

Information Matters

A QUARTERLY NEWSLETTER FROM STATISTICS CANADA

Who are your customers?

The importance of place of work data

By David Roy, Director, Marketing Division and Manon Lechasseur, Marketing Division

ACCORDING TO THE 1996 CENSUS, ALMOST 84% OF WORKERS IN CANADA WORKED OUTSIDE THEIR HOMES. WHY IS THIS INFORMATION SO IMPORTANT? BECAUSE THESE WORKERS ARE CONSUMERS IN THE AREAS THEY WORK IN AS WELL AS IN THEIR HOMES. THEY EAT LUNCHES, SHOP, EXERCISE, AND COMMUTE BETWEEN HOME AND WORK. WHETHER YOU OWN A COFFEE SHOP, SELL FINANCIAL PRODUCTS, OR STUDY URBANIZATION, KNOWING THE "DAYTIME" POPULATION AND ITS CHARACTERISTICS IN YOUR TRADE AREA MAKES GOOD BUSINESS SENSE.

Traditionally tabulated by place of residence or "nighttime" population, Census data paint a picture of the family unit, while data produced from the place of work question offer a bird's eye-view of the employed labour

force, or "daytime" population. The daytime socio-economic and demographic profiles of our cities and towns are very different from their nighttime profiles. For instance, the Calgary Airport area has a nighttime population of 520, but transforms into a hub of activity during the day with a population of 22,640.

Anne Lupien, a Census consultant in the National Capital Region, recommends place of work data to new entrepreneurs as well as those eyeing expansions. One of the data's best features is that users can define their area of interest and there are applications for industries and all levels of government as well as business. Place of work data from the 1996 Census are also more detailed and available



at smaller area levels than those from previous censuses, such as 1991 and 1981.

A wide range of uses

An Ottawa real estate developer used Census place of work data to help decide on the mix of office, residential and retail space for a site in the city's west-end. The property in question was located across the street from a large federal government office complex. The principal market opportunities presented by the departments and their employees were:

- a daytime market for retail outlets, restaurants and consumer services,
- a market for condominiums, and

Continued on page 6.

In This Issue:

Keys to Business Success 2

We're listening... Account executives fulfill your information needs 3

How To Contact Us 3

Product Profiles 4&5

Education resources – A wealth of information at your fingertips 6



Statistics
Canada

Statistique
Canada

Canada

Keys to Business Success

JOHN BALDWIN, DIRECTOR OF THE MICRO-ECONOMICS STUDIES AND ANALYSIS DIVISION, HAS DEVELOPED A SET OF PRODUCTS THAT DESCRIBE THE FACTORS FOR BUSINESS SUCCESS. IN THIS ISSUE, *INFORMATION MATTERS* SPEAKS WITH HIM ABOUT SOME OF THOSE FACTORS AS WELL AS UPCOMING PUBLICATIONS.



John Baldwin

Q: *John, you've done a lot of research on the reasons for business success. How many studies have you done?*

A: We've done three studies over the last three years. We began with *Strategies for Success: A profile of growing small and medium-sized enterprises in Canada* in 1994 and then did *Successful Entrants: Creating the capacity for survival and growth* and *Failing Concerns: Business Bankruptcy in Canada*, both in 1997.

All are still available in print or on Statistics Canada's website (www.statcan.ca).

Q: *In Canada, four out of five businesses fail before they are 10 years old. What are some of the basic skills required by a company to survive?*

A: In *Failing Concerns: Business Bankruptcy in Canada*, we learned about the importance of skillful management. We found that a lack of emphasis on basic managerial skills is more closely related to business failures than a lack of emphasis on innovations and technological change. Any business requires a basic foundation simply to survive; that foundation revolves around managerial skills, financial skills and marketing capabilities. Beyond that, in order to grow, a business must also be successful at innovating and possess a good human resources strategy.

Q: *In addition to good managerial skills, what are some of the strategies used by the more successful firms?*

A: The Micro-Economics Analysis Division has developed a profile of firms that are more successful than their competitors. Two studies, *Strategies for Success: A profile of growing small and medium-sized enterprises in Canada* and *Successful Entrants: Creating the capacity for survival and growth*, looked at some common strategies that are related to success — success as defined by growth.

We found that innovation plays a key role and is invariably connected to growth in a business. Firms that place greater emphasis on a number of innovative strategies grow faster than others do. We also found that these strategies vary by industry. For example, a focus on product innovation tends to be more closely related to success in the manufacturing sector, while in other sectors of the economy it is process innovation, that is, new ways of doing things.

We often think of small businesses as the source of new ideas in the economy. Several of our studies have focused on the extent to which this is the case. We have discovered that new small businesses are innovative in a large number of different dimensions. They tend to place more emphasis on introducing new products of higher quality, provide new forms of services using their products, and focus on developing brand new products and processes.

Finally, faster-growing successful new businesses also placed more emphasis on their human resources strategy — that is, hiring skilled workers and developing greater skill competencies through training. Emphasis on human resources was especially important in the services sector.

Q: *Your Division is very prolific. What can clients expect in the future, in terms of new reports?*

A: This fall, we will publish a study that looks at the failure rates of new small businesses across industries and across regions. While we have examined the factors related to success and/or failure in the small business population, we have not fully documented the extent to which entry is important at the industry level, or how the pattern of exits of firms varies across industries. This new publication will examine this in more detail.

We will also be looking at innovation in a highly dynamic sector of the economy, the business services sector. This new study will provide us with a fascinating view of the innovative process in the sector. ■

For more information or to order the publications mentioned in this article, contact your nearest Regional Reference Centre at 1 800 263-1136.

We're listening... account executives fulfill your information needs

By Sandra Lee McIntyre, Advisory Services, Ontario Region

WHEN THE TORONTO-BASED CANADIAN GIFT AND TABLEWARE ASSOCIATION (CGTA) DECIDED TO UNDERTAKE A MEMBERSHIP SURVEY TO GATHER FINANCIAL INDICATORS AND BENCHMARKS TO HELP MEMBERS EVALUATE THEIR COMPANY'S PERFORMANCE, IT SEEMED LIKE A SIMPLE TASK. HOWEVER, THE RESPONSE RATE TO SOME QUESTIONS ABOUT FINANCIAL PERFORMANCE AND COMPANY PROFITABILITY WAS LOW AND THEREFORE THE RESULTS NOT AS USEFUL AS EXPECTED.

"Many of our members are small companies and the owners are not comfortable divulging sensitive financial information about themselves and their business," says Jack Shand, president of the CGTA. "We needed to find a solution that would give us the information we required in order to help our members." It was time to bring in additional expertise.

That's when Industry Canada – on behalf of CGTA – contacted Sri Kanagarajah, an Account Executive with Statistics Canada's regional office in Toronto, to obtain current statistics on retail, manufacturing and trade. In addition to providing the requested data, Sri suggested other Statistics Canada sources, including **Financial Performance Indicators for Canadian Business (FPICB)**, **Canadian Business Patterns**, **SARTRE (Small Area Retail Trade Estimates)**, and **custom tabulations** of financial and manufacturing data. Jack Wilson, Assistant Director of the Industrial Organization and Finance Division, also provided his expertise on data analysis by offering suggestions and advice on the various data sets to be used in the project.

"All our clients have individual data needs," says Sri. "We delivered financial statistics from the business tax files and discussed a process called "record linkage" that allows Statistics Canada to produce data for a specific group of companies." Sri proposed a record linkage project to match the names and addresses of the member companies to the business tax files. Shand was pleased with the fact that since industry-based statistics and not company-based statistics would be provided,

there would be **no disclosure of confidential information**.

To link the records, Shand provided Sri with an electronic file of their membership complete with address information. Automatic matching between the client's file containing membership information and the corporate tax file was followed by a manual process for unmatched names that involved marrying records using information such as name, postal code and in-scope SIC (standard industrial classification). "The requirements from Statistics Canada were easy to meet and we were very pleased with their frequent communication to us, which described how the project was progressing," said Jack Shand of the CGTA.

The data produced were aggregates for the seven variables identified by the client: assets, liabilities, equity, revenue, gross profit, pretax profit, and net profit. A count of firms and the total dollar value of revenue based on predetermined revenue size groups were produced.



Jack Shand and Sri Kanagarajah

Financial Performance Indicators provided financial ratios.

The analysis showed that the member companies in the Canadian gift and tableware industry membership study had a total of \$1.7 billion in assets, \$2.7 billion of total revenue and net profits of \$54 million. Seventy-four percent of businesses had revenues of less than \$2.5 million. These numbers were tabulated from records of 797 firms out of a total membership of 1,394. Estimates of total revenue for the entire membership range from \$3.3 to \$3.6 billion. The revenue break out by size made it possible to look at different size players within this membership.

Jack Shand and the association were impressed with the results. "I considered the analysis and the report to be excellent," he commented. "The Statistics Canada research

Continued on page 6.

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

Market Research Handbook Your Key to Profits and Success in the Canadian Market



The new **Market Research Handbook 1998** reveals the Canadian marketplace the way no other statistical resource can. It delivers first hand results from more than 20 specialized Statistics Canada surveys, plus the very latest details from the 1996 Census, in one practical sourcebook!

Use **Market Research Handbook 1998** to spot emerging market trends, position your products effectively, and gain a competitive edge in an increasingly volatile and competitive economy. For entrepreneurs, market researchers, planners and analysts, **Market Research Handbook 1998** is an invaluable and comprehensive decision-support tool for analyzing market conditions — from the local to the national level — using key consumer demographic variables such as: population, age, sex, education, earnings, retail sales, household expenditures; vital economic indicators such as consumer and industrial price indices, international trade data, Gross Domestic Product; as well as business demographics by industry, size of business, and urban area.

Among the many enhancements to the 1998 edition, you'll find the very latest family expenditure survey data, a helpful *User's Guide*, help-line phone numbers to connect you to the analysts and specialists who gather and analyze the data, CANSIM data matrix references ... plus so much more! This year's **Market Research Handbook** also includes an extensive glossary of terms, complete data sources for follow-up research and, most importantly, unparalleled demographic and economic information on 45 urban centres across Canada.

Market Research Handbook 1998 provides both an excellent framework for analysis of market trends plus the salient details to complete the picture for you. ■

To order your copy of **Market Research Handbook 1998**
(Catalogue No. 63-224-XPB) priced at \$125, call 1 800 263-1136.

The 1996 Census Nation Series Edition 4



Are you directly involved in research, forecasting or decision-making? Do you need accurate information on key characteristics of the Canadian population such as demographics, social, cultural, labour force and income, as well as details on dwellings, households and families?

This fourth and final edition of the **1996 Census Nation Series** contains more than 130 cross-tabulated tables and incorporates all data from previous editions for Canada, the provinces, territories and census metropolitan areas. You will get data on: age, sex and marital status; family structure; structural type of dwelling and household size; immigration and citizenship; languages; Aboriginal people; ethnic origin and visible minorities; labour market activities and unpaid household activities; place of work and mode of transportation to work; education; mobility and migration; industry and family income; social and economic characteristics of families. What's more, many tables also include comparative data from previous censuses.

The **1996 Census Nation** data are hyperlinked to useful descriptions and definitions and bundled with user-friendly software (Beyond 20/20™ for Windows™) for quick and easy searching and sorting, and for copying tables and charts to your own spreadsheet programs.

This indispensable CD-ROM is available for only \$60 (catalogue number 93F0020XCB96002).

Soon to be released: *The 1996 Census Area Profiles* (catalogue number 95F00253XCB96000) profiled in the March 1998 issue of **Information Matters**. ■

To find out what census data can do for you or to order **The 1996 Census Nation Series, Edition 4** or **The 1996 Census Area Profiles**, call 1 800 263-1136.

Canadian Economic Observer

Canada's leading report card on the economy



Regardless of the size of your enterprise, you must keep abreast of the latest economic developments. But can you afford to spend hours everyday reading several newspapers and magazines, or even surfing the Net?

Why not go straight to the source for a full and complete range of economic data you will not find anywhere else? Each issue of *Canadian Economic Observer* is packed with up-to-date economic information and financial analysis, and contains a wide range of charts and tables on the key economic indicators for Canada, the provinces and the major industrial nations. *CEO* can help you support and substantiate your planning, forecasting and analytical activities as well as your own research. Each month, you will find:

- summary of current economic conditions, trends and developments
- highlights of economic events at home and abroad
- feature articles on a wide range of topics such as technology, self-employment, and business demographics
- statistical summary of key economic indicators: markets, prices, trade, demographics, unemployment, and many others

All articles and tables have names and contact information for Statistics Canada analysts. Subscribers also receive a copy of *CEO's* annual *Historical Statistical Summary* for longer term analyses of trends.

For \$227 a year, you can have this essential publication delivered right to your mailbox. Individual issues cost \$23. So why not get the complete economic picture the cost-efficient and timesaving way? Subscribe to the *Canadian Economic Observer*. ■

For more information on *Canadian Economic Observer*, call 1 800 263-1136 and quote catalogue number 11-010-XPB.

Canada Year Book 1999

A chronicle of life in Canada



On the eve of a new millennium, Canadians are facing many challenges and opportunities—social, economic, historical, cultural. *Canada Year Book 1999* is a mirror of much of this activity, offering readers an in-depth look at the forces, trends and issues shaping the nation.

Published since 1867, this highly respected classic goes far beyond the scope of a standard A-to-Z encyclopedia. It spans the full range of Canadian history, highlighting important events, accomplishments and personalities in four thematic sections: *The Land, The People, The Economy, The Nation*. *Canada Year Book 1999* provides a myriad of facts and figures, numerous tables and charts, dozens of informative feature articles and unique eye-catching visuals.

Whether you are a business executive or a teacher, a writer or a researcher, a parent or simply someone curious about the country, *Canada Year Book 1999* is suitable for a variety of applications such as complete project research or quick fact-finding. And with its stunning, full-colour glossy photographs, it's also an ideal gift for corporate visitors or for use in employee recognition programs.

Discover why this easy-to-read, multi-purpose reference tool has touched the hearts and expanded the minds of generations of readers. It is the most current and comprehensive single volume Canadian reference on the market today!

Canada Year Book 1999 on CD-ROM will be available in early 1999. ■

To order your copy of *Canada Year Book 1999*, please call 1 800 263-1136.

Who are your customers?

continued from page 1.

- a market for business services.

Place of work data revealed not only the daytime population, but such characteristics as age, marital status, family size, personal and family income, home ownership and location of current residence, all of which had direct bearing for the retail and residential potential

of the site. The data proved to be invaluable not only in assessing the best use of the site but also in eventually marketing the residential, retail and office space.

There are hundreds of uses for place of work data. Entrepreneurs use them to prepare business plans, devise marketing campaigns, and plan the location of retail establishments. Governments use them to identify requirements for facilities such as schools and hospitals. Transportation planners use them to

monitor trends in travel behaviour, and forecast future transportation requirements for roads and transit facilities, and urban planners use them to plan urban growth, analyze industrialization patterns within regions, and study the movement of jobs from downtown to the suburbs. ■

To find out how place of work data can be used to increase your revenues and customer base, call 1 800 263-1136.

INTERNET UPDATE

Education resources

A wealth of information at your fingertips



Statistics Canada is recognized around the world for the quality of its information. And now, thanks to several Agency initiatives, www.statcan.ca offers the education community easy access to a wide variety of statistical products and services with a few clicks of a mouse.

Both instructional and fun!

Educators can now download, at no cost, a variety of teaching activities developed by professional educators and ready for use in the classroom. The teaching kits and lesson plans cover topics such as crime, agriculture, and the 1996 Census. Some kits are designed to accompany Statistics Canada publications such as **Canadian Social Trends** and the **Canada Year Book**.

Other products are available at a reasonable cost. **E-STAT**, an interactive learning tool published exclusively for educational institutions, brings Canadian economic and social data to classrooms. Two programs geared specifically to the needs and requirements of post-secondary institutions, the **University Liaison Program** and the **Data Liberation Initiative (DLI)**, offer access to information and products for use in lectures, assignments and student research projects.

The next time you're on the Internet, why not visit us, under **Education Resources**, and discover why www.statcan.ca is the site of choice for educators and students of all ages. ■

We're listening...

continued from page 3.

was cost-effective and gave us the information we needed. I was impressed with StatsCan's ability to meet our deadlines and to turn around this project on fairly short notice. Their staff is very customer service oriented. This is a resource which associations should investigate and utilize." ■

To find out how Statistics Canada's account executives can assist you with your business needs or to obtain information on one of the products mentioned in the article, contact your nearest Regional Reference Centre at 1 800 263-1136.

THE LAST WORD IS YOURS!

Your feedback is important to us.

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

Qui sont vos clients?

L'importance des données recueillies en milieu de travail

Par David Roy, directeur, Division du marketing, et Manon Lechasseur, Division du marketing

D'APRÈS LE RECENSEMENT DE 1996, PRÈS DE 84 % DES PERSONNES QUI TRAVAILLENT AU CANADA LE FONT À L'EXTÉRIEUR DE LEUR DOMICILE. POURQUOI CETTE INFORMATION EST-ELLE SI IMPORTANTE? PARCE QUE CES GENS SONT DES CONSOMMATEURS LÀ OÙ ILS TRAVAILLENT AUSSI BIEN QUE LÀ OÙ ILS VIVENT. ILS PRENNENT LEUR REPAS DU MIDI, FONT DES COURSES, FONT DE L'EXERCICE, PUIS FONT LA NAVETTE ENTRE LEUR LIEU D'HABITATION ET LEUR LIEU DE TRAVAIL. QUE VOUS SOYEZ PROPRIÉTAIRE D'UN CAFÉ-RESTAURANT, VENIEZ DES PRODUITS FINANCIERS OU ÉTUOIEZ L'URBANISME, LE FAIT DE CONNAÎTRE LA POPULATION « DIURNE » ET SES CARACTÉRISTIQUES DANS VOTRE RÉGION PEUT ÊTRE TRÈS UTILE.

Traditionnellement, les données du recensement sont recueillies en fonction du domicile ou de la population dite « nocturne » et permettent de tracer le profil de l'unité familiale, tandis que les données recueillies en milieu de travail donnent un aperçu de la population active occupée, c'est-à-dire « diurne ». Les profils démographiques et socio-économiques diurnes de nos villes sont très différents des

profils nocturnes. Ainsi, la région de l'aéroport de Calgary compte une population nocturne de 520, mais se transforme le jour en une véritable ruche accueillant 22 640 personnes.

Anne Lupien, conseillère au Recensement dans la région de la capitale nationale, recommande les données recueillies en milieu de travail aux nouvelles entreprises et à celles qui veulent s'agrandir. L'une des principales caractéristiques de ces données, c'est qu'elles permettent aux utilisateurs de définir leur domaine d'intérêt; de plus, il existe des applications pour les divers secteurs d'activité, les administrations publiques de tous les niveaux ainsi que les entreprises. Les données recueillies en milieu de travail provenant du Recensement de 1996 sont également plus détaillées que celles des recensements antérieurs (p. ex. 1991 et 1981), et on peut se les procurer pour de plus petites régions.



Une large gamme d'applications

Un promoteur immobilier d'Ottawa a utilisé des données de recensement recueillies en milieu de travail pour déterminer la juste proportion de locaux de bureaux, d'habitation et de vente au détail dans le cadre d'un projet mené dans l'ouest de la ville. Le terrain en question se trouvait en face d'un important complexe de bureaux du gouvernement fédéral. Les principales possibilités offertes par la présence des ministères et des fonctionnaires étaient les suivantes :

- points de vente au détail, restaurants et services aux consommateurs durant le jour,
- habitations en copropriété,
- services commerciaux.

Les données recueillies en milieu de travail

Voir la page 6.

Dans ce numéro :

- Les clés du succès en affaires* 2
- Nous sommes à l'écoute... Les analystes-conseils répondent à vos besoins en matière d'information* 3
- Comment nous joindre?* 3
- Profils de produits* 4 et 5
- Ressources éducatives — Une mine d'information au bout des doigts* 6



Les clés du succès en affaires

JOHN BALDWIN, DIRECTEUR DE LA DIVISION DES ÉTUDES ET DE L'ANALYSE MICRO-ÉCONOMIQUES, A DÉVELOPPÉ UNE SÉRIE DE PRODUITS QUI DÉCRIVENT LES FACTEURS CLÉS DU SUCCÈS DES ENTREPRISES. **QUESTION D'INFORMATION** LUI A POSÉ QUELQUES QUESTIONS AU SUJET DE CES FACTEURS CLÉS ET DES PUBLICATIONS À VENIR.

Q: John, vous avez fait beaucoup de recherche sur les raisons qui font qu'une entreprise a du succès. Combien d'études avez-vous menées?

R: Nous avons mené trois études au cours des trois dernières années. La première, *Stratégies de réussite : profil des petites et des moyennes entreprises en croissance au Canada*, a été publiée en 1994; en 1997, nous avons publié *Les jeunes entreprises montantes : se donner les moyens de survivre et de croître* et *Les faillites d'entreprise au Canada*.

On peut obtenir la version imprimée de ces publications, ou se procurer la version électronique sur le site Web de Statistique Canada (www.statcan.ca).

Q: Au Canada, quatre entreprises sur cinq font faillite avant d'avoir 10 ans. Quelles compétences de base une entreprise doit-elle posséder pour assurer sa survie?

R: En préparant *Les faillites d'entreprise au Canada*, nous avons constaté l'importance d'une saine gestion. Nous avons observé que le fait de négliger les compétences de base en gestion est lié plus étroitement aux faillites que le manque d'innovation ou d'évolution technologique. Pour survivre, une entreprise doit avoir une saine structure de base; cette structure se fonde sur les qualités gestionnaires, les compétences financières et les capacités en marketing. De plus, la croissance d'une entreprise exige un esprit d'innovation et une bonne stratégie de ressources humaines.



John Baldwin

Q: En plus des qualités gestionnaires, quelles sont les stratégies des entreprises qui réussissent le mieux?

R: La Division des études et de l'analyse micro-économiques a préparé un profil des entreprises qui ont plus de succès que leurs concurrents. Deux études, *Stratégies de réussite : profil des petites et des moyennes entreprises en croissance au Canada* et *Les jeunes entreprises montantes : se donner les moyens de survivre et de croître*, ont permis d'examiner quelques-unes des stratégies liées au succès, le succès étant défini par la croissance.

Nous avons observé que l'innovation joue un rôle clé et qu'elle est invariablement associée à la croissance d'une entreprise. Les compagnies qui accordent une plus grande importance à diverses stratégies d'innovation connaissent une plus grande croissance que les autres. Nous avons également constaté que ces stratégies varient selon le secteur. Ainsi, l'innovation en matière de produits a tendance à être liée plus étroitement au succès dans le secteur manufacturier, tandis que dans d'autres secteurs de l'économie, c'est un autre type d'innovation, lequel consiste à trouver de nouvelles façons de faire les choses, qui a tendance à être lié de façon plus étroite au succès.

Nous pensons souvent que la petite entreprise est la source des idées nouvelles dans l'économie. Plusieurs de nos études cherchaient à vérifier la justesse de cette affirmation. Nous avons découvert que les nouvelles petites entreprises font preuve d'innovation à plusieurs égards. Elles ont tendance à miser sur le lancement de nouveaux produits de qualité supérieure, à fournir de nouveaux types de services à l'aide de leurs produits, et à concevoir de nouveaux produits et procédés.

Enfin, les nouvelles entreprises à croissance plus rapide accordent aussi une plus grande importance à leur stratégie de ressources humaines, c'est-à-dire au recrutement de personnes qualifiées et à l'acquisition de compétences grâce à la formation. L'importance des ressources humaines est particulièrement marquée dans le secteur des services.

Q: Votre division est très prolifique. Quels nouveaux rapports prévoyez-vous publier?

R: Cet automne, nous publierons une étude sur les taux d'échec parmi les nouvelles petites entreprises dans plusieurs secteurs et dans plusieurs régions. Les paramètres du succès ou de l'échec des petites entreprises ont été examinés, mais il reste à documenter pleinement les modalités d'apparition au niveau sectoriel, ainsi que la variété des modes de disparition selon le secteur. Cette nouvelle publication permettra d'approfondir la question.

Nous allons également examiner l'innovation dans un secteur très dynamique de l'économie, c'est-à-dire le secteur des services aux entreprises. Il s'agira d'un regard fascinant sur le processus d'innovation dans ce secteur. ■

Pour en savoir davantage ou commander les publications mentionnées dans le présent article, communiquez avec le centre de consultation régional le plus près au 1 800 263-1136.

Nous sommes à l'écoute...

Les analystes-conseils répondent à vos besoins en matière d'information

Par Sandra Lee McIntyre, Services consultatifs, Région de l'Ontario

LORSQUE L'ASSOCIATION CANADIENNE DE CADEAUX ET D'ACCESSOIRES DE TABLE (ACCAT) ÉTABLIE À TORONTO A DÉCIDÉ DE MENER UN SONDAGE AUPRÈS DE SES MEMBRES AFIN D'OBTENIR DES INDICATEURS FINANCIERS ET DES POINTS DE RÉFÉRENCE POUR AIDER LES MEMBRES À ÉVALUER LA PERFORMANCE DE LEUR ENTREPRISE, LA TÂCHE SEMBLAIT FACILE. CÉPENDANT, LE TAUX DE RÉPONSE À CERTAINES QUESTIONS SUR LA PERFORMANCE FINANCIÈRE ET LA RENTABILITÉ DE L'ENTREPRISE A ÉTÉ FAIBLE ET LES RÉSULTATS NE SE SONT PAS AVÉRÉS AUSSI REPRÉSENTATIFS QUE PRÉVUS.

« Bon nombre de nos membres sont de petites entreprises et les propriétaires ne sont pas à l'aise à l'idée de divulguer des informations financières de nature délicate au sujet d'eux-mêmes et de leur entreprise », affirme Jack Shand, président de l'ACCAT. « Nous devons trouver une façon d'obtenir les données dont nous avons besoin pour aider nos membres ». Il était temps de faire appel à une expertise additionnelle.

C'est alors qu'Industrie Canada – pour le compte de l'ACCAT – a communiqué avec Sri Kanagarajah, analyste-conseil au bureau régional de Statistique Canada à Toronto, afin d'obtenir des statistiques courantes sur la vente au détail, la fabrication et le commerce. En plus de fournir les données demandées, Sri a suggéré d'autres sources de Statistique Canada, notamment les **Indicateurs de performance financière des entreprises canadiennes (IPFEC)**, les **Structures des industries canadiennes**, **ERVEDÉ (Estimations régionales des ventes du commerce au détail)**, et les **totalisations spéciales** de données financières et de fabrication. Jack Wilson, directeur adjoint de la Division de l'organisation et des finances de l'industrie, a également fourni ses compétences en analyse de données en offrant des suggestions et des conseils quant à l'utilisation de divers fichiers de données.

« Tous nos clients ont besoin de données bien à eux, constate Sri. Dans le cas présent, nous leur avons remis des statistiques financières tirées de fichiers d'impôt sur les sociétés et nous avons examiné une méthode appelée "couplage de dossiers" qui permet à Statis-

tique Canada de produire des données sur une catégorie particulière d'entreprises ». Sri a proposé un projet de couplage d'enregistrements pour mettre en correspondance les noms et les adresses des entreprises membres avec les fichiers d'impôt sur les sociétés. M. Shand était heureux de constater qu'étant donné que les statistiques porteraient sur l'industrie et non sur les entreprises, il n'y aurait pas **divulgaration de renseignements confidentiels**.

Pour coupler les enregistrements, M. Shand a remis à Sri un fichier électronique de ses membres contenant des adresses. La mise en correspondance automatique du fichier du client contenant des renseignements sur les membres et du fichier d'impôt sur les sociétés a été suivie du traitement manuel des noms

non assortis qui consistait à jumeler les enregistrements à l'aide d'information tels le nom, le code postal et un code CTI (Classification type des industries) valable. « Il était facile de répondre aux exigences de Statistique Canada et nous étions très satisfaits de leurs fréquents rapports sur l'état d'avancement du projet », affirme M. Shand.

Les données produites ont été regroupées sous sept variables identifiées par le client : actif, passif, avoir, produits d'exploitation, bénéfice brut, bénéfice avant impôt et bénéfice net. On a ainsi dénombré les entreprises et obtenu la

valeur monétaire totale des produits selon des groupes prédéterminés de taille de produits d'exploitation. Les **Indicateurs de performance financière** ont généré des ratios financiers.

L'analyse a démontré que les entreprises membres qui ont participé à l'étude sur les membres de l'in-

dustrie canadienne de cadeaux et d'accessoires de table enregistraient un actif total de 1,7 milliard de dollars, des produits totaux de 2,7 milliards de dollars et des bénéfices nets de 54 millions de dollars. Les produits d'exploitation de 74 % des entreprises étaient inférieurs à 2,5 millions de dollars. Ces

Voir la page 6.



Jack Shand and Sri Kanagarajah

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

Recueil statistique des études de marché

Votre clé de la réussite sur le marché canadien



Le tout dernier *Recueil statistique des études de marché 1998* fait état du marché canadien comme aucune autre source statistique ne le fait. Il réunit les résultats de plus de 20 enquêtes spéciales de Statistique Canada, de même que les plus récentes données du Recensement de 1996, dans un seul guide de référence pratique!

Utilisez le *Recueil statistique des études de marché 1998* pour repérer les nouvelles tendances, positionner vos produits efficacement et acquérir un avantage concurrentiel au sein d'une économie de concurrence sans cesse changeante. Pour les entrepreneurs, comme pour les spécialistes des études de marché, les planificateurs et les analystes, le *Recueil statistique des études de marché 1998* constitue un outil complet de très grande valeur. Il permet d'analyser de façon éclairée les conditions de votre marché – à l'échelle régionale ou nationale – à l'aide de variables démographiques qui sont le reflet des consommateurs, telles que : population, âge, sexe, scolarité, revenu, ventes au détail et dépenses des ménages; d'indicateurs économiques tel que des données sur les indices des prix à la consommation et de l'industrie, le commerce international, le produit intérieur brut; de même que sur la démographie des entreprises selon le secteur d'activité, la taille de l'entreprise et la région urbaine.

De nombreuses améliorations ont été apportées à l'édition de 1998. Vous y trouverez les données les plus récentes de l'Enquête sur les dépenses des familles, un guide d'utilisation, des numéros d'aide téléphonique vous permettant de communiquer avec les experts qui recueillent et analysent les données ainsi que des références aux matrices de données CANSIM.

L'édition de 1998 du *Recueil statistique des études de marché* comprend également un vaste glossaire, des renseignements sur les sources et, en particulier, de l'information socioéconomique incomparable sur 45 grandes villes du Canada.

Le *Recueil statistique des études de marché 1998* fournit un excellent cadre se prêtant à l'analyse des tendances des marchés, de même que des descriptions détaillées qui viennent compléter la vue d'ensemble. ■

Pour commander votre exemplaire du **Recueil statistique des études de marché 1998** (numéro 63-224-XPB au catalogue) au coût de 125 \$, composez le 1 800 263-1136.

La série "Le pays" du Recensement de 1996

Édition 4



Les recherches, les prévisions et les prises de décisions sont pour vous chose courante? Vous avez besoin d'information précise sur les caractéristiques clés de la population canadienne telles des données démographiques, sociales et culturelles, des données sur la population active et sur les revenus ainsi que des précisions sur les logements, les ménages et les familles?

Cette quatrième et dernière édition de la *série "Le pays" du Recensement de 1996* contient plus de 130 tableaux croisés et réunit toutes les données des éditions précédentes sur le Canada, les provinces, les territoires et les régions métropolitaines de recensement. Vous y trouverez des données sur l'âge, le sexe et l'état civil, la structure familiale, le type de construction des logements et la taille des ménages, l'immigration et la citoyenneté, la langue, les autochtones, l'origine ethnique et les minorités visibles, les activités sur le marché du travail et à la maison, le lieu de travail et les moyens de transport pour s'y rendre, la scolarité, la mobilité et la migration, la branche d'activité et le revenu familial, et les caractéristiques sociales et économiques des familles. De plus, plusieurs tableaux contiennent également des données comparatives tirées de recensements précédents.

Les données de la *série "Le pays" du Recensement de 1996* sont reliées par hyperliens à des métadonnées et réunies dans un logiciel convivial (Beyond 20/20^{MC} pour Windows^{MC}) afin d'accélérer et de faciliter la recherche et le tri ainsi que pour reproduire des tableaux et des graphiques dans vos propres tableurs électroniques.

Vous pouvez vous procurer ce CD-ROM indispensable pour seulement 60 \$ (numéro 93F0020XCB96002 au catalogue).

Disponible sous peu : Profils de secteurs—Recensement de 1996 (numéro 95F00253XCB96000 au catalogue) dont il a été question dans l'édition de mars 1998 de *Question d'information*. ■

Pour découvrir tout ce que vous pouvez tirer des données de recensement ou pour commander la *série "Le pays" du Recensement de 1996—Édition 4* ou *Profils de secteurs—Recensement de 1996*, composez le 1 800 263-1136.

**L'Observateur
économique canadien**
Le principal bulletin de santé
économique du Canada



Peu importe la taille de votre entreprise, vous devez être à la fine pointe de l'actualité économique. Mais avez-vous des heures à consacrer chaque jour à la lecture de journaux et de magazines, ou à la consultation de sites Internet?

Mieux vaut passer directement à la source pour obtenir une gamme complète de données économiques que vous ne trouverez nulle part ailleurs. Chaque numéro de *L'Observateur économique canadien* vous offre des renseignements économiques et des analyses financières à jour, ainsi que tout un choix de tableaux et de graphiques présentant les indicateurs économiques clés pour le Canada, les provinces et les grands pays industrialisés. *L'Observateur économique canadien* peut vous aider à faire votre planification, vos prévisions et vos analyses, ainsi qu'à mener vos propres recherches. Chaque mois, vous y trouverez :

- un résumé des conditions économiques, des tendances et des faits récents
- un aperçu des événements économiques au pays et à l'étranger
- des études de fond sur tout un choix de thèmes comme la technologie, le travail indépendant et la démographie des entreprises
- un résumé statistique des indicateurs économiques clés comme les marchés, les prix, le commerce, la démographie, le chômage, et plus encore.

Tous les articles et les tableaux donnent le nom et les coordonnées d'analystes de Statistique Canada. Les abonnés reçoivent également un exemplaire de la publication annuelle *Supplément statistique historique de l'OCE*, axée sur une analyse des tendances à plus long terme.

Pour 227 \$ par année, vous recevrez cette publication indispensable dans votre courrier. Les numéros se vendent 23 \$ l'unité. La façon la plus efficace et la plus rentable d'être à la fine pointe de l'actualité économique, c'est de s'abonner à *L'Observateur économique canadien* ■

Pour en savoir davantage sur *L'Observateur économique canadien*, appelez au 1 800 263-1136 et mentionnez le numéro 11-010-XPB au catalogue.

Annuaire du Canada 1999
une chronique continue de la
vie au Canada



À l'aube du nouveau millénaire, les Canadiens sont confrontés à de nombreux défis et possibilités sur le plan social, économique, historique et culturel. *L'Annuaire du Canada 1999* est le miroir d'une grande partie de ces activités et offre aux lecteurs une fenêtre sur les forces, les tendances et les questions qui façonnent la nation.

Publié depuis 1867, ce grand classique est plus qu'une simple encyclopédie présentée sous forme alphabétique. Il couvre l'histoire du Canada en soulignant les événements, les accomplissements et les personnages importants dans quatre sections thématiques : *L'environnement, La société, L'économie et L'État*. *L'Annuaire du Canada 1999* contient une myriade de faits et de chiffres, d'innombrables tableaux et graphiques, une foule d'articles de fond informatifs ainsi que des illustrations accrocheuses uniques.

Que vous soyez chef d'entreprise ou enseignant, écrivain ou chercheur, parent ou simplement curieux d'en connaître davantage sur le pays, *L'Annuaire du Canada 1999* convient à une multitude d'applications telles la conduite d'un projet de recherche ou d'une enquête rapide. Et grâce à ses fantastiques photographies en couleurs sur papier glacé, il est le cadeau idéal pour les visiteurs d'entreprise ou le prix rêvé pour les programmes de reconnaissance des employés.

Découvrez pourquoi cet outil de référence à usage multiple facile à lire a touché le cœur et ouvert l'esprit de générations de lecteurs. C'est l'ouvrage de référence canadien en un seul volume le plus courant et le plus complet sur le marché de nos jours!

L'Annuaire du Canada 1999 sur CD-ROM sera disponible au début de 1999. ■

Pour commander votre exemplaire de *L'Annuaire du Canada 1999*, veuillez téléphoner au 1 800 263-1136.

Qui sont vos clients?

suite de la page 1.

ont permis de connaître non seulement la population diurne, mais aussi des caractéristiques comme l'âge, l'état civil, la taille des familles, le revenu personnel et familial, l'accès à la propriété et le lieu d'habitation permanent, tous des éléments utiles pour déterminer la faisabilité d'un tel projet résidentiel et de vente au détail. Les données se sont avérées inestimables et ont servi non seulement à déterminer l'aménagement optimal de l'emplacement, mais aussi à trouver des dé-

bouchés pour les locaux résidentiels, de vente au détail et de bureaux.

Il existe des centaines d'applications pour les données recueillies en milieu de travail. Les entreprises s'en servent pour faire de la planification, concevoir des campagnes de marketing et déterminer l'emplacement de points de vente au détail. Les administrations publiques les utilisent pour cerner les besoins en matière d'installations comme des écoles et des hôpitaux. Les experts en transports s'en servent pour analyser le comportement des gens qui ont à se déplacer et pour prévoir les futurs besoins de chemins et de services de transport en commun, tandis que les urbanis-

tes les utilisent pour planifier la croissance urbaine, analyser l'industrialisation des régions et étudier les transferts d'emplois entre le centre-ville et la banlieue. ■

Pour découvrir comment les données recueillies en milieu de travail peuvent accroître vos recettes et votre clientèle, appelez au 1 800 263-1136.

Nous sommes à l'écoute...

suite de la page 3.

chiffres ont été totalisés à partir des enregistrements de 797 entreprises sur un total de 1 394 membres. On estime que les produits totaux de l'ensemble des membres se situent entre 3,3 et 3,6 milliards de dollars. La ventilation des produits selon la taille a permis d'étudier des entreprises de tailles différentes.

Jack Shand et l'Association ont été impressionnés par les résultats. « J'estime que l'analyse et le rapport sont excellents », a-t-il commenté. La recherche de Statistique Canada a été rentable et nous a fourni l'information dont nous avions besoin. J'ai été impressionné par la capacité de Statistique Canada de respecter nos échéances et de mener à bien ce projet malgré un préavis assez court. Son personnel est très axé sur le service à la clientèle. C'est une ressource que les associations gageraient à connaître et à utiliser ». ■

Composez le 1 800 263-1136 pour découvrir comment nos analystes-conseils peuvent vous aider.

LE POINT SUR INTERNET

Ressources éducatives

Une mine d'information au bout des doigts



Statistique Canada est reconnu dans le monde entier pour la qualité de son information. Et maintenant, grâce à plusieurs initiatives du Bureau, www.statcan.ca offre au monde de l'enseignement un accès facile à une vaste gamme de produits et de services statistiques. Il suffit de savoir manier une souris et de cliquer.

Instructif et amusant!

Les éducateurs peuvent désormais télécharger, sans frais, diverses activités d'enseignement mises au point par des éducateurs professionnels et prêtes à utiliser en classe. Les trousseaux de l'enseignant et les plans de leçons couvrent des sujets comme la criminalité, l'agriculture et le Recensement de 1996. Certaines trousseaux sont destinées à accompagner des publications de Statistique Canada comme **Tendances sociales canadiennes** et **l'Annuaire du Canada**.

Et il y a d'autres produits disponibles à prix raisonnable. **E-STAT**, outil pédagogique interactif publié exclusivement pour les établissements d'enseignement, met les données économiques et sociales canadiennes à la disposition des élèves. Deux programmes adaptés spécifiquement aux besoins et aux exigences des établissements d'enseignement postsecondaire, le **Programme de liaison universitaire** et l'**Initiative de démocratisation des données (IDD)**, donnent accès à des renseignements et à des produits à utiliser dans des cours, des travaux et des projets de recherche d'étudiants.

La prochaine fois que vous explorerez l'Internet, venez nous visiter, sous **Ressources éducatives**, et découvrez pourquoi www.statcan.ca est le site de choix des éducateurs et des élèves de tous âges. ■

LE DERNIER MOT EST À VOUS!

Nous voulons savoir vos opinions.
Veuillez 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
Courrier électronique : matfers@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.