*, vous serez au courant des fusions et des prises de contrôle, devenues monnaie courante dans le monde des affaires d'aujourd'hui.

Ce répertoire d'information vous offre un instantané actuel des liens de parenté entre sociétés en décrivant les relations qui existent entre les principales sociétés canadiennes. Vous saurez en primeur qui possède et contrôle les dix plus grandes compagnies canadiennes, où se trouvent les sièges sociaux de celles-ci et la place qu'elles occupent dans la hiérarchie des entreprises.

La section détaillée du répertoire sur les liens de parenté entre sociétés donne les noms de toutes les sociétés de portefeuille et des sociétés qui leur appartiennent ainsi que leurs pourcentages de propriété respectifs. Vous aurez également accès à de l'information importante telle que la ou les raisons sociales de la société, le pays de contrôle, le code de la Classification type des industries, la province où se trouve le siège social de la société, le nom de la compagnie mère de l'entreprise et le pourcentage de droits de vote possédés.

Cette année, le CD-ROM des *Liens de parenté entre sociétés* sera offert pour la première fois en une version pratique et facile à utiliser pour Windows, qui devrait sortir en juin 1998. Il en coûte 995 \$ pour l'abonnement annuel au CD-ROM trimestriel. Le CD-ROM se vend 350 \$ l'unité.

Et si vous préférez l'imprimé au CD-ROM, n'ayez crainte, la publication de 1998 est offerte au prix de 350 \$. ■

Pour en savoir plus sur cet important outil de référence, faites le 1 800 263-1136 et mentionnez le numéro au catalogue 61-517-XCB (CD-ROM) ou le 61-517-XPB (livre).

L'Analyseur du commerce canadien outil puissant alliant polyvalence et facilité d'utilisation!

Si vous avez à prendre des décisions d'affaires importantes et que vous considérez comme essentielles les données les plus récentes sur les importations et les exportations canadiennes, Statistique Canada met à votre disposition l'outil tout indiqué. Il s'agit d'une nouvelle application logicielle et de traitement de données appelée l'*Analyseur du commerce canadien (ACC)*.



L'*ACC* (numéro de catalogue 65F0015XCF) remplace le CD-ROM *TIERS* de la Division du commerce international. Élaboré au moyen du logiciel Oracle et doté d'une interface Windows, l'*ACC* donne accès à des données dignes de foi au moyen de fonctions puissantes et faciles d'utilisation. Il vous permettra d'extraire des données sur les importations et les exportations sous forme de tableaux ou de diagrammes, selon les groupes de produits.

L'*ACC* exécutera les fonctions que vous lui confierez, aussi simples ou complexes soient-elles. Vous avez besoin de renseignements spéciaux? Le module des tableaux vous permettra de formuler des demandes individualisées sur le commerce. Vous préparez une présentation à l'intention d'un groupe et aimeriez présenter sous forme de diagrammes les tendances en matière de commerce? L'application de création de diagrammes vous aidera à produire les diagrammes désirés. Tout cela, c'est sans compter l'application pour les produits, qui donne accès aux codes de base du Système harmonisé (SH) et permet d'établir des liens avec le *Système de dépistage de la classification*.

L'*ACC* est si polyvalent qu'il vous permettra de faire une rotation des variables pour personnaliser l'apparence d'un tableau ou diagramme, assurant ainsi une présentation plus efficace de vos données.

L'*ACC* vous offrira aussi la possibilité :

- d'accéder en mode descendant aux données hiérarchiques sur les produits et les partenaires commerciaux
- de faire des recherches par mot clé
- de sauvegarder et d'extraire vos interrogations préférées
- d'extraire les données sur les commerçants les plus performants et les moins performants
- d'exporter des données pour les utiliser dans d'autres applications

Un abonnement annuel à l'*ACC*, avec mises à jour mensuelles aussi bien pour les importations que pour les exportations, coûte 2 999 \$.

Pour en savoir plus sur d'autres options susceptibles de répondre à vos besoins, adressez-vous au centre de consultation situé dans votre région, au numéro 1 800 263-1136.

Prenez le pouls ...

suite de la page 1.

canadiennes pour dresser le «profil démographique» des entreprises dans les industries de vente au détail de la Colombie-Britannique.

Les **Structures des industries canadiennes** fournissent le compte des établissements commerciaux selon les codes de la Classification type des industries (CTI) et par tranche d'effectif, pour des régions géographiques comme les provinces et les territoires, les divisions et les subdivisions de recensement.

Grâce à ces données, la RMABC a pu classifier les industries selon la taille des entreprises (petites, moyennes et grandes), laquelle est établie en fonction du nombre d'employés. M. Startup savait désormais combien de magasins comptaient deux employés et

combien en comptaient 500! Il était également en mesure de classer les établissements de vente au détail par type (c.-à-d. supermarché, boulangerie, magasin de fruits et légumes).

Pour connaître la santé économique des divers magasins de détail de la Colombie-Britannique, Derek a utilisé les **Indicateurs de performance financière** (version de la C.-B.). La publication lui a fourni les points de référence qui lui ont permis de comparer les données transmises par des entreprises individuelles à celles de leur groupe d'homologues.

Une prise de décision saine

«Si l'information n'est pas immédiatement disponible, les détaillants sont réticents à payer pour des tableaux particuliers, souligne Mark Startup. Voilà l'exemple type d'une confusion de priorités. Le coût d'entrée sur le marché de la vente au détail est déjà très élevé, la marge d'erreur est aussi très élevée...»

«J'encouragerais le détaillant à approfondir sa recherche pour s'assurer qu'il prend des décisions d'affaires saines, poursuit-il. Statistique Canada donne accès à des renseignements importants. C'est un groupe vraiment très compétent.»

«Le nouveau détaillant voudra investir temps et argent dans la planification de son effectif, la location d'un espace commercial et la création de plans d'affaires, indique M. Startup. Cependant, l'étude du marché demeure aussi une composante essentielle du processus.»

«Il faut chercher l'information qui vous aidera à déterminer la compétitivité de votre entreprise, dit M. Startup. Cela signifie notamment d'étudier la rentabilité des entreprises d'après le code de la Classification type des industries, l'activité dans l'industrie particulière, le revenu des ménages, la consommation par habitant et le chômage. Tous ces éléments réunis vous aident à établir la demande et le marché pour vos produits.» ■

LE POINT SUR INTERNET

CANSIM sur Internet

Pourquoi plus de 500 clients consultent-ils la base de données commerciale exhaustive de Statistique Canada sur l'économie canadienne (communément appelée CANSIM) tous les mois sur Internet?



La prochaine fois que vous explorez Internet, rendez-vous simplement à www.statcan.ca, puis cliquez sur «Produits et services» et choisissez «CANSIM». Vous y

Parce que c'est pratique et simple comme bonjour.

Depuis près de 30 ans, CANSIM permet aux consultants, aux professionnels des affaires et aux universitaires de suivre les tendances des grands secteurs de l'activité économique en remontant parfois jusqu'à 80 ans en arrière. Cette vaste base de données nationales et provinciales examine presque chaque aspect de l'économie canadienne, du taux d'activité aux produits manufacturiers.

trouverez, vous pouvez en être assuré, l'une des bases de données les plus complètes de Statistique Canada, car la plupart des renseignements financiers et socio-économiques recueillis sont maintenant stockés dans CANSIM.

Joignez-vous aux chercheurs et aux utilisateurs occasionnels de CANSIM du monde entier qui se branchent à www.statcan.ca et téléchargent les séries de données qu'ils veulent — quand ils le veulent — pour s'en servir dans un certain nombre d'applications logicielles. ■

Composez le 1 800 263-1136 pour obtenir plus de renseignements sur la vaste banque de données de Statistique Canada sur la vente au détail.

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 Parkdale, Immeuble R.-H.-Coats, 9^e étage, section D, Ottawa (Ontario) K1A 0T6.

Courriel électronique : matters@statcan.ca

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.