Association canadienne des produits de bureau

Votre réussite est notre grande priorité!

Rapport d'affaires mensuel

Janvier, 2013

Ce mois-ci :

La valeur des données

Introduction au Rapport d'affaires mensuel de la COPA
La valeur des données
Aperçu des mois qui viennent
- Le grand tableau – Ordinateurs et périphériques
- Tendances : Imprimerie
- Ventes par type de magasin – Papeterie, fournitures de bureau
- Indices de prix - Papier
- Coûts de main-d'œuvre - Commerces de détail

Comment les données peuvent-elles aider votre entreprise?
Calendrier de publication et vos commentaires
Avis de non-responsabilité

CONFIDENTIEL

Introduction:
Au cours des mois qui viennent, la COPA publiera des rapports inédits préparés spécifiquement pour les membres de la COPA. Ces rapports présenteront des données, des graphiques, des tableaux et des commentaires qui vous permettront de mieux comprendre notre secteur d'activités et notre marché. Ces renseignements pourront vous aider dans la gestion de votre entreprise et appuyer vos décisions dans le contexte commercial complexe d'aujourd'hui.

Ces rapports sont réservés exclusivement aux membres de la COPA.

La valeur des données

« Dans la vraie vie, les gestionnaires analysent moins de chiffres qu'ils le pensent. En fait, ce sont principalement des gens d'idées qui passent le plus clair de leur temps à essayer de persuader par leurs assertions. Mais ils se rendent rarement compte de la mesure dans laquelle ces assertions reposent sur des hypothèses non vérifiées.

« Très peu de gens ont une opinion neutre à propos des statistiques. Une personne qui entend le mot "statistique" peut soit vibrer d'excitation ou trembler de peur. En général, les gens n'aiment pas la statistique et tentent de s'en soustraire. En fait, les gens d'affaires ne peuvent pas se permettre d'éviter les statistiques car elles sont essentielles à la compréhension des affaires et à la prise de meilleures décisions. »

Victor McGee, professeur, Tuck School of Business

S'il existait un ensemble standard de renseignements nécessaires pour prendre de bonnes décisions, il suffirait de savoir lire une liste de contrôle et utiliser un chiffrier Excel pour être un excellent gestionnaire. Mais il y a surabondance d'information (Internet, canaux de nouvelles et d'affaires). Vous dit-on ce que vous voulez entendre ou ce qu'ils veulent que vous entendiez?

Notre objectif consiste à fournir l'information crédible et objective, en commençant par la présentation sous une forme facile à assimiler des plus récentes données de Statistique Canada et du U.S. Census Bureau. Nous y ajoutons des données et des commentaires tirés d'autres sources et que nous jugeons pertinents.

Certains ~~étudiants~~ gestionnaires peuvent exceller sans faire leurs devoirs, mais la plupart des ~~étudiants~~ gestionnaires qui font leurs devoirs réussiront

Aperçu des mois qui viennent

Au cours des prochains mois, nous examinerons différents secteurs d'activité, marchés et entreprises liés aux produits de bureau. Nous présenterons de l'information pour toute la chaîne d'approvisionnement, y compris la fabrication, les importations et le commerce de détail. Des calculs établissant, par exemple, les marchés intérieurs apparents et les indices de prix seront expliqués et reliés à votre entreprise. Des sujets comme les coûts de main-d'œuvre seront examinés dans des numéros distincts. À quelques mois d'intervalle, nous présenterons des récapitulations reliant les rapports précédents et des mises à jour afin de suivre les changements.

Prière de transmettre vos suggestions à monthlyreports@copa.ca.

Voici quelques exemples :

CONFIDENTIEL

Le grand tableau – Ordinateurs et périphériques

Les rapports commencent par une vue d'ensemble du marché canadien. La part de marché est souvent définie de façon trop restreinte et mal utilisée. Nos rapports commencent par tout ce" qui concerne ce qu'on appelle le « marché intérieur apparent ».

Le marché intérieur apparent est calculé à partir du montant de fabrication selon Industrie Canada, moins les exportations, plus les importations d'après l'Agence des services frontaliers. Cela signifie que les marchandises se trouvent au pays et qu'elles ont été soit vendues à un utilisateur final ou qu'elles demeurent en stock. Les variations des stocks sont aussi présentées.

Exemple: Ordinateurs et périphériques

L'exemple ci-dessous présente le marché intérieur apparent des ordinateurs et des périphériques de 2008 à 2012. La fabrication canadienne se concentre surtout sur les cartes graphiques et les cartes réseau, qui sont aussi exportées dans le monde entier. Le marché canadien de la revente des produits assemblés tels que les ordinateurs, les imprimantes et les moniteurs repose sur les importations. Les États-Unis et la Chine sont les principales sources de ces produits finis.

En 2012, le marché s'élève à 12 milliards de dollars canadiens, incluant tous les canaux et revendeurs.

Les rapports complets portent sur ce qui suit : les importations et exportations par pays, les indices de prix des importations, la fabrication, les commerces de détail, les entreprises et le gouvernement. Les données seront ventilées selon les catégories ordinateurs de bureau, portables, imprimantes laser / jet d'encre et moniteurs.

Ordinateurs et périphériques	2008	2009	2010	2011	2012
Fabrication	2,784	2,129	2,383	2,719	2,274
Exportations	4,018	3,181	2,855	2,845	2,378
Importations	13,236	11,151	12,082	12,668	12,084
Marché intérieur apparent	12,002	10,099	11,610	12,542	11,980
(1) 10 mois, annualisé					
(2) 11 mois, annualisé					

Best Buy

Le 9 mars 2009, Best Buy est devenue la plus grande chaîne de magasins de détail de produits électroniques aux États-Unis.
En 2012, la société a annoncé qu'elle fermerait 50 magasins aux États-Unis.
Le 30 janvier 2013, Best Buy/Future Shop ont annoncé la fermeture de 15 magasins au Canada représentant 10 pour cent de leur superficie.

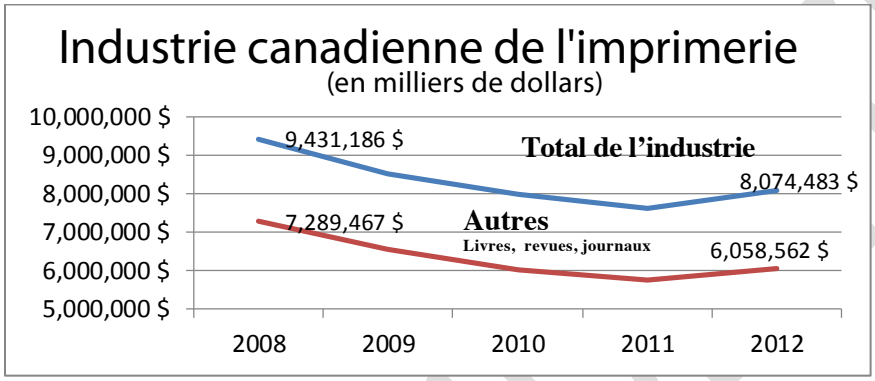
CONFIDENTIEL

Tendances

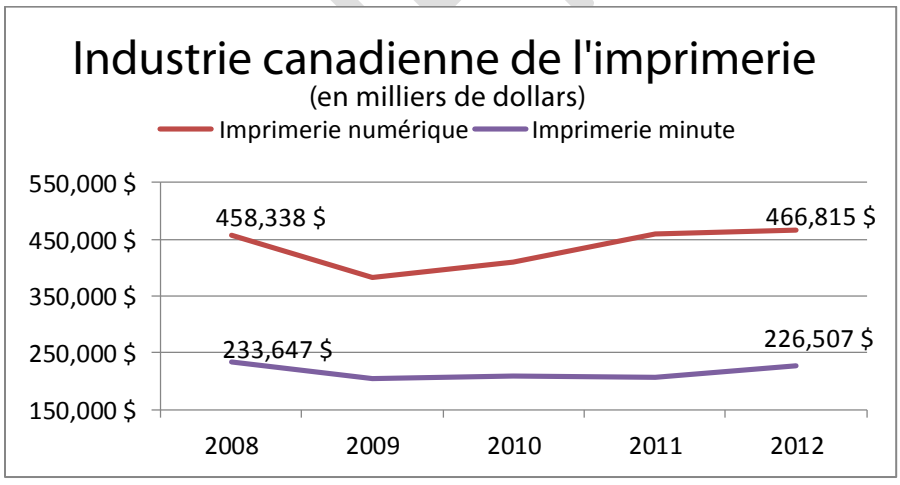
L'information sera souvent présentée chronologiquement sous forme de tableaux et de graphiques. Les hausses et les baisses en fonction du temps et des régions sont essentielles pour comprendre le marché. Bien que le grand tableau soit important, les détails peuvent receler des possibilités insoupçonnées.

Exemple – Industrie canadienne de l'imprimerie

L'industrie canadienne de l'imprimerie de 8 milliards de dollars englobe principalement les livres, les revues et magazines et les journaux. Comme d'autres industries, elle ne reviendra jamais aux sommets connus avant les problèmes économiques de 2009. Le marché a changé.



Les ventes ayant diminué de près de 1,5 milliard de dollars depuis cinq ans, l'industrie compte peu de nouveaux entrants, mais les segments de l'imprimerie numérique et de l'imprimerie minute sont plus vigoureux.

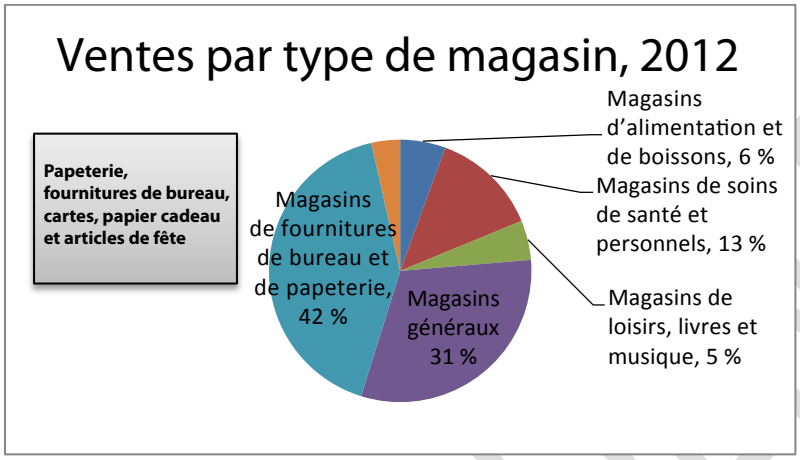


Les volumes de l'imprimerie numérique et de l'imprimerie minute se sont maintenus en 2009. Le segment des formulaires commerciaux en liasses est plus incertain, ayant beaucoup fluctué au cours des dernières années.

Ventes par type de magasin – Papeterie, fournitures de bureau

La concurrence prend plusieurs formes et vient de nombreuses directions. Les magasins d'alimentation et de musique vendent des vêtements. Certains magasins tentent d'accroître l'achalandage, d'autres essaient tout simplement de retarder l'inévitable. Les rapports traiteront des nouveaux concurrents. Vont-ils rester, prospérer ou partir? Nous examinerons les principaux concurrents ainsi que leurs succès et échecs.

Exemple – Papeterie, fournitures de bureau, cartes et articles de fête par type de magasin



Les revendeurs offrent des assortiments de produits qui auraient été impensables il y a quelques années. Certains pourraient disparaître rapidement.

La Société Canadian Tire appelle son dernier concept le « magasin intelligent » – des succursales offrant un plus large assortiment de produits d'épicerie comme du pain et du lait, ainsi qu'une plus grande sélection d'autres produits. *The Star, le 28 octobre 2008*

Après plus de trois ans de vente de lait et de pizzas congelées parallèlement aux perceuses électriques et aux meubles de jardin, la Société Canadian Tire cesse de vendre des aliments.

David Cheesewright, l'ancien chef de la direction de Wal-Mart Canada qui chapeaute maintenant d'autres régions également, reconnaît que la vente au détail d'épicerie est difficile dans ce pays. « Il est plus difficile de dégager des marges aussi élevées qu'aux États-Unis », a-t-il affirm lors d'une conférence en juin dernier. *The Globe and Mail, le 6 septembre 2012*

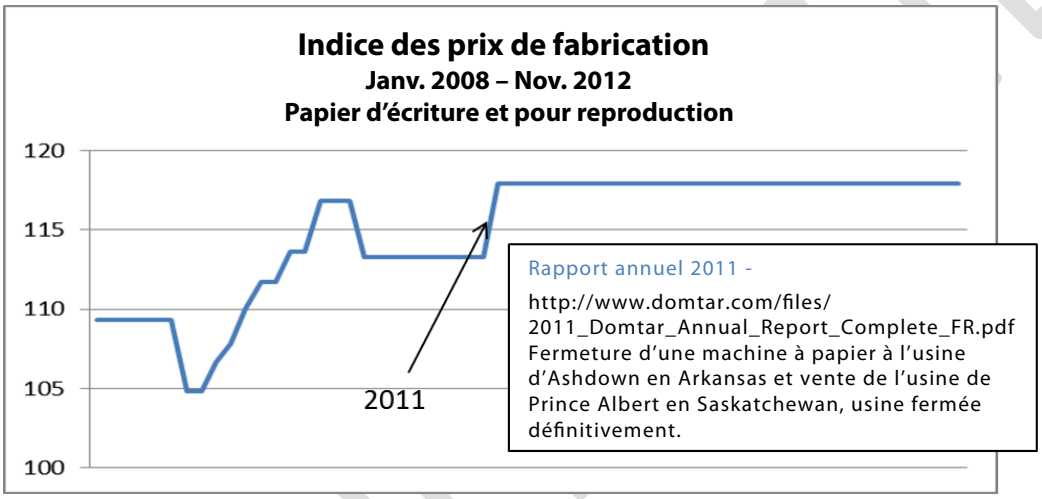
CONFIDENTIEL

Indices de prix

Les prix varient chaque jour et, dans certains secteurs, chaque minute. Essayez de comparer les prix de centaines de modèles dans différentes régions du pays. Comment comparer les prix? Les tendances sont cruciales et les indices de prix sont essentiels pour comprendre.

Un indice de prix est une moyenne normalisée (généralement une moyenne pondérée) des prix d'une catégorie donnée de produits ou de services dans une région donnée, pendant un intervalle de temps donné. Cette statistique est destinée à faciliter la comparaison des manières dont ces prix, dans leur ensemble, diffèrent dans le temps et selon le lieu.

Exemple – Papier d'écriture et pour reproduction



Le graphique ci-dessus illustre les fluctuations marquées du prix du papier jusqu'en 2011. Puis, la situation a changé. L'industrie a reconnu que la demande avait baissé et ne reprendrait pas. L'industrie a changé.

Cela suffira-t-il?

Domtar Corporation communique les résultats préliminai
trimestre et de son exercice 2012

Dow Jones Newswires 2/1/2013 12:30 GMT

Montréal, le 1er février 2013 – Domtar Corporation (NYSE: UFS) (TSX: UFS)
a déclaré aujourd'hui un bénéfice net de 19 millions de dollars (0,54 $ par acti
au cours du quatrième trimestre de 2012, comparativement à un bénéfice net
66 millions de dollars (1,84 $ par action) au cours du troisième trimestre de 2(
et à un bénéfice net de 61 millions de dollars (1,63 $ par action) au cours du

Coûts de main-d'œuvre

Les coûts de main-d'œuvre figurent parmi les trois principales charges de la majorité des entreprises. La rémunération est critique pour attirer et retenir du personnel de qualité. Quel est l'équilibre à atteindre?

Le tableau ci-dessous indique la rémunération horaire moyenne des salariés rémunérés à l'heure de 2010 à 2012. Il englobe le personnel des commerces de détail et d'autres membres du personnel de service courant dans la plupart des entreprises. D'après les données et le tableau, la plupart des commerces de détail, sauf les magasins de mobilier et d'accessoires d'ameublement, ont connu des hausses en 2011 et un ralentissement en 2012.

Notre rapport sur la main-d'œuvre, actuellement prévu pour avril 2013, détaillera les données par province, notamment :

- la rémunération horaire moyenne des employés salariés
- la rémunération hebdomadaire moyenne
- le nombre moyen d'heures de travail hebdomadaires
- les heures normales de travail

Exemple – Rémunération horaire au Canada

Rémunération horaire moyenne	2010	2011	2012	Chart
Commerce de détail				
Magasins de mobilier et de fournitures d'ameublement	15.55$	16.10$	17.44$	
Magasins de produits et d'appareils électroniques	15.89$	18.21$	17.62$	
Magasins généraux	13.19$	13.85$	13.34$	
Magasins de fournitures de bureau, de papeterie et de cadeaux	13.92$	14.47$	14.10$	
Détaillants autres que des magasins	19.41$	20.66$	17.97$	
Soutien				
Transport général	20.96$	21.65$	22.63$	
Messageries	15.56$	16.85$	17.62$	
Services d'administration et de soutien	17.26$	18.26$	18.55$	
Services administratifs de bureau	20.20$	21.33$	24.44$	
Entretien et réparations	20.98$	21.28$	22.35$	

Votre personnel ou votre clientèle?

La rémunération hebdomadaire moyenne des employés salariés non agricoles s'est établie à 911 $ en novembre, en hausse de 0,5 % par rapport au mois précédent. D'une année à l'autre, la rémunération a augmenté de 3,2 %. Statistique Canada, le 30 janvier 2013

CONFIDENTIEL

Comment des données peuvent-elles aider votre entreprise?

Les données ont la cote, actuellement. Il n'y a pas si longtemps, les entreprises n'en avaient que pour le stockage de données. Puis, l'exploration de données a fait fureur. Maintenant, ce sont les données massives. Les données sont devenues un domaine très technique utilisant des outils évolués nécessitant des compétences en statistique.

En ce qui concerne les données, toutefois, les moments les plus importants ne se produisent pas en technologies de l'information (TI) ou même en finances.

Ils surviennent dans les tranchées, par exemple :

lorsqu'un vendeur inscrit un nouveau client
lorsque les gestionnaires tentent de comprendre et d'améliorer la part de marché
lorsque la direction décide si le moment est opportun pour embaucher plus de personnel.

L'objectif n'a pas changé. L'objectif consiste à engendrer un atout concurrentiel.

Le problème des données est de nature humaine. L'interprétation des données est subjective, issue de l'expérience, de la formation, ainsi que des perceptions, qu'elles soient justes ou erronées. Il nous faut un point de départ commun.

Le défi consiste à obtenir des données qui sont près de l'action.

Mettons-nous à la tâche.

Calendrier des rapports et commentaires

Calendrier actuel:
Février – Produits de bureau
Mars – Nouveaux produits
Avril – Main-d'œuvre
Mai – Ordinateurs et périphériques
Juin - Impression
Juillet - Suggestions

Communication:
Prière de transmettre vos commentaires et suggestions de sujet à : monthlyreport@copa.ca

CONFIDENTIEL

Avis de non-responsabilité

L'information contenue dans le présent document est fournie uniquement à titre d'information générale. Bien que nous nous appliquions à tenir les renseignements à jour et à en assurer l'exactitude, nous n'offrons aucune garantie et ne faisons aucune assertion, expresse ou tacite, concernant l'exhaustivité, l'exactitude, la fiabilité, la pertinence ou la disponibilité de l'information. Toute utilisation de cette information est donc faite à vos propres risques.

En aucun cas, nous ne pourrons être tenus responsables d'une perte ou de dommages, quels qu'ils soient, y compris, sans s'y restreindre, une perte ou des dommages indirects ou consécutifs, ou encore une perte ou des dommages découlant de la perte de données ou de profits découlant de l'utilisation du présent site Web.

Bob Smith, 2013
bobsmith@businessstats.ca

Copyright ©Bob Smith 2013 Tous droits réservés.
Cette publication ne peut être reproduite, transcrite, traduite ou réduite sous quelque forme ou de quelque manière électronique que ce soit, en totalité ou en partie, sans l'autorisation écrite préalable de la COPA et de Bob Smith.

CONFIDENTIAL