



Ventes de véhicules neufs au Canada en hausse constante

Les ventes de véhicules neufs au Canada ont continué de préparer le terrain pour un nouveau record des ventes pour l'année civile 2002. Toutefois, on prévoit que le dernier trimestre sera un peu plus lent que celui de l'an dernier suite aux incitatifs du taux d'intérêt zéro après le 11 septembre, qui ont gonflé le marché. À la fin de septembre, les ventes des véhicules légers de tous les constructeurs automobiles au Canada ont bondi de 10 % par rapport à l'année passée, soit une augmentation de près de 119 000 unités. Les ventes d'automobiles ont augmenté de 9,2 % pour se chiffrer à plus de 724 500 unités, alors que celles des camionnettes ont grimpé de 11,1 % pour s'établir à près de 579 000 unités.

Pour les constructeurs de véhicules japonais, les ventes au cours des trois premiers trimestres de 2002 sont sur la bonne voie de battre le record établi l'an dernier. Le décompte de neuf mois de près de 370 000 unités est en hausse de 13,8 % par rapport à 2001. Les ventes d'automobiles ont fait un bond de 14 % pour se chiffrer à 277 000 unités, alors que les camionnettes ont gagné 13,3 % ou 92 680 unités. Les ventes de camionnettes construites en Amérique du Nord ont été particulièrement robustes, soit en hausse de 24 % suite à des expansions récentes d'usines au Canada et aux États-Unis.

Par les constructeurs individuels, le chef de file de la croissance a été Nissan Canada avec 21,1 % de ventes d'unités supérieures, suivi de Toyota Canada, dont les ventes ont augmenté de 18,4 %. Subaru Canada et Honda Canada ont tous les deux réussi à obtenir des niveaux semblables de croissance des ventes supérieures à 13,5 %, bien que les gains de Honda aient été en grande partie puisés dans les ventes de camionnettes plus élevées, alors que la croissance chez Subaru provenait de fortes ventes d'automobiles. Les ventes de véhicules de Mazda Canada se sont accrues de 4,8 % pour les trois premiers trimestres de 2002, suite à des ventes d'automobiles plus élevées, bien que le nombre de camionnettes construites en Amérique du Nord et vendues jusqu'à présent ont montré en flèche de 159,1 %, résultat de plus de sources d'approvisionnement en usines aux États-Unis. Les ventes de Suzuki Canada ont glissé de 10,3 % comparativement à l'an dernier en raison de ventes de camionnettes moins élevées, quelque peu compensées par un gain de près de 30 % au niveau des ventes d'automobiles. Mitsubishi a lancé sa nouvelle exploitation canadienne des ventes et de la distribution en septembre, soit la première fois pour les ventes directes dans le marché canadien. Bien que le lancement ait débuté six mois plus tôt que prévu, les ventes pour le premier mois ont donné 203 unités au total parmi les deux douzaines d'établissements concessionnaires qui ont commencé au début de septembre. Selon MMSC, environ 47 concessionnaires ouvriront leurs portes avant décembre 2002.

Production et exportations

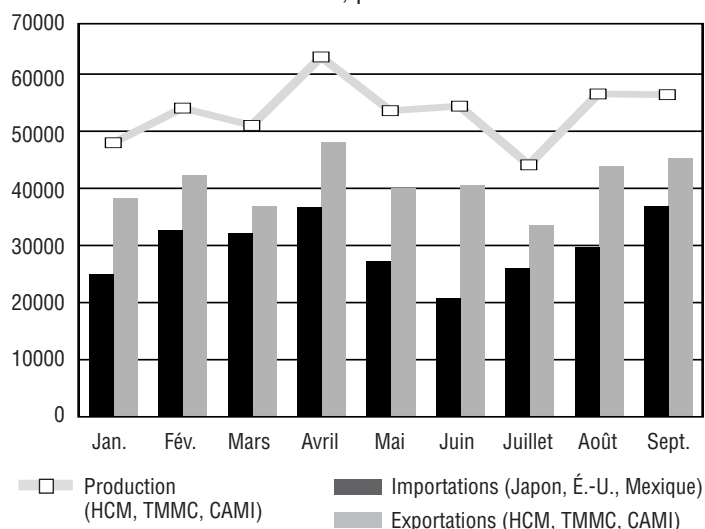
La production aux trois usines de montage affiliées aux constructeurs japonais au Canada s'est accrue de 3,3 % pendant les neuf

premiers mois de 2002 pour s'élever à un total de 488 665 unités. Seule Toyota (TMMC) a devancé les autres de l'an dernier, connaissant une hausse de 26,2 % en raison de l'expansion de l'usine Nord où la Matrix et la Corolla sont construites. La production de Honda (HCM) a chuté légèrement de 0,8 %, alors que CAMI a produit 27,3 % moins de véhicules comparativement à l'an dernier.

Du côté des exportations, les expéditions vers les É.-U. et d'autres marchés mondiaux ont chuté de 3,2 %, pour se chiffrer à 368 700 unités, comparativement à 2001. Les véhicules exportés de TMMC ont affiché un gain de 22,5 %, alors que HCM et CAMI se sont retrouvées en territoire négatif. Bien que ces résultats ont tendance à être parallèles aux tendances de la production en raison du fait que 75 % de la production totale est exportée, une chute au niveau des exportations pourrait également découler d'une demande plus forte du marché canadien que celui des États-Unis, où la majorité des exportations sont envoyées.

Production, exportations et importations

2002, par mois



DANS CE NUMÉRO

Ventes de véhicules neufs au Canada en hausse constante	1
Nouveau président de Hino Diesel Trucks Canada	2
Prix 2003 des meilleurs achats selon Carguide et Globe & Mail	3
1 ^{re} conférence annuelle AUTO21 à Toronto	3
Mazda Canada vend son millionième véhicule au Canada	4
Aisin Canada Inc. annonce une nouvelle usine de fabrication	4
Le Jardin de thé à Montréal consacré à Hector Dupuis par Toyota Canada	4, 5
Investissements féd./prov. pour une infrastructure transfrontalière à Windsor	5
Salon de l'automobile de Tokyo 2002	5, 6
Commentaire : William C. Duncan, bureau américain de la JAMA	6

Ventes de véhicules légers au Canada, selon les constructeurs

Constructeur	Jan-Sept 2002			Jan-Sept 2001			Changement %		
	AUTOS	CAMIONS	TOTAL	AUTOS	CAMIONS	TOTAL	AUTOS	CAMIONS	TOTAL
HONDA	93 446	33 121	126 567	90 059	21 366	111 425	3,8	55,0	13,6
Const. A.N.	86 442	16 763	103 205	83 130	12 693	95 823	4,0	32,1	7,7
Const. Japon	7 004	16 358	23 362	6 929	8 673	15 602	1,1	88,6	49,7
TOYOTA	89 297	27 456	116 753	71 503	27 121	98 624	24,9	1,2	18,4
Const. A.N.	44 243	11 444	55 687	34 068	12 349	46 417	29,9	-7,3	20,0
Const. Japon	45 054	16 012	61 066	37 435	14 772	52 207	20,4	8,4	17,0
MAZDA	42 867	14 213	57 080	39 138	15 318	54 456	9,5	-7,2	4,8
Const. A.N.	1 432	7 712	9 144	1 500	2 976	4 476	-4,5	159,1	104,3
Const. Japon	41 435	6 501	47 936	37 638	12 342	49 980	10,1	-47,3	-4,1
NISSAN	37 168	11 139	48 307	30 342	9 538	39 880	22,5	16,8	21,1
Const. A.N.	28 011	4 330	32 341	23 620	3 481	27 101	18,6	24,4	19,3
Const. Japon	9 157	6 809	15 966	6 722	6 057	12 779	36,2	12,4	24,9
SUZUKI	4 419	3 790	8 209	3 411	5 737	9 148	29,6	-33,9	-10,3
Const. A.N.	0	1 142	1 142	1 081	1 892	2 973	-100,0	-39,6	-61,6
Const. Japon	4 419	2 648	7 067	2 330	3 845	6 175	89,7	-31,1	14,4
SUBARU	9 850	2 961	12 811	8 519	2 743	11 262	15,6	7,9	13,8
Const. A.N.	5 175	0	5 175	5 309	0	5 309	-2,5	0,0	-2,5
Const. Japon	4 675	2 961	7 636	3 210	2 743	5 953	45,6	7,9	28,3
TOTAL	277 047	92 680	369 727	242 972	81 823	324 795	14,0	13,3	13,8
Const. A.N.	165 303	41 391	206 694	148 708	33 391	182 099	11,2	24,0	13,5
Const. Japon	111 744	51 289	163 033	94 264	48 432	142 696	18,5	5,9	14,3

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

Source: AIAMC

Exportations de véhicules automobiles du Canada

	Jan-Sept 2002	Jan-Sept 2001	Changement %
HONDA (HCM)	208 209	224 386	-7,2
TOYOTA (TMMC)	122 611	100 113	22,5
CAMI	37 880	56 398	-32,8
TOTAL	368 700	380 897	-3,2

Source: JAMA Canada

Production de véhicules automobiles au Canada

	Jan-Sept 2002	Jan-Sept 2001	Changement %
HONDA (HCM)	277 593	279 743	-0,8
TOYOTA (TMMC)	166 437	131 875	26,2
CAMI	44 635	61 388	-27,3
TOTAL	488 665	473 006	3,3

Source: JAMA Canada

Importations (expéditions) de véhicules au Canada

	Jan-Sept 2002	Jan-Sept 2001	Changement %
JAPON	176 240	142 169	24,0
É.-U./MEXIQUE	90 646	89 928	0,8
TOTAL	266 886	232 097	15,0

Source: JAMA, JAMA Canada



M. Hiro Omori
Président, Hino Diesel
Trucks Canada Ltd.

Nouveau président de Hino Diesel Trucks Canada

M. Hiro Omori a récemment pris en charge les responsabilités de président de Hino Diesel Trucks Canada Ltd. à Mississauga. M. Omori est le plus jeune président du groupe international Hino Motors et il succède à M. Frank Suzuki qui est retourné au Japon.

M. Omori s'est joint à Hino Motors Japan en 1990 après avoir acquis cinq années d'expérience dans l'exportation des pièces de frein automobile. Avant son arrivée au Canada, il s'est spécialisé dans le marketing et la planification commerciale pour l'exploitation outre-mer de Hino. En tant que président, ses principales aspirations englobent la culture du marché de Hino et l'augmentation des ventes de ses camions diesel intermédiaires au Canada.

Hino Diesel Trucks Canada fait partie de l'industrie du camionnage au Canada depuis 1973 et continue de grandir à un rythme constant. L'entreprise fournit aux opérateurs des camions diesel intermédiaires de classes 5, 6 et 7.

Pour obtenir de plus amples renseignements au sujet de Hino Diesel Trucks au Canada, visitez son site Internet à 'www.hinocanada.com'.

Prix 2003 des meilleurs achats selon Carguide et Globe & Mail

Les membres de JAMA Canada ont remporté sept des treize prix Meilleurs achats de 2003 qui ont récemment été remis par Carguide et The Globe & Mail. Dans plusieurs catégories, ils ont été gagnants par rapport à l'année précédente. Parmi ces catégories, notons l'automobile économique (Toyota Echo), l'automobile compacte (Nissan Sentra SE-R) et Le choix des consommateurs (Honda Odyssey).

Il s'agit des neuvièmes prix Meilleurs achats annuels, qui ont été sélectionnés suite à un sondage d'opinions auprès de quelque 9 000 lecteurs, qui a été effectué au cours de l'été. « C'est ce que les consommateurs et les utilisateurs disent à propos des véhicules qu'ils possèdent et conduisent », selon l'éditeur du Globe & Mail, Philip Crawley.

Les gagnants des prix Meilleurs achats de 2003

Automobile économique – Toyota Echo

Automobile compacte – Nissan Sentra SE-R

Automobile familiale – Nissan Altima SE

Automobile de luxe – Jaguar X-Type 3.0

Berline performante – BMW 330i

Automobile de prestige – Lexus SC430 Roadster

Familiale – Mazda Protégé 5

Minifourgonnette – Dodge Grand Caravan Sport

Utilitaire sport – GMC Envoy SLT

Utilitaire sport compact – Honda CR-V EX

Camionnette à caisse « pickup » - Dodge Ram 1500 Quad Cab SLT Sport / GT – Chevrolet Corvette

Le choix des consommateurs (le plus de votes en général) – Honda Odyssey

1^{re} conférence annuelle AUTO21 à Toronto

La première conférence scientifique AUTO21 annuelle a eu lieu à Toronto à la mi-septembre. Des représentants de l'industrie, du gouvernement et des universités se sont réunis pour y discuter, entre autres, des divers projets de recherche et de développement actuellement en cours. Dans le cadre de la conférence, on retrouvait plusieurs conférenciers, des visites d'usine de Honda à Alliston et au Groupe Woodbridge à Mississauga ainsi que des présentations détaillées du progrès de nombreux projets de recherche individuels universitaires.

AUTO21 fut créée en 2001, afin d'aider à positionner le Canada comme un chef de file dans la recherche et le développement de l'automobile. Elle fait partie des Réseaux des centres d'excellence organisés par le gouvernement fédéral. Une subvention initiale de 23 millions \$ plus les contributions des industries et des institutions de l'ordre de plus de 11 millions \$ ont aidé à financer les 28 projets de recherche dans des domaines tels que l'éducation des consommateurs dans l'utilisation des appareils de sécurité, les procédés perfectionnés de mousse de polymère, la télématique des véhicules et la recherche avancée sur les carburants.

Plus de 200 chercheurs de 28 universités canadiennes et plus de 100 partenaires industriels et gouvernementaux ont apporté leur con-



Mazda Protégé 5 – Familiale



Honda Odyssey – Le choix des consommateurs (le plus de votes en général)



Nissan Altima SE – Automobile familiale

tribution à AUTO21. Les projets de recherche portent sur six thèmes d'étude : la santé, la sécurité et la prévention des blessures, les tissus sociétaux, les matériaux et la fabrication, les procédés de design, les groupes motopropulseurs, les carburants et émissions ainsi que les systèmes intelligents et les capteurs.

Vous retrouverez des renseignements complets sur AUTO21 et la conférence, dont les résumés de tous les projets de recherche, sur le site Internet à 'www.auto21.ca'.

Mazda Canada vend son millionième véhicule au Canada

Le 30 septembre dernier, Mazda Canada a marqué une étape importante lorsqu'un concessionnaire au Québec a vendu son millionième véhicule Mazda. Pour souligner l'occasion, le président de Mazda Canada, Mike Benchimol, a décidé de rembourser le prix d'achat de l'automobile à un client de Montréal surpris mais visiblement réjoui. Ce ne fut pas une surprise pour Mazda Canada que la grande vente ait lieu au Québec, puisque les véhicules Mazda sont très en demande dans la province. De plus, la Mazda Protégé est présentement la troisième automobile qui se vend le mieux au Canada.

Mazda Canada, une filiale de Mazda Motor Corporation of Hiroshima, Japon, fut établie au Canada en 1968 et elle compte présentement environ 150 concessionnaires franchisés à travers le Canada ainsi que des bureaux régionaux à Montréal, Vancouver et Scarborough. En plus d'un centre de distribution de pièces à Pickering en Ontario, Mazda Canada a environ 125 employés, en excluant les établissements concessionnaires.

Pour obtenir de plus amples renseignements au sujet de Mazda Canada, visitez son site Internet à 'www.mazda.ca'.



Photo courtoisie de Repentigny Mazda

Le président de Mazda Canada, Michel Benchimol (centre) célèbre sa millionième vente avec (de gauche à droite) les acheteurs Daniel Limoges, Janine Dubé, Gabriel Genarelli (concessionnaire en titre de Mazda Repentigny) et Luciano Esposito.

Aisin Canada Inc. annonce une nouvelle usine de fabrication de pièces pour Toyota (TMMC)

Aisin World Corp. of America a annoncé qu'elle avait établi sa première présence comme fabricant de composants automobiles au Canada, qui servira initialement Toyota Motor Manufacturing Canada Inc. (TMMC). Junichi Nishimura, président de Aisin World Corp. of America, en a fait l'annonce.

Situé à Woodstock en Ontario, Aisin Canada Inc. commencera la production en août prochain dans une usine de 55 000 pieds carrés et fabriquera des pièces pour la carrosserie incluant les moulures de ceinture et la garniture de pare-brise pour les modèles Toyota et Lexus. L'entreprise emploiera initialement 40 personnes et prévoit que son effectif passera à 80 avant 2005. Bien que TMMC sera sa principale cliente, Nishimura déclare que l'entreprise servira éventuellement d'autres grands constructeurs automobiles situés en Amérique du Nord.

« La proximité de TMMC et de cette bonne communauté ont été des facteurs très importants pour l'emplacement à Woodstock » a déclaré M. Nishimura.

« Nous sommes confiants que cette nouvelle usine rehaussera notre relation avec Toyota ainsi que les produits et les services que nous offrons. »

L'usine procurera le montage final et l'inspection des pièces de carrosserie automobile, incluant les moulures de ceinture et de pare-brise. Elle procurera également une base de logistique au Canada pour l'importation et la distribution d'autres composantes automobiles d'AISIN.

John Finlay, membre du Parlement fédéral du Canada, déclare qu'il se réjouit de la présence sociale d'Aisin à Woodstock.

« À mon avis, Aisin contribuera énormément à la prospérité future de ce comté » a mentionné M. Finlay. « Aisin et les autres compagnies du groupe Toyota connaissent une très bonne croissance aux États-Unis et sont accueillies avec enthousiasme par les communautés qu'elles desservent. Nous sommes très heureux que Aisin ait établi sa première filiale canadienne ici à Woodstock. »

Aisin World Corp. of America est une filiale de Aisin Group, dirigée par Aisin Seiki Co., Ltd., possédant des bureaux à Kariya City, Aichi au Japon. Aisin Seiki Co., Ltd. fut créée en 1949 avec des ventes du groupe consolidées de 15,6 milliards \$ canadiens en 2001. Aisin Seiki est un fournisseur international de composants automobiles, de pièces de carrosserie, de composants de transmission, de pièces liées au moteur et de composants électroniques. En Amérique du Nord, le Aisin Group compte 12 usines de fabrication, deux centres de recherche et de développement et trois centres de ventes. Les ventes de Aisin Group en Amérique du Nord se sont élevées à 1 630 millions canadiens en 2001. L'entreprise fournit des pièces à Toyota ainsi qu'à d'autres grands constructeurs d'automobiles aux États-Unis et au Canada.

Le Jardin de thé à Montréal consacré à Hector Dupuis par Toyota Canada

Le nouveau Jardin de thé du Pavillon japonais du Jardin botanique de Montréal a ouvert officiellement aujourd'hui et il est consacré à feu Hector Dupuis, un ex-cadre de Toyota Canada et personnage de marque du secteur de l'automobile au Canada. Yoshio Nakatani, président du conseil de Toyota Canada Inc., Tetsuo Shioguchi, Consul général du Japon à Montréal, Cosmo Maciocia, membre du comité exécutif de la Ville de Montréal ainsi que des représentants du Jardin botanique de Montréal se sont joints à l'épouse de M. Dupuis, Louise, lors de la cérémonie.

Le nouveau Jardin de thé mène à la Salle de thé du Pavillon japonais où l'élégante cérémonie du thé japonaise qui date de plusieurs siècles est célébrée pendant tout l'été. Le rôle traditionnel du jardin est de fournir un oasis de paix où les invités peuvent laisser derrière eux les soucis de la journée avant d'entrer dans la salle de thé.

« Hector Dupuis a débuté sa carrière dans l'automobile ici à Montréal, où il est né, et il a soutenu sans ménagement plusieurs de ses dignes causes », a déclaré M. Nakatani. « Toyota est fière d'honorer son service envers la communauté et son amour pour la ville en offrant ce jardin en son nom. Je sais que nos concessionnaires

■ Suite à page la page 5... *Le Jardin de thé à Montreal*

■ Suite de la page 4... *Le Jardin de thé à Montréal*

et nos associés, ici et à travers le pays, conviennent qu'il s'agit là d'un hommage mérité à sa vie, et nous sommes heureux que sa famille se joigne à nous pour cette occasion spéciale. »

Toyota Canada a offert une contribution financière globale de 175 000 \$ au Jardin botanique de Montréal, afin d'y construire le Jardin de thé. Le Jardin de thé a été conçu à l'aide de plans fournis par la ville sœur de Montréal, Hiroshima.

Investissements fédéral et provincial pour une infrastructure transfrontalière à Windsor

Le 25 septembre dernier, le Premier Ministre Jean Chrétien et le Premier ministre de l'Ontario, Ernie Eves, annonçaient le financement d'un montant allant jusqu'à 300 millions \$ réparti sur cinq ans pour le projet débutant en 2002-2003 de l'amélioration des infrastructures à Windsor; ce projet représente la première étape de la problématique des frontières afin de faciliter les échanges au poste de Windsor-Détroit. Un comité conjoint est composé de trois fonctionnaires de chacun des gouvernements et son mandat est de consulter avec les groupes intéressés et les intervenants sur les projets prioritaires, qui peuvent être accomplis dans les limites des paramètres relatifs au délai et au financement établis par ce partenariat. Le comité a rencontré divers groupes, dont celui de l'automobile, pour informer les intervenants de l'entente conjointe ainsi que du processus concernant les consultations qui auront lieu au cours des deux prochains mois. Le comité fera rapport aux deux gouvernements dans un délai de 60 jours en leur indiquant des recommandations relatives aux activités prioritaires pour un plan d'action visant à mettre les améliorations en oeuvre.

Les fonds sont affectés aux améliorations de l'infrastructure actuelle et non aux nouveaux projets, tels que le jumelage du pont ou l'ajout d'un tunnel réservé à la circulation commerciale pour camions et chemins de fer respectivement; toutefois, ces deux propositions seront possibles à plus long terme auprès du secteur privé et public des deux côtés de la frontière et elles seront assujetties à une évaluation par le biais du Partenariat binational Canada - États-Unis - Ontario - Michigan, qui compte un horizon de planification sur 30 ans en ce qui a trait au commerce transfrontalier et au développement économique. En vertu de l'entente conjointe, chaque gouvernement versera des contributions de 150 millions \$ - les fonds du gouvernement fédéral proviendront des 600 millions \$ annoncés lors du dernier budget et consacrés aux améliorations des frontières, et les fonds de l'Ontario proviendront de son *SuperBuild Fund* (Fonds SuperConstruction).

La JAMA Canada appuie cette initiative de financement qui représente une bonne première étape dans la résolution du rétrécissement de la chaussée à la frontière. À plus long terme, il serait sensé d'améliorer les installations pour les camions et les chemins de fer, puisque les camions transportent habituellement des pièces, alors que les véhicules pour exportation ou importation entre le Canada et les États-Unis sont habituellement expédiés par trains.

Point de mire sur « l'environnement et la sécurité » au Salon de l'automobile de Tokyo 2002

Le 36^e Salon de l'automobile de Tokyo pour les véhicules commerciaux a eu lieu entre le 29 octobre et le 3 novembre au Makuhari Messe à Chiba. Au total, quelque 211 000 visiteurs se sont présentés au salon de cette année, ce qui dépasse de loin les attentes premières de 180 000 visiteurs (le nombre de visiteurs du 34^e Salon de l'automobile de Tokyo pour les véhicules commerciaux en 2000 était de 178 000). L'organisateur du salon a fait part de ses commentaires : « Malgré l'environnement extrêmement difficile entourant l'économie japonaise, particulièrement le marché des véhicules commerciaux, les utilisateurs ont démontré un niveau très élevé d'intérêt, surtout dans les produits et les technologies perfectionnés présentés au Salon et qui peuvent répondre à des besoins sociaux, tels que la protection de l'environnement, la sécurité et le bien-être de la société. De plus, nous avons présenté des expositions et des événements spéciaux que même le grand public pouvait apprécier. Nous croyons qu'il a contribué à cette excellente réaction. »

Ce fut la quatrième année et le deuxième Salon de l'automobile pour véhicules commerciaux depuis les salons des véhicules particuliers et motocyclettes, et les salons de l'automobile pour véhicules commerciaux ont été fractionnés de façon à être alternés. Il s'agit également du premier Salon de l'automobile de Tokyo, dont l'hôte est l'Association japonaise des constructeurs d'automobiles (JAMA - président du conseil : Yoshihide Munekuni) depuis la fusion de mai 2002 de la JAMA et de l'ancienne Fédération industrielle automobile du Japon (JMIF), qui avait été l'organisatrice des années précédentes. Quelque 106 entreprises, deux gouvernements et deux organisations de sept pays différents ont participé au salon de cette année, qui se fondait sur le thème « Ressentez l'évolution - les véhicules commerciaux sur scène ».

On comptait 314 véhicules présentés, soit une considérable augmentation par rapport au Salon des véhicules commerciaux (287 véhicules lors du 34^e Salon de l'automobile de Tokyo en 2000). Parmi les éléments d'exposition, on retrouvait 30 premières mondiales (27 véhicules et 3 pièces) ainsi que 21 premières japonaises (9 véhicules et 12 pièces) en plus d'une vaste gamme de nouveaux modèles et de technologies perfectionnées dans les domaines de l'environnement de la sécurité, des technologies de l'information et du bien-être de la société. Les efforts axés sur l'environnement ont été un point de mire majeur des présentoirs de cette année, où un grand nombre de camions, autobus et autres véhicules munis de technologies à faible pollution perfectionnées, dont la pile à combustible, la technologie hybride, le gaz naturel comprimé (GNC), le gaz de pétrole liquéfié (GPL) et le diesel propre. Parmi les activités reportées des salons des véhicules commerciaux antérieurs, on comptait le symposium *Talk-in 2002* ainsi que « Essai de conduite des véhicules commerciaux », où les visiteurs pouvait conduire de gros camions et remorques, des véhicules adaptés aux personnes handicapées ainsi que d'autres véhicules roulant sur les routes publiques autour du site du salon. Les nouvelles activités et les nouveaux présentoirs incluaient le « Coin des relations publiques de la

■ Suite à la page 6... *Salon de l'automobile de Tokyo 2002*

■ Suite de la page 5... *Salon de l'automobile de Tokyo 2002*

JAMA », le nostalgique « Coin des véhicules commerciaux d'époque », le « Coin des véhicules commerciaux au service des gens », où les visiteurs pouvaient jeter un coup d'œil sur les véhicules qui ne sont généralement pas accessibles au public, ainsi que le « Coin des motocyclettes au service des gens ». Ces divers éléments d'exposition et événements offraient une claire présentation du concept principal du Salon; notamment, celui d'un « Salon complet des véhicules commerciaux » que les professionnels et les visiteurs ordinaires peuvent apprécier.

Le « 37^e Salon de l'automobile de Tokyo – automobiles particulières et motocyclettes (2003) » de l'an prochain devrait avoir lieu pendant 13 jours à partir du 24 octobre (vendredi) au 5 novembre (mercredi) au Makuhari Messe (le Centre des congrès Nippon) dans la ville de Chiba. Le thème de ce salon, qui ouvrira ses portes au grand public à compter du 25 octobre (samedi), sera « Le défi : conduire vers un meilleur avenir ».

Commentaire : William C. Duncan, Directeur général, JAMA Washington

L'aspect en évolution des données sur les achats de pièces automobiles



L'Association japonaise des constructeurs d'automobiles (JAMA) a récemment émis son Rapport américain sur les achats de pièces automobiles. Ce rapport annuel fut conçu en 1987, afin de démontrer le degré auquel les entreprises japonaises mondialisent leur exploitation.

Les données sur les achats de pièces comptabilisées depuis les 16 dernières années reflètent clairement une tendance de mondialisation soutenue. Les achats par les membres de la JAMA des pièces automobiles américaines se sont accrus de manière constante des 2,5 milliards \$ en 1986 à environ 36 milliards \$ l'an dernier. Ce chiffre correspond à la croissance de leurs investissements aux États-Unis. Par exemple, en 1986, les constructeurs d'automobiles japonais ont produit 617 000 véhicules aux États-Unis et en ont importé 3,4 millions. Depuis ce temps, les constructeurs japonais ont investi quelque 20 milliards \$ dans les usines et équipement américains, augmentant ainsi leur production aux États-Unis de 1,6 million d'unités et réduisant leurs importations vers les É.-U. d'environ le même nombre. Les chiffres des achats de pièces reflètent ces tendances.

Toutefois, plus nous pénétrons dans cette ère d'interaction mondiale parmi les constructeurs d'automobiles à l'échelle internationale, plus le rapport des achats de pièces automobiles représente de façon inadéquate le degré de mondialisation qui se produit et moins il réalise son but d'origine. Tenez compte des facteurs suivants :

Les chiffres des achats n'incluent pas la production à l'interne de pièces automobiles par les entreprises membres de la JAMA aux États-Unis, mais seulement les achats effectués à l'extérieur. Par conséquent, ces chiffres n'incluent pas les millions de moteurs, de transmissions et d'autres pièces à valeur ajoutée que les entreprises membres de la JAMA produisent sans cesse aux États-Unis plutôt que de les importer du Japon.

Les chiffres ne tiennent pas compte des achats faits par d'autres pays. Par exemple : les achats de pièces américaines de l'an dernier pour usage au Japon ont diminué de 13 pour cent, mais les achats de pièces de l'Europe ont augmenté de 17 pour cent. Alors qu'un plus grand nombre de fabricants de pièces outre-mer s'établissent au Japon, leur production au Japon remplacera les produits importés des États-Unis et d'ailleurs. Les chiffres des achats ne reflètent pas les nouvelles relations de capital créées par la mondialisation et ils ne reflètent pas non plus les nouvelles ententes d'achat conjointes dérivées de celles-ci. Par exemple : GM, Ford, DaimlerChrysler et Renault possèdent des parts et une participation de la gestion dans sept des neuf constructeurs d'automobiles japonais. GM Japon, maintenant membre de la JAMA, a récemment annoncé qu'elle formerait une équipe des achats conjointe au Japon dans le but de rechercher des pièces automobiles à l'échelle mondiale pour GM et ses trois partenaires japonais, soit Isuzu, Subaru et Suzuki. Alors que les investissements japonais dans l'automobile aux États-Unis mûrissent, les tendances au niveau des achats de pièces aux États-Unis sont plus susceptibles de refléter les changements des conditions économiques et de la compétitivité que la croissance des investissements, du contenu américain et de la mondialisation.

L'avenir

Le rapport annuel sur les achats de pièces automobiles joue un rôle utile comme mesure historique de la mondialisation rapide et de l'intégration du secteur de l'automobile japonais à l'économie américaine. Toutefois, ces données perdent de leur utilité dans un monde où il est pratiquement impossible de distinguer une automobile selon la nationalité de ses pièces. Alors que nous avançons dans l'avenir, le secteur concentrera ses efforts sur les améliorations au niveau de la productivité, de la technologie de la production, des innovations du groupe motopropulseur, de la qualité et, surtout, la satisfaction des consommateurs. Donc, il est plus sensé de se concentrer sur la façon dont les pièces automobiles contribuent à ces développements plutôt que sur la manière de déterminer la valeur en dollars de leur nationalité.

Pour obtenir de plus amples renseignements et des statistiques mensuelles actualisées, visitez le site Internet de la JAMA à 'www.jama.or.jp/e_press/index.html'.

Aperçu du secteur des véhicules automobiles au Japon

Automobiles particulières, camions, autobus	TOTAL	
PRODUCTION ¹	Jan-Sept 2002	7 624 453
	Jan-Sept 2001	7 368 743
	Changement %	3,5
EXPORTATIONS ²	Jan-Sept 2002	3 455 067
	Jan-Sept 2001	3 099 987
	Changement %	11,5
VENTES/ ENREGISTREMENTS ³	Jan-Sept 2002	4 438 040
	Jan-Sept 2001	4 552 924
	Changement %	- 2,5
VENTES DE VÉHICULES IMPORTÉS ⁴	Jan-Sept 2002	208 812
	Jan-Sept 2001	208 724
	Changement %	0,0

* (incluant les modèles construits par les fabricants d'automobiles japonais outre-mer)

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