

## Ventes et production... la croissance commence à modérer en 2000

### Production

Au cours du premier semestre de 2000, la production totale de véhicules a augmenté de près de 10 % pour se chiffrer à 327 321 unités dans le cas des usines Honda, Toyota et CAMI combinées au Canada. Toutefois, ce gain au niveau de la production a été réalisé principalement par Honda à Alliston, où la production unitaire a fait un bond de près de 37 %, soit 170 599 unités, pour la période de six mois. Parallèlement, la production chez CAMI à Ingersoll a glissé de 4,3 %, alors que celle de Toyota à Cambridge a chuté de 12,4 % comparativement à la même période en 1999. La force de la production chez HCM est en grande partie attribuable à la robuste demande de la minifourgonnette Odyssey en Amérique du Nord.

#### Production de véhicules automobiles au Canada

	Janv-juin 2000	Janv-juin 1999	% changement
<b>HONDA (HCM)</b>	170 599	124 698	36,8
<b>TOYOTA (TMMC)</b>	97 605	111 459	-12,4
<b>CAMI*</b>	59 117	61 800	-4,3
<b>TOTAL</b>	<b>327 321</b>	<b>297 957</b>	<b>9,9</b>

\* Estimation de 1999

Source: JAMA Canada

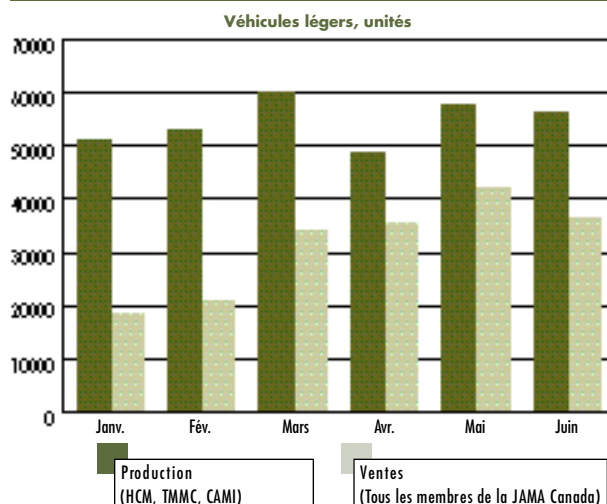
### Exportations de véhicules

Les exportations de véhicules ont reflété en grande partie les résultats de la production unitaire et ont augmenté de près de 12 % par rapport à 1999. Elles se sont chiffrées à 253 411 unités au cours des deux premiers trimestres. Le nombre plus élevé d'expéditions de l'usine Honda, en hausse de 41,8 % par rapport à l'an dernier, a propulsé la croissance globale, alors que Toyota enregistrait moins d'exportations, en baisse de 17,6 %, durant cette même période. Les expéditions de CAMI se sont accrues de 8,6 % pour la même période en 1999, en raison partiellement au pourcentage plus élevé de la production destinée aux marchés d'exportation.

### Importations (Expéditions vers le Canada)

Au cours du premier semestre de 2000, les importations de véhicules finis par tous les membres de la JAMA Canada ensemble ont augmenté de 12,5 % pour s'établir à 141 276 unités. Les expéditions en provenance du Japon étaient en hausse de 5,2 % année après année et se sont établies à un peu

#### Production et ventes au Canada en 2000



moins de 89 000 unités, alors que les importations en provenance des États-Unis et du Mexique ont gagné 27,4 %, soit presque 52 300 unités. Alors que la distribution des expéditions des usines et que la vente finale soit faite au consommateur au détail prennent du temps, une augmentation au niveau des expéditions représente un signe clair que la demande reste active, du moins à court terme.

Voir **Ventes et production...** en page 2

#### DANS CE NUMÉRO

- Ventes, exportations, importations – tableaux et graphiques . . . **2**
- Le 23<sup>e</sup> congrès du CJBC examine les perspectives d'un commerce libre. . . . . **3**
- Le comité de l'automobile à la CJBC . . . . . **3**
- Nouveau président de la JAMA. . . . . **4**
- CAMI Automotive nomme son nouveau président . . . . . **4**
- Le rapport de l'OMC soutient une constatation faite précédemment : le Pacte de l'automobile contrevient aux règles commerciales . . . . . **5**
- Commentaires de William C. Duncan, JAMA U.S.A. . . . . **6**

## Ventes de véhicules légers au Canada, selon les constructeurs

Entreprise	Janv-juin 2000			Janv-juin 1999			% changement		
	AUTOS	CAMIONS	TOTAL	AUTOS	CAMIONS	TOTAL	AUTOS	CAMIONS	TOTAL
<b>HONDA</b>	53 339	13 181	66 520	49 622	12 404	62 026	7,5	6,3	7,2
Construits A.N.	47 956	6 919	54 875	43 022	5 677	48 699	11,5	21,9	12,7
Construits Japon	5 383	6 262	11 645	6 600	6 727	13 327	-18,4	-6,9	-12,6
<b>TOYOTA</b>	48 342	12 861	61 203	45 399	15 638	61 037	6,5	-17,8	0,3
Construits A.N.	23 945	7 606	31 551	22 642	8 360	31 002	5,8	-9,0	1,8
Construits Japon	24 397	5 255	29 652	22 757	7 278	30 035	7,2	-27,8	-1,3
<b>MAZDA</b>	18 318	7 120	25 438	16 987	3 355	20 342	7,8	112,2	25,1
Construits A.N.	1 568	2 712	4 280	2 680	2 823	5 503	-41,5	-3,9	-22,2
Construits Japon	16 750	4 408	21 158	14 307	532	14 839	17,1	728,6	42,6
<b>NISSAN</b>	13 527	8 779	22 306	9 715	6 851	16 566	39,2	28,1	34,6
Construits A.N.	8 404	3 257	11 661	6 187	1 365	7 552	35,8	138,6	54,4
Construits Japon	5 123	5 522	10 645	3 528	5 486	9 014	45,2	0,7	18,1
<b>SUZUKI</b>	2 713	2 634	5 347	2 855	2 920	5 775	-5,0	-9,8	-7,4
Construits A.N.	697	941	1 638	865	966	1 831	-19,4	-2,6	-10,5
Construits Japon	2 016	1 693	3 709	1 990	1 954	3 944	1,3	-13,4	-6,0
<b>SUBARU</b>	4 646	2 265	6 911	3 639	2 012	5 651	27,7	12,6	22,3
Construits A.N.	3 501	0	3 501	2 283	0	2 283	53,4	0,0	53,4
Construits Japon	1 145	2 265	3 410	1 356	2 012	3 368	-15,6	12,6	1,2
<b>TOTAL</b>	140,885	46,840	187,725	128,217	43,180	171,397	9,9	8,5	9,5
<b>Construits A.N.</b>	86,071	21,435	107,506	77,679	19,191	96,870	10,8	11,7	11,0
<b>Construits Japon</b>	54,814	25,405	80,219	50,538	23,989	74,527	8,5	5,9	7,6

Source: AIAMC

Ventes et production... suite de la page 1

### Ventes

Les ventes de véhicules légers pour tous les membres de la JAMA Canada continuent de s'améliorer et ont gagné 9,5 % pour s'élever à 187 725 unités au cours du premier semestre de 2000. Les automobiles particulières et les camionnettes ont connu une hausse de 9,9 % et de 8,5 % respectivement.

Parmi les membres individuels, Honda est en tête de file au niveau du volume de ventes actuel, alors que Nissan a affiché la croissance la plus élevée, soit une hausse de 34,6 %. Mazda et Subaru ont réalisé des gains au niveau des ventes de plus de 20 % par rapport à l'année précédente. La part du marché pour les membres de la JAMA Canada s'est élevée à 23,4 % au cours du premier semestre de 2000, soit une hausse des 22,7 % pour la même période en 1999.

### Exportations de véhicules automobiles du Canada

	Janv-juin 2000	Janv-juin 1999	% changement
<b>HONDA (HCM)</b>	129 326	91 197	41,8
<b>TOYOTA (TMMC)</b>	73 057	88 672	-17,6
<b>CAMI*</b>	51 028	47 000	8,6
<b>TOTAL</b>	253 411	226 869	11,7

\* Estimation de 1999

Source: JAMA Canada

### Importations de véhicules (expéditions) vers le Canada

	Janv-juin 2000	Janv-juin 1999	% changement
<b>JAPON</b>	88 977	84 570	5,2
<b>É.-U./MEXIQUE</b>	52 299	41 047	27,4
<b>TOTAL</b>	141 276	125 617	12,5

Source: JAMA, JAMA Canada

## Le 23<sup>e</sup> congrès du CJBC examine les perspectives d'un commerce libre

Le point de mire du 23<sup>e</sup> congrès annuel du commerce Canada-Japon, qui a eu lieu du 14 au 16 mai à Tokyo, visait les moyens de revitaliser la relation bilatérale, incluant une nouvelle initiative commerciale libéralisée vers une entente de libre-échange. Des documents de discussion ont été présentés par Keidanren et le Conseil canadien des chefs d'entreprises, qui exploraient les perspectives ainsi que certaines préoccupations au sujet d'une nouvelle discussion de commerce bilatéral visant une éventuelle entente de libre-échange entre le Japon et le Canada. Un document indépendant préparé par Toyota Canada et écrit par T. Iwasaki a également été distribué aux délégués du CJBC. Ce document portait sur les précédents historiques des initiatives commerciales Canada-Japon et appuyait fortement la cause d'une analyse plus poussée d'une libéralisation du commerce bilatéral entre les deux pays, compatible avec le système commercial multilatéral au sein de l'OMC.

Lors de la séance plénière du CJBC, les deux parties ont exprimé leurs préoccupations concernant des questions délicates dans le cadre d'une initiative de l'ALE; par contre, à la fin de la journée, dans leur déclaration conjointe, les co-présidents du CJBC ont sanctionné une étude approfondie sur diverses options d'un projet de libre-échange commercial, avec l'intention de faire état des progrès accomplis lors du 24<sup>e</sup> congrès du CJBC qui aura lieu à Calgary au milieu de mai 2001. Bien que cette initiative soit menée par les communautés commerciales respectives au Canada et au Japon, les fonctionnaires gouvernementaux ont été très prudents à cette phase, mais ils suivront sans aucun doute les progrès au CJBC.

Il semble exister cinq raisons majeures expliquant l'intérêt actuel à une entente de libre-échange commercial entre le Canada et le Japon :

1. saisir l'occasion de renforcer la relation entre le Canada et le Japon, qui s'est avérée stagnante récemment; reconnaître la complémentarité relative de nos deux économies;

2. bien que le Japon soit la seule économie majeure développée qui ne participe pas à une entente de libre-échange commercial, il explore présentement le commerce bilatéral et régional dans le cadre du système multilatéral de l'OMC;

3. l'entente de libre-échange commercial entre le Canada et le Japon ne sera non seulement bénéfique pour les deux pays mais il procurera également un modèle pour des initiatives commerciales futures avec les États-Unis et s'avérera un précurseur pour entamer des pourparlers commerciaux plus larges dans les pays de la région du Pacifique;

4. l'échec du lancement de la Ronde du « Millénaire » de l'OMC à Seattle l'an dernier;

5. les occasions commerciales grandissantes pour le Canada et le Japon dans le secteur de la technologie d'information (TI) de la nouvelle économie. Bien que le Canada ait été actif au cours des 15 dernières années dans la négociation de diverses ententes de libre-échange commercial avec les États-Unis, le Mexique, Israël, le Chili, la EFTA et, plus récemment, le Costa Rica et Singapour, le Japon a dernièrement commencé à examiner les initiatives commerciales régionales ou bilatérales, afin de suppléer au régime commercial multilatéral en vertu de l'OMC.

Le Japon a entamé des discussions officielles avec Singapour et est susceptible d'étudier d'autres efforts commerciaux avec le Mexique et la Corée du Sud dans un proche avenir.

## Comité de l'automobile au CJBC

Lors de la deuxième journée du CJBC, Honda a été l'hôte de la réunion du secteur de l'automobile au Motegi Twin Motor Ring à l'extérieur de Tokyo.

Deux discussions de groupe ont eu lieu lors de la séance de la matinée. La première discussion de groupe portait sur les « tendances de l'automobile en Asie du Sud-Est » et M. Koji Hasegawa, directeur administratif de la Toyota Motor Corporation, M. Shigehiro Nishimura, directeur général du Groupe de planification internationale de Denso International et M. Martin Mazza, vice-président de la division Ventes diversifiées et marketing mondial de The Woodbridge Group ont fait des présentations. Le point de mire du groupe a permis d'explorer les occasions commerciales pour les fournisseurs de pièces d'automobiles canadiens avec les constructeurs d'automobiles japonais dans quatre pays de l'Asie (Thaïlande, Malaisie, Philippines et Indonésie) alors que les économies de cette région ont commencé à reprendre du poil de la bête suite

à la crise de la devise asiatique en 1997.

Le deuxième groupe de discussion a examiné les « tendances des M & A dans le secteur de l'automobile en Asie ». Le groupe était composé de M. Edward Phillips, directeur de l'Association des fabricants de moteur et d'équipement (MEMA) du Japon, M. Daniel Baum, directeur des Ventes et Ingénierie de Magna International et de M. T. Onda, directeur des achats de Honda Motor Company. Le sujet de cette séance portait sur les affiliations et alliances stratégiques d'entreprises en évolution rapide au Japon et en Asie; la consolidation et la mondialisation régulières des secteurs des véhicules automobiles et des pièces d'automobiles de premier niveau faisaient également partie des sujets discutés.

M. Takeo Fukui, président de Honda R&D Co. Ltd. et M. Ken Nichols, président et directeur exécutif du Ventra Group Inc. ont coprésidé la réunion.

## Nouveau président de la JAMA



*Hiroshi Okuda a été nommé président de la JAMA pour un mandat de deux ans.*

JAMA – Lors de sa réunion annuelle du conseil d'administration, qui a eu lieu à Tokyo au Japon le 18 mai 2000, l'Association canadienne des constructeurs d'automobiles japonaises a élu le président de Toyota Motor Corp., Hiroshi Okuda, à titre de nouveau président de la JAMA. M. Okuda succède à Yoshifumi Tsuji,

conseiller chez Nissan Motor Co., Ltd.

M. Okuda, qui servira un mandat de deux ans, a souligné à Tokyo après son élection, que le secteur de l'automobile est désormais mondial et, dans un sens, le monde est maintenant un seul et unique marché. « Les échanges internationaux entre les gens et les communications outre-mer deviennent de plus en plus importants pour notre association. » M. Okuda croit que la JAMA devrait « prendre un rôle de chef dans la promotion

de l'harmonisation et les normes mondiales relatives aux véhicules en apportant notre savoir-faire au monde comme contribution. Le secteur de l'automobile au Japon continuera de travailler avec le secteur mondial des véhicules automobiles, afin de faire progresser ces objectifs. »

M. Okuda a été président de Toyota de 1995 à 1999. Il a passé la grande partie de sa carrière s'échelonnant sur 45 ans à l'exploitation internationale de Toyota, supervisant la préparation de la construction des usines de fabrication en Amérique du Nord.

Il y a deux ans, M. Okuda a été choisi membre du Conseil de stratégie économique du Premier ministre du Japon. En 1999, il devenait président de la Fédération japonaise des associations d'employeurs (Nikkeiren). Au cours des deux dernières années, il a également été co-président du Comité commercial Canada-Japon (CJBC).

M. Okuda a obtenu son diplôme en commerce de l'université Hitotsubashi de Tokyo en 1955. Ses passe-temps préférés sont la lecture et le cinéma. Il possède également une ceinture noire en judo.

## CAMI Automotive nomme son nouveau président



*Simon Boag a été désigné président de CAMI le 1<sup>er</sup> juillet 2000*

Simon Boag, 34 ans, employé de General Motors et ancien membre de l'équipe CAMI, a été nommé président de CAMI Automotive Inc. Depuis le 1<sup>er</sup> juillet, il remplace Shigeo Narita qui retourne chez la Suzuki Motor Corporation.

Les hauts dirigeants du conseil d'administration de CAMI, soit Maureen Kempston Darkes, présidente et directrice générale, et Sokichi Nakano, directeur exécutif de Suzuki Motor Corp. du Japon, ont annoncé cette nomination le 24 mai dernier.

« Nous sommes enchantés de souhaiter la bienvenue à Simon à la CAMI Automotive », a déclaré Rick Jess, vice-président du personnel de CAMI. « Au nom des 2 400 membres de l'équipe CAMI, je voudrais remercier Narita-san pour son énorme contribution qu'il a apportée à CAMI à titre de 'père fondateur' et président, et lui souhaiter la meilleure des chances dans son nouveau poste à la Suzuki Motor Corporation. »

Né à Brockville en Ontario, M. Boag a débuté sa carrière chez CAMI en 1988 au poste d'ingénieur de la production de peinture. Il est éventuellement devenu directeur adjoint de l'atelier de peinture.

Il s'est joint à Ford Canada en 1991, puis à GM en 1994 dans la division des automobiles de luxe / Cadillac à Flint au Michigan à titre de directeur de district, division peinture. En 1996, il a été nommé directeur de district, assemblage général à Buick City à Flint et, en 1997, il a été promu au poste de directeur adjoint d'usine à Buick City. En 1999, GM a sélectionné M. Boag pour le Sloan Fellowship de Stanford où, en juin 2000, on lui a décerné une maîtrise en science de la gestion.

M. Boag a obtenu son diplôme de baccalauréat en génie mécanique en 1988 de l'université de Toronto.

CAMI Automotive Inc., une coentreprise de GM du Canada et de Suzuki Motors du Japon, est située à Ingersoll en Ontario. En 1989, elle ouvrait les portes de son édifice de 1,7 million de pieds carrés de 500 millions de \$ sur 570 acres de terrain. On y construit deux types de véhicules sur deux lignes de montage distinctes de manière simultanée : les véhicules utilitaires sport Chevrolet Tracker et la Suzuki Vitara ainsi que les automobiles économiques Pontiac Firefly et Suzuki Swift.

# Le rapport de l'OMC soutient une constatation faite précédemment : le Pacte de l'automobile contrevient aux règles commerciales

Lorsque le rapport d'appel de l'OMC, qui a été publiquement émis à la fin de mai, soutenait les constatations principales faites dans le Rapport final du comité précédent, où les grandes sections du Pacte de l'automobile au Canada étaient considérées comme non conformes avec les règles de l'OMC, cela n'a surpris personne. En vertu des procédures de règlement des différends de l'OMC, le Canada a 30 jours pour répondre à l'organisation en lui proposant des mesures pour se conformer à cette règle.

En vertu de l'un des aspects de ce cas, se rapportant à l'entente relative aux subventions et aux mesures compensatoires, le Canada doit se « retirer des subventions d'exportation dans les 90 jours ».

Le comité de l'OMC a constaté qu'en vertu du ratio production-ventes (soit une exigence de produire un véhicule au Canada pour chaque véhicule vendu dans la même catégorie dans le marché canadien), un constructeur de véhicules devait exporter (habituellement vers les É.-U.) afin de répondre à ce ratio et, ainsi, profiter de l'exemption des droits de douane. La preuve factuelle du secteur canadien de l'automobile a tendance à appuyer cette constatation. Par exemple, la production de véhicules au Canada en unités est actuellement le double du total des ventes de véhicules « nationaux ». Ce n'est pas seulement parce que le marché canadien est trop petit pour la quantité de production, mais aussi parce que la politique commerciale au niveau de l'automobile, comme elle était établie dans le Pacte de l'automobile en 1965, était conçue pour créer un marché intégré en Amérique du Nord avec accès sans droits de douane pour les véhicules et les pièces d'équipement d'origine entre les États-Unis et le Canada. En 1999, plus de trois millions de véhicules ont été construits au Canada, alors que les ventes de véhicules neufs comptaient pour 1,5 million d'unités. En outre, plus de 80 % de la production totale canadienne est exportée, alors que plus de 70 % sont des ventes nationales de véhicules construits à l'extérieur du Canada.

Lorsque l'OMC découvre que des subventions sont jugées être de nature flagrante, comme une subvention d'exportation, la règle stipule habituellement que cette subvention soit retirée « sans délai ». Dans ce cas, le comité a statué qu'une période de 90 jours serait suffisante, puisque le gouvernement canadien peut apporter le changement par le biais d'un règlement (c.-à-d., un décret en conseil) plutôt que d'une législation. La réponse probable à cette décision de 90 jours serait de « dégarnir » le ratio de production-ventes dans le Pacte de l'automobile et les Décrets de remise spéciaux par le biais d'un décret en conseil, retirant ainsi la contingence qui crée la subvention pour exportations. En effet, la subvention sans droits de douane existerait toujours après le délai de

90 jours, mais elle ne serait plus une « subvention pour exportations », parce que l'exigence qui a créé cette subvention aurait été éliminée. Dans ce cas, d'autres sections du Pacte de l'automobile et des Décrets de remise spéciaux, telles que le traitement sans droits de douane des véhicules importés, continueraient de s'appliquer jusqu'à ce que toutes les autres sections touchées par la décision du comité aient été abordées.

Le comité a également constaté que le Pacte de l'automobile était incompatible avec d'autres articles de l'OMC. On y a découvert que le Canada agissait de manière incompatible avec l'article I :1 du GATT. Les conclusions du comité ont également souligné les violations des articles II et XVII de l'Accord général sur le commerce des services (GATS). /Suite à ce rapport de l'OMC, le gouvernement et le secteur de l'automobile reconnaissent que le Pacte de l'automobile sera éventuellement éliminé. Le moment opportun de ces modifications, autres que la question de la subvention pour les exportations de 90 jours, est assujéti aux procédures de l'OMC, soit peut-être de 12 à 15 mois à compter de la date de l'adoption du rapport par l'Organe de règlement des différends. Les négociations entre les parties concernées, soit le Canada, le Japon et les États-Unis, détermineront également le moment opportun de ces modifications.

Bien que l'élimination du Pacte de l'automobile en l'absence d'autres mesures assujétira subséquentement toutes les importations de véhicules finis, qui ne sont pas admissibles à l'ALENA pour ce qui est des tarifs de NPF actuels de 6,1 %, la JAMA Canada conseillerait vivement au gouvernement canadien de faire un pas de plus et d'éliminer les tarifs douaniers. D'autres groupes intéressés partagent ce point de vue. Selon un récent article paru dans le *Ottawa Citizen*, Simon Reisman, l'illustre membre canadien du commerce qui a négocié le Pacte de l'automobile en 1965 ainsi que l'ALE (entre le Canada et les États-Unis) en 1989 a déclaré que bien que s'inclinant devant les politiques, il appuie l'élimination complète des tarifs douaniers sur les véhicules importés, puisque le Pacte de l'automobile a réalisé ce que son mandat lui demandait de faire.

Avec l'adoption officielle du comité et des rapports d'appel par l'Organe de règlement des différends de l'OMC le 19 juin dernier, le gouvernement canadien devrait maintenant progresser d'une façon expéditive pour se conformer à la décision de l'OMC. Parallèlement, la JAMA Canada continue d'appuyer l'élimination des tarifs douaniers sur les véhicules finis importés ainsi que les politiques commerciales et les règlements qui sont ouverts, transparents et non discriminatoires. Pour obtenir de plus amples renseignements à ce sujet, veuillez visiter notre site Web à l'adresse, [www.jama.ca](http://www.jama.ca).

# Les fournisseurs de pièces d'automobiles américains connaîtront-ils le succès dans le marché des pièces d'automobiles japonais?



Par William C. Duncan, Ph.D., directeur général, JAMA U.S.A.

Les fournisseurs de pièces d'automobiles américains recherchant le succès dans le marché des pièces japonais doivent jeter un coup d'œil sur les nouvelles relations mondiales de fournisseurs se développant au 21<sup>e</sup> siècle. Les relations entre constructeurs

et fournisseurs ne doivent plus être évaluées en terme de nationalités des entreprises et des échanges commerciaux réciproques. Nous devons porter une attention particulière à la dynamique de la nouvelle concurrence, de l'échange technologique entre les entreprises et les investissements directs en hausse entre les pays ou la régression des risques dans les formules rhétoriques et « axées sur les résultats » inefficaces du milieu des années 90.

Regardez la concurrence qui s'intensifie dans le marché après-vente des pièces d'automobiles au Japon avec les yeux de ce numéro du *Japan Auto Trends* (vous le trouverez à [www.japanauto.com](http://www.japanauto.com)). Cette concurrence découle de plusieurs facteurs, dont la déréglementation des normes d'inspection de sécurité du Japon, le développement de nouveaux réseaux de vente et l'entrée de nouveaux participants, incluant les constructeurs de véhicules japonais cherchant à importer des pièces et à vendre leurs propres marques directement dans le marché après-vente.

Le gouvernement américain a appuyé et encouragé cette situation en grande partie. Peu importe l'intention toutefois, il semble que les marges bénéficiaires diminuent et que les détaillants doivent répondre par la recherche de produits à faibles coûts et de moyens innovateurs d'attirer les clients, incluant la construction de cinémas près des magasins de pièces d'auto. Bien que les véhicules importés à bas prix, particulièrement dans les catégories d'accessoires, pourraient profiter dans une certaine mesure de cette tendance, il semble que les marges bénéficiaires plus petites favorisent en fait les producteurs nationaux à bas prix. Les pièces et les accessoires étrangers représentent environ 5 pour cent du total des ventes au Japon et les cadres commerciaux ne s'attendent pas à ce que cette situation change.

Le fait qu'il plane un esprit pessimiste parmi les détaillants japonais concernant les marges bénéficiaires et les ventes de véhicules importés dans le marché après-vente du Japon ne signifie pas que les entreprises étrangères seront exclues. En fait, le visage du secteur des fournisseurs de pièces d'automobiles au Japon commence à changer. Les preuves que les entreprises étrangères jouent un rôle par le biais d'investissements directs, de coentreprises en marketing et

## Le secteur des véhicules automobiles au Japon

Autos particulières, camions, autobus		TOTAL
PRODUCTION <sup>1</sup>	Janv-mars '00	2 700 254
	Janv-mars '99	2 663 397
	% changement	1,4
EXPORTATIONS <sup>2</sup>	Janv-mars '00	1 097 316
	Janv-mars '99	1 161 541
	% changement	-5,5
VENTES/ ENREGISTREMENTS <sup>3</sup>	Janv-mars '00	1 734 756
	Janv-mars '99	1 713 983
	% changement	1,2
VENTES VÉHICULES IMPORTÉS <sup>4</sup>	Janv-mars '00	71 595
	Janv-mars '99	75 112
	% changement	-4,7

\* (incluant les modèles fabriqués par les constructeurs de véhicules japonais outre-mer).

source: 1, 2 - JAMA; 3 - JADA, JMVA; 4 - JAIA

Pour obtenir de plus amples renseignements et des statistiques mensuelles à jour, visitez le site de la JAMA à l'adresse [www.jama.or.jp/e\\_press/index.html](http://www.jama.or.jp/e_press/index.html).

d'échange technologique avec les fabricants de pièces d'auto japonais s'accroissent. En voici quelques exemples :

Plus tôt cette année, Goodyear Tire achetait 10 pour cent de Sumitomo Rubber et a accepté de former des coentreprises avec Sumitomo en Amérique du Nord, en Europe et au Japon. La coentreprise au Japon vise à relancer les pneus de marque Goodyear au Japon pour atteindre une part de 10 pour cent du marché. Parallèlement, le constructeur d'automobiles allemand, Robert Bosch, acquerrait une part majoritaire dans Zexel, un fabricant japonais de pompes à injection Diesel. En juillet de l'an dernier, Delphi Automotive, anciennement une division de pièces d'auto GM, achetait 5,9 pour cent de Akebono Brake. Plus tôt cette année, le fabricant de pièces d'auto français, Valeo, finalisait une entente de propriété partagée des principaux fournisseurs de pièces et d'accessoires d'automobiles japonais.

Ces multinationales de pièces d'auto cherchent à vendre des pièces comme équipement d'origine aux constructeurs de véhicules japonais et à vendre leurs produits au marché de l'après-vente des pièces de rechange. La vente d'équipement d'origine, en retour, procure naturellement un avantage aux détaillants de pièces de rechange. Par contre, dans ce cas, le marché favorise généralement, encore une fois, l'investisseur au Japon. Le constructeur de véhicules au Japon est plus susceptible de se fier aux fournisseurs régionaux, qu'ils soient propriétaires étrangers ou nationaux, puisque ces derniers peuvent mieux répondre aux exigences de la technologie de gestion moderne, comme par exemple le contrôle des stocks, la livraison rapide et l'interface avec le constructeur durant la conception et la production.

Cet article a été publié à l'origine dans le numéro de juin 2000 de la revue *Japan Auto Trends* et a été réimprimé ici avec la permission de la JAMA. D'autres articles, statistiques, etc., contenus dans *Japan Auto Trends* sont disponibles sur Internet à l'adresse [www.japanauto.com](http://www.japanauto.com).

Pour obtenir de plus amples renseignements, poser des questions ou formuler des remarques, communiquez avec

JAMA Canada 151, rue Bloor Ouest (bureau 460) Toronto (Ontario) M5S 1S4

Téléphone : (416) 968-0150

Télécopieur : (416) 968-7095

Courriel : [jama@jama.ca](mailto:jama@jama.ca)

This publication is also available in English.

Imprimé au Canada