

Printemps 2001

AUTO 

QUARTERLY

www.jama.ca

Newsletter of the Japan Automobile Manufacturers Association of Canada

Le marché canadien s'atténue, mais les résultats du 1^{er} trimestre sont meilleurs que prévus

Ventes

Le total des ventes des membres de la JAMA Canada au cours du premier trimestre s'est élevé à 80 947 unités, soit un gain général de 9,7 %, ce qui représente une part du marché de 25,1 % en hausse de plus de 3 points par rapport à 2000. Les ventes d'automobiles particulières ont augmenté de 8,3 %, pour se chiffrer à 57 915 unités, alors que celles des camionnettes se sont accrues de 13,5 % pour s'établir à 23 032 unités. Parmi les membres, Honda Canada est en tête des ventes d'unités, en hausse de 11,4 % s'élevant à 29 446 unités, alors que Mazda et Nissan sont les chefs de file au niveau de la croissance des ventes avec des augmentations respectives de 29,1 % et de 20,6 %. Toyota Canada n'a presque pas bougé avec des ventes de 22 975 unités au premier trimestre, alors que les ventes de Subaru et de Suzuki ont chuté de 6,4 % et de 7,2 % respectivement. La part du marché des automobiles particulières est en hausse de 34 % depuis les 29,7 % de l'an dernier, alors que la part des camionnettes a augmenté de plus de deux points pour se chiffrer à 15,1 %.

Pour le premier trimestre de 2001, l'ensemble du marché des véhicules légers au Canada a chuté de 4,8 %, pour se stabiliser à 322 437 unités. GM, Ford et DaimlerChrysler regroupés ont connu une diminution de 11,8 % ou 208 253 unités. Les automobiles particulières ont chuté de 16,6 %, soit à 83 369 unités, pour les anciens Trois Grands, alors que les ventes de camionnettes ont subi une baisse de 8,3 % pour se chiffrer à 124 844 unités. Au cours du premier trimestre, un des faits intéressants est que 60 % des ventes des Trois Grands étaient des camionnettes et 40 % des automobiles. Leur part du marché au niveau des automobiles particulières a chuté sous les 50 % pour le premier trimestre de 2001.

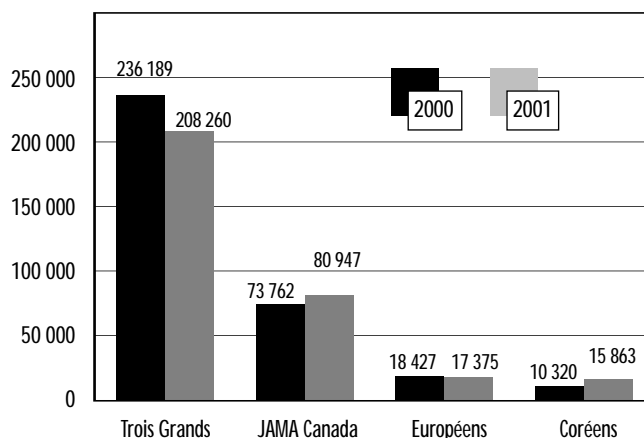
Les constructeurs de véhicules européens, en tant que groupe, ont connu une baisse de 5,7 % au niveau des ventes combinées au cours du premier trimestre, alors que les ventes des constructeurs coréens ont monté en flèche de 53,7 % pour les trois premiers mois de 2001 malgré une baisse dramatique pour Daewoo.

La production et les exportations

Bien que la production regroupée des Trois Grands au Canada a chuté de 25,6 % au cours du premier trimestre pour un total juste en dessous des 500 000 unités, la production des usines des

Ventes du premier trimestre de 2001

(unités)



constructeurs japonais affiliés (Honda, Toyota et CAMI) a augmenté de 4,0 % pour se chiffrer à 171 350 unités au cours des trois premiers mois de 2001.

Dans le même esprit, au cours du premier trimestre, les exportations des véhicules assemblés provenant des trois usines ont augmenté de 9,3 % pour s'élever à 145 306 unités; cette augmentation est due entièrement à la production de véhicules pour exportation chez Honda, qui s'est accrue de 26,2 %, alors que les exportations de Toyota chutaient de 8,0 % et celles de CAMI de 6,0 % comparativement à la même période en 2000. Le ratio entre les exportations et la production totale a monté en flèche de 84,8 % pour le premier trimestre de 2001 comparativement à 80,7 % l'an dernier. Ces chiffres suggèrent que les marchés de l'exportation, particulièrement pour certains modèles aux États-Unis, restent actifs.

DANS CE NUMÉRO

Le marché canadien s'atténue, mais les résultats du 1 ^{er} trimestre sont meilleurs que prévus	1
Production, exportations, importations, ventes – les statistiques	2
Prix 2001 pour les membres de la JAMA Canada	3
Les véhicules économisant le plus de carburant au Canada	3
Auto21 – un nouveau programme de recherche et de développement / Mitsubishi fera son entrée dans le marché canadien en 2003	4
Le plan d'action de dix ans de Environnement Canada / Nouveau président de Nissan Canada	5
Commentaire : William C. Duncan	6

Ventes de véhicules légers au Canada, selon les constructeurs

Constructeur	Jan-mars 2001			Jan-mars 2000			Changement %		
	AUTO	CAMIONS	TOTAL	AUTO	CAMIONS	TOTAL	AUTO	CAMIONS	TOTAL
HONDA	23 473	5 973	29 446	20 607	5 834	26 441	13,9	2,4	11,4
Const. A.N.	22 300	3 538	25 838	19 141	3 048	22 189	16,5	16,1	16,4
Const. Japon	1 173	2 435	3 608	1 466	2 786	4 252	-20,0	-12,6	-15,1
TOYOTA	15 770	7 205	22 975	17 629	5 433	23 062	-10,5	32,6	-0,4
Const. A.N.	7 678	3 405	11 083	8 221	2 822	11 043	-6,6	20,7	0,4
Const. Japon	8 092	3 800	11 892	9 408	2 611	12 019	-14,0	45,5	-1,1
MAZDA	7 633	4 882	12 515	6 814	2 879	9 693	12,0	69,6	29,1
Const. A.N.	347	690	1 037	608	1 214	1 822	-42,9	-43,2	-43,1
Const. Japon	7 286	4 192	11 478	6 206	1 665	7 871	17,4	151,8	45,8
NISSAN	7 836	2 873	10 709	4 925	3 955	8 880	59,1	-27,4	20,6
Const. A.N.*	5 856	1 112	6 968	2 689	1 382	4 071	117,8	-19,5	71,2
Const. Japon	1 980	1 761	3 741	2 236	2 573	4 809	-11,4	-31,6	-22,2
SUZUKI	1 080	1 166	2 246	1 284	1 137	2 421	-15,9	2,6	-7,2
Const. A.N.	353	436	789	340	391	731	3,8	11,5	7,9
Const. Japon	727	730	1 457	944	746	1 690	-23,0	-2,1	-13,8
SUBARU	2 123	933	3 056	2 210	1 055	3 265	-3,9	-11,6	-6,4
Const. A.N.	1 525	0	1 525	1 713	0	1 713	-11,0	0,0	-11,0
Const. Japon	598	933	1 531	497	1 055	1 552	20,3	-11,6	-1,4
TOTAL	57 915	23 032	80 947	53 469	20 293	73 762	8,3	13,5	9,7
Const. A.N.	38 059	9 181	47 240	32 712	8 857	41 569	16,3	3,7	13,6
Const. Japon	19 856	13 851	33 707	20 757	11 436	32 193	-4,3	21,1	4,7

* Les ventes d'automobiles incluent les véhicules construits au Mexique

Source: AIAMC

Production de véhicules automobiles au Canada

	Jan-mars 2001	Jan-mars 2000	Changement %
HONDA (HCM)	100 904	85 730	17,7
TOYOTA (TMMC)	44 563	49 662	-10,3
CAMI*	25 883	29 304	-11,7
TOTAL	171 350	164 696	4,0

Source: JAMA Canada

Importations (expéditions) de véhicules au Canada

	Jan-mars 2001	Jan-mars 2000	Changement %
JAPON	46 766	45 814	2,1
É.-U./MEXIQUE	28 082	24 640	14,0
TOTAL	74 848	70 454	6,2

Source: JAMA, JAMA Canada

Exportations de véhicules automobiles du Canada

	Jan-mars 2001	Jan-mars 2000	Changement %
HONDA (HCM)	82 889	65 705	26,2
TOYOTA (TMMC)	37 795	41 071	-8,0
CAMI*	24 622	26 198	-6,0
TOTAL	145 306	132 974	9,3

Source: JAMA Canada

Prix 2001 pour les membres de la JAMA Canada

Les membres de la JAMA Canada ont été les récipiendaires de plusieurs prix récemment décernés pour l'Automobile canadienne de l'année de 2001 par l'AJAC (Journalistes de l'automobile du Canada), les gagnants du Choix du rédacteur du Monde de l'Auto et des prix Pyramide de CAA 2001 (Association canadienne des automobilistes) pour le Meilleur véhicule d'occasion 2001.

Prix du Choix du rédacteur du Monde de l'Auto pour 2001

- Berline familiale de plus de 25 000 \$: Honda Accord
- Automobile de luxe : Acura 3,2 TL
- Automobile de prestige : Lexus LS430
- Coupé sport et décapotable : Acura 3,2CL type S
- Familiale : Subaru Legacy / Outback
- Fourgonnette / minifourgonnette : Honda Odyssey
- Véhicule utilitaire sport : Mazda Tribute



Familiale Subaru Legacy 2001

Les prix du Choix du rédacteur peuvent être décernés à tous les véhicules vendus au Canada durant leur année de fabrication. Les gagnants ont été déterminés par les rédacteurs du Monde de l'Auto et présentés lors du Salon de l'auto de Montréal en janvier dernier.

Automobile de l'année 2001 de l'AJAC

- Meilleure automobile économique : berline Honda Civic DX
- Meilleur véhicule « vert » : Honda Insight
- Meilleur utilitaire sport compact : Mazda Tribute
- Meilleur utilitaire sport intermédiaire : Subaru Outback H6 – 3,0 VDC
- Meilleur utilitaire sport de luxe : Acura MDX
- Camion canadien de l'année : Mazda Tribute



Mazda Tribute 2001, camion de l'année selon l'AJAC

Les prix de l'AJAC sont déterminés par les journalistes de l'automobile de l'AJAC suite à des tests s'échelonnant sur quatre jours, où on comparait les nouveaux véhicules de l'année de fabrication 2001 ou les substantiellement nouveaux véhicules, au Shannonville Motorsport Park situé à

Belleville en Ontario. Certains constructeurs d'automobiles ont décidé de ne pas participer aux prix de l'AJAC. La PT Cruiser de Chrysler a été nommée l'Automobile canadienne de l'année.

Prix Pyramide 2001 de la CAA

- Satisfaction générale de propriété du véhicule : **Toyota Corolla** (modèles 1993 à 1997). C'est la cinquième fois que ce prix est décerné à la Corolla.
- Satisfaction de propriété d'une minifourgonnette : **Toyota Sienna** (modèles 1997 à 2000)
- Prix Pyramide pour les initiatives au niveau de l'environnement : **Honda Canada**. Honda Canada a été reconnue pour avoir présenté sa nouvelle technologie de véhicule hybride – gaz / électricité – dans la Honda Insight et pour avoir présenté des véhicules à très faibles émissions, améliorant l'économie d'essence en général, au marché Canadien.



Toyota Corolla 1997

Les prix Pyramide se basent sur un sondage du propriétaire effectué auprès de plus de 22 000 membres de la CAA.

Les véhicules économisant le plus de carburant au Canada



Marcel Lambert (à gauche), de Suzuki Canada, reçoit 3 prix EnerGuide du Ministre des Ressources naturelles, Ralph Goodale.

Les véhicules de marques japonaises se sont mérités des prix dans sept catégories sur huit pour ce qui est des véhicules économisant le plus de carburant au Canada dans la classe des véhicules de l'année de fabrication 2001. Suzuki Canada s'est emparé de trois prix EnerGuide, un exploit sans précédent, pour la Swift, la familiale Esteem et la décapotable Vitara. Les prix ont été remis par le Ministre fédéral des Ressources naturelles, l'Honorable Ralph

Goodale, lors de l'ouverture du Salon international de l'auto de Toronto au milieu de février. Les véhicules gagnants ont été déterminés par des tests simulant 20 000 kilomètres conduits par année, dont 55 % en ville et 45 % sur l'autoroute. Voici les gagnants :

Modèles - catégorie	Consommation en carburant (litres / 100 km)	
	Ville	Autoroute
• Honda Insight : deux places	3,9	3,2
• Suzuki Swift : sous-compacte	6,4	4,9
• Toyota Prius : compacte	4,5	4,6
• Mazda 626 : intermédiaire	9,4	6,8
• Familiale Suzuki Esteem : familiale	8,3	6,0
• Nissan Frontier : camionnette « pick-up »	10,6	8,5
• Décapotable Suzuki Vitara 4x4 : spécialisé	9,2	7,6

Délégation des fabricants de pièces automobiles canadiens au 35^e Salon de l'auto de Tokyo

Une fois de plus, le gouvernement canadien organisera une délégation des fabricants de pièces automobiles parallèlement au 35^e Salon de l'auto de Tokyo qui se tiendra du 26 octobre au 7 novembre 2001. De nombreuses entreprises, dont Ford Canada, ABC Group, Dofasco Steel, JIT Automation, Kautex Textron, Narmco, Ventra Group, Woodbridge Group et Westcast, se joindront au kiosque du Canada lors du TMS.

Pour donner le coup d'envoi à la délégation, les gouvernements canadien et ontarien seront les hôtes d'une réception à l'Ambassade du Canada à Tokyo le lundi 22 octobre prochain.

Pour obtenir de plus amples renseignements sur le 35^e Salon de l'auto, visitez le site Internet « www.motoshow.or.jp/eng. »

Auto21 : un nouveau programme de recherche et de développement pour le Canada

Le 12 mars dernier, le Ministre fédéral de l'Industrie, Brian Tobin, annonçait le financement d'un important programme de recherche et de développement, nommé Auto21, qui regroupe les professeurs d'université et les experts de l'industrie dans le but d'étudier les questions, telles que la sécurité en passant par les matériaux utilisés jusqu'à la conception de véhicules. Auto21 était l'un des quatre Réseaux des centres d'excellence annoncés en mars dernier et il recevra 23,1 millions \$ au cours des quatre prochaines années, dont 12 millions \$ proviennent du gouvernement fédéral et les 9,1 millions \$ restants d'autres sources incluant le secteur concerné, les universités, les organismes de recherche privés et les organisations commerciales. Auto21 s'échelonne sur sept ans et comptera jusqu'à concurrence de 35 millions \$ en subventions fédérales et, s'il est approuvé, il pourrait obtenir du financement pendant sept autres années.

Comme l'a expliqué le Ministre Tobin, « L'industrie de l'automobile est le secteur commercial le plus grand au Canada. Il produit plus de 13 % du PNB et il procure des emplois de grande qualité à plus d'un demi-million de Canadiens et de Canadiennes (ce qui représente un emploi sur sept au Canada). Ce géant de quelque 200 milliards \$ par année est la plus importante source de gains en exportations du Canada et il est considéré par plusieurs

comme le moteur de notre économie. Le Canada est le sixième plus important producteur d'automobiles et de camions au monde. Sans la recherche et le développement évolué, le secteur canadien de l'automobile ne pourra faire concurrence aux plus récents développements à l'échelle internationale et des centaines de milliers d'emplois seraient, en conséquence, moins sûrs ».

Le réseau AUTO21 entreprendra un programme de recherche complet et intégré, qui permettra d'examiner les questions suivantes :

- la sécurité du véhicule pour les enfants et les personnes âgées;
- la santé et la sécurité des travailleurs de l'automobile;
- la formulation de politiques publiques plus strictes dans le secteur de l'automobile;
- les nouveaux procédés et matériaux de fabrication pour les automobiles futures;
- les nouveaux carburants et groupes motopropulseurs;
- l'intégration des systèmes électroniques perfectionnés pour améliorer la sécurité, le confort et la commodité.

Plus de 200 chercheurs canadiens issus des universités, entreprises privées, laboratoires gouvernementaux et d'autres organisations y participent. Leurs domaines d'expertise englobent l'ingénierie, les soins infirmiers, l'économie, les études sur la main-d'œuvre et le travail, l'ergothérapie, la science, le commerce et d'autres disciplines. Ils coopéreront afin de s'attaquer aux défis confrontant le secteur de l'automobile et les personnes qui y travaillent, les communautés et localités où il se situe ainsi que l'interaction entre l'industrie et la société canadienne dans l'ensemble.

Mitsubishi fera son entrée dans le marché canadien en 2003

Profitant de sa croissance dans le marché américain depuis 1982, Mitsubishi Motor Sales of America, Inc. (MMSA) a récemment annoncé son intention de faire son entrée dans le marché canadien. « Les Canadiens et Canadiennes achètent environ 1,5 million de véhicules neufs par année, ce qui en fait l'un des dix principaux marchés de l'automobile au monde et un choix tout indiqué dans le cadre de l'expansion mondiale de Mitsubishi Motors », a déclaré Pierre Gagnon, vice-président exécutif et chef de l'exploitation de Mitsubishi Motor Sales of America, Inc. « Nous sommes excités à l'idée d'offrir aux Canadiens et Canadiennes une gamme complète de véhicules et nous anticipons grandir dans ce fantastique pays. »

Mitsubishi Motors prévoit commencer à vendre des automobiles au Canada au début de 2003 et son objectif est d'ouvrir 51 établissements concessionnaires au cours de la première année, augmentant ce nombre à 150 en cinq ans. À ce niveau, le réseau des concessionnaires entraînerait la création d'environ 6 400 nouveaux emplois.

L'entreprise prévoit des ventes au Canada de 38 000 véhicules neufs annuellement à la fin de 2007, ce qui lui donnera une part estimée à deux pour cent du marché canadien des véhicules neufs. Le Canada est le seul marché de l'automobile international où Mitsubishi Motors ne vend actuellement pas de véhicules.

« Pour tout grand constructeur d'automobiles comme Mitsubishi Motors, le marché canadien est un endroit important pour y faire des affaires. Le Canada possède un environnement de concessionnaires au détail de classe mondiale et une population croissante de consommateurs avisés », a ajouté M. Gagnon.

Randy Sears a été nommé vice-président principal et directeur général de l'exploitation au Canada. M. Sears est présentement le directeur régional de MMSA pour la région Centre-Nord. La carrière de M. Sears s'échelonne sur 20 ans auprès de General Motors of Canada Ltd. et deux ans comme directeur général pour Saturn, Saab, Isuzu of Victoria Ltd., situé à Victoria en Colombie-Britannique.

« Nous offrirons aux consommateurs canadiens un rapport qualité-prix concurrentiel ainsi que la qualité, la fiabilité et du style. Nous sommes assurés que la marque Mitsubishi Motors attirera les consommateurs canadiens comme elle l'a fait avec les consommateurs américains », a mentionné M. Sears.

Pierre Gagnon et le vice-président principal de MMSA et directeur général, Greg O'Neill, dirigeront l'équipe de la haute direction de l'entreprise. Messieurs Gagnon et O'Neill sont Canadiens d'origine et des vétérans du secteur de l'automobile au Canada.

Mitsubishi Motors Sales of America, Ltd. a été créée en 1982 par Mitsubishi Motors Corporation de Tokyo. Elle vend une gamme complète de véhicules, incluant les coupés, les décapotables, les berlines et les véhicules utilitaires sport par le biais d'un réseau comportant plus de 550 concessionnaires aux États-Unis.

Mitsubishi Motor Manufacturing of America, Ltd. (MMMA), située à Normal en Illinois, assemble présentement les véhicules de marques Chrysler et Mitsubishi. Parmi les véhicules Mitsubishi, on retrouve le coupé sport Eclipse, la décapotable Eclipse Spyder et la berline de grandeur moyenne Galant, qui comptent ensemble pour environ la moitié des ventes d'automobiles particulières de MMSA aux États-Unis. Créée en 1985, MMMA emploie environ 3 300 personnes.

Le plan d'action de dix ans du gouvernement canadien pour des véhicules, des moteurs et du carburant plus propres

Le 19 février 2001, le Ministre de l'Environnement, David Anderson, a rendu publics les détails d'un plan d'action s'échelonnant sur dix ans pour des véhicules, des moteurs et du carburant plus propres. Ce plan fait partie intégrante de la Stratégie de l'air pur du gouvernement canadien. Les mesures, qui seront appuyées par des règlements, des lignes directrices et des études au cours des prochaines années, ont été élaborées par le biais de consultations auprès des gouvernements provinciaux et territoriaux, des organisations environnementales et de la santé ainsi que des représentants du secteur de l'automobile et du carburant, qui ont commencé au printemps dernier.

Les initiatives concernant les émissions : automobiles, camions, véhicules tous terrains et moteurs

Les émissions produites par les véhicules et les moteurs dépendent de la technologie employée dans les véhicules et les moteurs ainsi que des propriétés des carburants utilisés. Par conséquent, on doit tenir compte des normes au niveau du carburant et des normes relatives aux émissions des véhicules / moteurs en tant que système intégré.

Le plan d'action stipule une stratégie visant à élaborer de nouvelles normes d'émissions canadiennes pour les véhicules et les moteurs, de manière à les faire coïncider avec celles de la *Environmental Protection Agency* des États-Unis. Les règlements en vertu de la Loi canadienne sur la protection de l'environnement (LCPE, 1999) ainsi que les programmes du contrôle des émissions seront élaborés afin de réduire les émissions provenant :

- des automobiles, fourgonnettes, camionnettes « pick-up » et véhicules utilitaires sport qui seront introduits graduellement avec les véhicules de l'année de fabrication 2004;
- des gros camions et autobus, qui seront introduits graduellement avec les véhicules de l'année de fabrication 2004;
- des véhicules tous terrains et des moteurs diesel, comme ceux utilisés dans le secteur agricole et l'industrie de la construction;
- des moteurs utilitaires à essence, tels que ceux utilisés dans les souffleuses à neige, les tondeuses à gazon, les scies à chaîne et
- des moteurs d'embarcations hors-bord et des motomarines.

Le plan d'action stipule également des détails sur les mesures suivantes :

- l'élaboration d'un protocole d'entente avec les constructeurs d'automobiles, afin de fabriquer des véhicules produisant peu d'émissions au Canada à partir des années de fabrication 2001-2003 et qui serait semblable au *Voluntary National Low-Emission Vehicle (NLEV) Program* aux États-Unis.
- l'élaboration d'un code de pratique pour les programmes d'entretien et d'inspection des véhicules utilitaires lourds, qui sera utilisé dans les provinces afin de contrôler les émissions des gros camions et des autobus.

Dans le cadre de l'élaboration des règlements futurs relatifs aux émissions pour les véhicules routiers et les moteurs en vertu de la LCPE 1999, Environnement Canada prévoit s'assurer que le rendement environnemental des nouvelles flottes de véhicules au Canada sera comparable aux objectifs du programme américain.

Les détails des règlements futurs, incluant les normes possibles relatives aux flottes commerciales ou aux autres mécanismes qui obtiennent des résultats comparables, seront élaborés par le biais de consultation auprès des groupes intéressés au cours du processus de développement de la réglementation.

Les initiatives relatives au carburant propre : diesel, gaz et mazout

Le plan d'action contient plusieurs actions visant à améliorer la qualité du diesel :

- en réduisant le niveau de soufre avant 2006 pour le diesel utilisé par les camions et les autobus, en faisant coïncider les prescriptions canadiennes avec celles des États-Unis; en établissant une nouvelle limite de l'emploi du soufre dans le diesel pour véhicules tous terrains utilisé dans l'équipement de construction et agricole et en établissant une base de données complète sur la qualité du diesel afin de contrôler la qualité du carburant.

Le plan d'action stipule également les détails de plusieurs mesures visant à obtenir un carburant plus propre :

- Environnement Canada effectuera une analyse plus approfondie de la composition du gaz, afin de déterminer si des contrôles supplémentaires de la qualité du gaz ont le potentiel de réduire les émissions de substances toxiques produites par les véhicules et
- un avis de la Gazette du Canada sera publié, demandant de l'information sur l'utilisation et le rejet dans l'environnement de l'additif MTBE contenu dans le gaz.

Nouveau président de Nissan Canada



Carlos Ghosn, président de Nissan Motor Co. Ltd., a annoncé la nomination de Monsieur Mamoru Yoshida à titre de président de Nissan Canada Inc. Il occupera ce poste à compter du 2 avril 2001.

Monsieur Yoshida, 43 ans, succède à Kiyoharu Owada qui, après sept années de service au Canada, a été réaffecté à

Nissan Motor Co. Ltd. Depuis 1997, Monsieur Yoshida a travaillé à Tokyo, où il a oeuvré principalement dans les domaines de la planification commerciale outre-mer et le marketing et ventes. Il a participé activement au Plan de reprise de Nissan (NRP), depuis ses débuts en 1999, un plan conçu pour augmenter la rentabilité et réduire les coûts à l'échelle internationale. Il y a plus d'un an, il a été nommé pour diriger une équipe responsable du développement commercial associé à l'automobile dans le monde entier.

Monsieur Yoshida a obtenu son diplôme de l'université Sophia à Tokyo en 1981, où il a étudié à la faculté des langues étrangères, dans le département de la langue anglaise. Il a débuté sa carrière chez Nissan en avril 1981, où il travaillait dans le secteur de la formation relative à la fabrication à l'usine Yoshiwara. Pendant toute sa carrière, il a passé du temps en Hollande où il a travaillé pour les divisions de la planification commerciale et des opérations des ventes. De la Hollande, il a voyagé en Grande-Bretagne, où il a occupé le poste de Conseiller principal pour les directeurs des ventes et du marketing.

Trop beau pour être vrai !



L'économie du Japon en plein essor s'est effondrée en 1990, causant une chute abrupte au niveau de la production et des ventes d'automobiles japonaises. Après une décennie d'agitation économique et de restructuration, nous constatons maintenant une petite lueur d'optimisme prudent. L'an dernier, les ventes d'automobiles et de camions japonais se sont accrues

d'environ deux pour cent. Selon les prévisions, le secteur connaîtra une autre croissance d'environ 2,2 pour cent cette année. Les ventes de janvier ont augmenté très légèrement de un (1) pour cent.

Toutefois, dès que nous voyons un peu d'optimisme au Japon, la Bourse Nasdaq s'effondre aux États-Unis entraînant avec elle dix ans de prospérité économique sans précédent. Les experts ne célèbrent plus une nouvelle économie américaine immunisée contre les cycles historiques, mais ils s'interrogent pour savoir si les États-Unis chancellent du côté d'une récession. De toute évidence, le marché de l'automobile aux États-Unis est vulnérable et les ventes de véhicules de marques japonaises le sont aussi. Est-ce que cela signifie que les constructeurs japonais doivent maintenant faire face à l'écroulement de deux situations de rêve ?

Il fut un temps où l'économie japonaise prospérait malgré une récession sévissant aux États-Unis, dont l'exemple le plus remarquable est la profonde récession américaine du début des années 80. Au cours de cette période de trois ans, le marché de l'automobile japonais s'est accru d'environ six pour cent, alors que le marché américain se contractait de 25 pour cent. La croissance économique au Japon, en plus de la demande accrue pour de petites automobiles aux États-Unis, a aidé à isoler les constructeurs japonais contre le pire de la récession sévissant aux États-Unis. Et d'une manière quelque peu différente, on a constaté l'inverse durant les années 90. Durant cette décennie, le marché de l'automobile japonais diminuait de 25 pour cent, alors que le marché américain augmentait de 21 pour cent.

Toutefois, les économies, les marchés et les constructeurs d'automobiles sont de plus en plus interdépendants maintenant qu'ils l'ont été il y a 20 ans ou même 10 ans. Au début des années 80, les ventes d'automobiles de marques japonaises aux États-Unis étaient exclusivement des véhicules importés. Aujourd'hui, plus de 60 pour cent des véhicules de marques japonaises vendus aux États-Unis sont fabriqués aux États-Unis. Les constructeurs d'automobiles japonaises emploient près de 50 000 Américains et Américaines dans la fabrication, la recherche, la conception et le

marketing. Ils achètent plus de 30 milliards de dollars US en pièces automobiles américaines. Ces entreprises font maintenant partie du tissu de l'Amérique et intimement, elles ont un rapport très étroit avec les fortunes de l'économie américaine.

Une autre chose est également différente. Des propriétaires étrangers et une participation étrangère à la direction sont également liés à de nombreux constructeurs de véhicules japonais. Les importations comptent pour environ six pour cent du marché de l'automobile au Japon. Toutefois, en calculant sur la base de la propriété, les intérêts étrangers s'approprient de près de 18 pour cent de la part du marché de l'automobile au Japon. Les fortunes de GM, Ford, DaimlerChrysler et Renault sont maintenant rattachées au marché japonais, comme les constructeurs japonais sont liés aux États-Unis. Ces constructeurs ne font désormais plus partie de marchés indépendants l'un de l'autre.

L'avenir ???

Est-ce que cette situation signifie « labeur et troubles » comme promis par les sorcières diaboliques du Macbeth de Shakespeare ? Ou est-ce que les choses se rétabliront et que la prospérité se montrera le bout du nez dans le marché japonais, le marché américain ou dans ces deux marchés ? La réponse à cette question se révélera au cours des prochains mois. Toutefois, ce qui est clair pour moi, c'est que d'ici là, les nouvelles relations mondiales qui se sont forgées dans le secteur de l'automobile seront éprouvées par une croissance économique plus lente et, pire encore, par une récession. Les secteurs de l'automobile japonais et américain se retrouveront dans le même bateau et, dans plusieurs cas, ce bateau naviguera avec les mêmes rames. Ces constructeurs sont plus susceptibles de connaître le succès et de chuter ensemble !

Secteur des véhicules automobiles au Japon		
Automobiles particulières, camions, autobus	TOTAL	
PRODUCTION ¹	Jan-mars 01	2 603 332
	Jan-mars 00	2 700 254
	Changement %	-3,6
EXPORTATIONS ²	Jan-mars 01	1 017 033
	Jan-mars 00	1 095 326
	Changement %	-7,1
VENTES/ ENREGISTREMENTS ³	Jan-mars 01	1 745 154
	Jan-mars 00	1 734 758
	Changement %	0,6
VENTES DE VÉHICULES IMPORTÉS ⁴	Jan-mars 01	73 142
	Jan-mars 00	71 595
	Changement %	2,2

* (incluant les modèles construits par les constructeurs d'automobiles japonaises d'outre-mer)

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

Suite 460
151 Bloor Street West
Toronto, Ontario
Canada M5S 1S4

JAMA



Canada

Tel: 416.968.0150
Fax: 416.968.7095
Email: jama@jama.ca
Website: www.jama.ca