



AUTO QUARTERLY

Été 2006
www.jama.ca

NEWSLETTER OF THE JAPAN AUTOMOBILE MANUFACTURERS ASSOCIATION OF CANADA

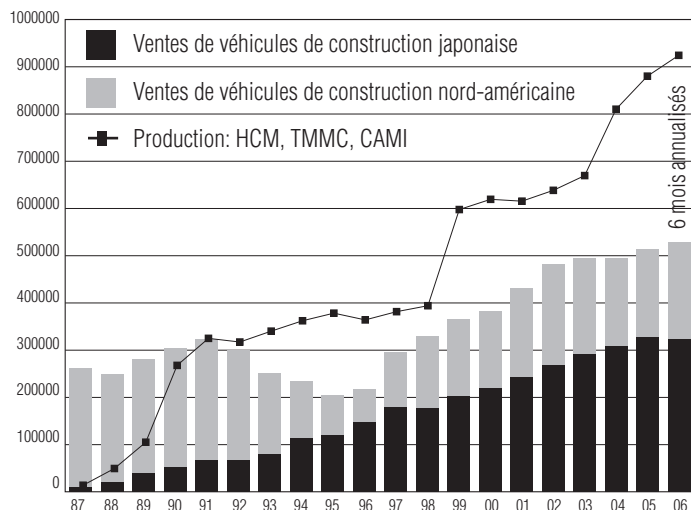
Ventes et production au Canada : la tendance se poursuit

Ventes

Durant le deuxième trimestre de 2006, les ventes de nouveaux véhicules au Canada ont perdu le regain de vigueur qu'elles avaient connu au cours du premier trimestre. Au total, à la fin de mars, les ventes de véhicules légers ont augmenté de 2,6 % comparativement à 2005, tandis qu'à la fin de juin, cette hausse était de moins de 1 %, soit à un peu plus de 815 000 unités, en raison des baisses enregistrées en avril et juin. Les ventes d'automobiles ont progressé de 2,6 % dû à l'intérêt des consommateurs pour les véhicules sous-compactes dont les ventes ont grimpé de 20,5 % au cours des six premiers mois comparativement à la même période l'an dernier. Cette croissance est probablement plus attribuable à la vaste gamme de nouvelles venues dans le segment des petites voitures ainsi qu'aux hausses du prix de l'essence. Les ventes de véhicules utilitaires légers ont, pour leur part, baissé de 1,1 % au cours de la même période. Tandis que les ventes de petites camionnettes et de véhicules utilitaires sports compacts (dits « crossover ») ont augmenté de façon marquée, soit de 44,7 % et de 19,6 % respectivement, celles de minifourgonettes et de véhicules utilitaires sports intermédiaires ont, de leur côté, baissé de 10,2 % et de 31,5 % respectivement.

Durant la première moitié de 2006, les ventes réalisées par les sociétés membres de la JAMA du Canada ont continué de gagner du terrain de façon modeste par rapport à il y a douze mois. Au

Production et ventes (1987-2006)



Les dix véhicules légers les plus vendus au Canada (jan. - juin 2006)

Automobiles		juin	jan	
1	Honda Civic Berline/Coupé	32 316	29 367	10,0 %
2	Toyota Corolla	24 164	23 403	3,3 %
3	Mazda3	23 392	27 819	-15,9 %
4	Toyota Yaris	17 265	-	s.o.
5	Chevrolet Cobalt	16 667	9 281	79,6 %
6	Ford Focus	14 618	14 013	4,3 %
7	Pontiac Pursuit	13 616	5 064	168,9 %
8	Toyota Camry	12 907	9 991	29,2 %
9	Toyota Matrix	12 875	11 985	7,4 %
10	Chevrolet Impala	12 655	9 131	38,6 %

Utilitaires légers		juin	jan	
1	Ford Série F	36 201	36 687	-1,3 %
2	Dodge Caravan	33 315	34 773	-4,2 %
3	Camionnette Dodge Ram	19 658	18 529	6,1 %
4	GMC Sierra	19 438	19 379	0,3 %
5	Chevrolet Silverado	18 509	18 743	-1,2 %
6	Ford Escape/Hybride	12 785	10 814	18,2 %
7	Chevrolet Uplander	12 148	10 571	14,9 %
8	Pontiac Montana SV6	11 431	9 609	19,0 %
9	Ford Ranger	8 368	4 312	94,1 %
10	Honda CR-V	7 418	7 702	-3,7 %

premier trimestre, les ventes combinées de véhicules légers ont augmenté de 5,7 %, alors qu'au deuxième, la hausse n'a pas été aussi encourageante, s'établissant à 3,0 %. Au total, à la fin juin, les ventes de véhicules légers ont progressé de 4,2 %, soit un gain de 10 000 unités, à presque 264 000 unités. Contrairement à l'ensemble du marché, les ventes de véhicules utilitaires légers ont surpassé celles d'automobiles, ayant augmenté de 7,2 % et de 3,1 % respectivement. La part de marché des constructeurs japonais à la fin juin était de 32,4 %, soit une hausse comparativement à 31,3 % pour la

Voir *Ventes et production au Canada...* suite en page 2

DANS CE NUMÉRO

Ventes et production au Canada : la tendance se poursuit	1-3
Portrait des membres : la Fondation Honda Canada	3-4
L'Ontario ouvre un centre de marketing au Japon	4-5
Toyota Boshoku annonce une nouvelle usine de pièces d'autos en Ontario	5
La JAMA publie une mise à jour de <i>En route vers la mobilité durable : automobiles, sécurité routière et protection de l'environnement</i>	5-6
La production de véhicules prend de l'ampleur sur les marchés mondiaux	6

Ventes de véhicules légers au Canada, selon les constructeurs

Constructeur	Jan-juin 2006			Jan-juin 2005			Changement %		
	VOITURES	CAMIONS	TOTAL	VOITURES	CAMIONS	TOTAL	VOITURES	CAMIONS	TOTAL
HONDA	53 755	20 211	73 966	50 244	21 160	71 404	7,0	-4,5	3,6
Const. A.N.	45 772	12 793	58 565	46 035	13 458	59 493	-0,6	-4,9	-1,6
Const. Japon	7 983	7 418	15 401	4 209	7 702	11 911	89,7	-3,7	29,3
TOYOTA	73 555	26 125	99 680	67 172	21 010	88 182	9,5	24,3	13,0
Const. A.N.	50 922	13 117	64 039	46 974	13 078	60 052	8,4	0,3	6,6
Const. Japon	22 633	13 008	35 641	20 198	7 932	28 130	12,1	64,0	26,7
MAZDA	34 732	6 015	40 747	35 690	4 884	40 574	-2,7	23,2	0,4
Const. A.N.	5 710	4 185	9 895	6 429	3 638	10 067	-11,2	15,0	-1,7
Const. Japon	29 022	1 830	30 852	29 261	1 246	30 507	-0,8	46,9	1,1
NISSAN	16 503	13 810	30 313	21 069	15 245	36 314	-21,7	-9,4	-16,5
Const. A.N.	13 500	5 722	19 222	17 368	6 960	24 328	-22,3	-17,8	-21,0
Const. Japon	3 003	8 088	11 091	3 701	8 285	11 986	-18,9	-2,4	-7,5
SUZUKI	3 479	2 177	5 656	3 007	1 194	4 201	15,7	82,3	34,6
Const. A.N.	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0
Const. Japon	3 479	2 177	5 656	3 007	1 194	4 201	15,7	82,3	34,6
SUBARU	5 766	2 270	8 036	5 580	2 118	7 698	3,3	7,2	4,4
Const. A.N.	2 644	489	3 133	2 780	315	3 095	-4,9	55,2	1,2
Const. Japon	3 122	1 781	4 903	2 800	1 803	4 603	11,5	-1,2	6,5
MITSUBISHI	3 767	1 798	5 565	3 029	1 963	4 992	24,4	-8,4	11,5
Const. A.N.	1 583	436	2 019	941	564	1 505	68,2	-22,7	34,2
Const. Japon	2 184	1 362	3 546	2 088	1 399	3 487	4,6	-2,6	1,7
TOTAL	191 557	72 406	263 963	185 791	67 574	253 365	3,1	7,2	4,2
Const. A.N.	120 131	36 742	156 873	120 527	38 013	158 540	-0,3	-3,3	-1,1
Const. Japon	71 426	35 664	107 090	65 264	29 561	94 825	9,4	20,6	12,9

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

Source: AIAMC, DesRosiers Automotive Consultants Inc.

Production de véhicules automobiles au Canada

	Jan-juin 2006	Jan-juin 2005	Changement %
HONDA (HCM)	200 819	202 660	-0,9
TOYOTA (TMMC)	169 566	158 270	7,1
CAMI	98 705	85 892	14,9
TOTAL	469 090	446 822	5,0

Source: JAMA Canada

Exportations de véhicules automobiles du Canada

	Jan-juin 2006	Jan-juin 2005	Changement %
HONDA (HCM)	153 350	163 157	-6,0
TOYOTA (TMMC)	128 747	117 165	9,9
CAMI	80 238	80 207	0,0
TOTAL	362 335	360 529	0,5

Source: JAMA Canada

Importations (expéditions) de véhicules au Canada

	Jan-juin 2006	Jan-juin 2005	Changement %
JAPON	127 683	101 547	25,7
É.-U./MEXIQUE	80 160	92 255	-13,1
TOTAL	207 843	193 802	7,2

Source: JAMA, JAMA Canada

• Suite de la page 1... Ventes et production au Canada

même période l'an dernier.

En prenant chaque entreprise individuellement, c'est Suzuki Canada qui a connu la meilleure hausse, à 34,6 % pour la première moitié de 2006, suivie de Toyota Canada, à 13,0 % (un nouveau record de ventes pour cette entreprise, à presque 100 000 unités jusqu'à présent cette année). Pour sa part, Mitsubishi Motors Sales Canada a affiché une hausse de 11,5 %, tandis que celle affichée par Subaru Canada et Honda Canada s'est située à moins de 10,0 %. Durant la première moitié de 2006, Mazda Canada a conservé à peu près les mêmes résultats, tandis que Nissan s'est retrouvée en territoire négatif.

Dans le secteur des ventes d'automobiles, ce sont les modèles de marques japonaises qui ont continué de dominer, avec six de ces modèles venant en tête de liste, dont la Honda Civic, qui conserve la première place, suivie de la Toyota Corolla, de la Mazda3, puis de la Toyota Yaris.

Parmi la liste des dix véhicules les plus vendus dans la catégorie utilitaires légers, le Honda CR-V est le seul modèle de marque japonaise.

Les ventes qu'a réalisées dans son ensemble au Canada le groupe des trois Grands (GM, Ford et Chrysler) ont diminué de 2,5 % au cours des six premiers mois, à 451 965 unités, représentant une part de marché de 55,4 % comparativement à 57,3 % en 2005. Les constructeurs coréens (Hyundai et Kia) ont, pour leur part, vu leurs ventes grimper de 6,5 % au cours des deux premiers

Voir *Ventes et production au Canada...* suite en page 3

• Suite de la page 2... **Ventes et production au Canada**

trimestres, à 49 414 unités, faisant passer leur part de marché de 5,7 % en 2005 à 6,1 %. Quant aux constructeurs européens, leurs ventes ont augmenté de 10,6 %, à 50 086 unités, faisant passer leur part de marché à 6,1 %.

Les ventes de véhicules commerciaux intermédiaires et lourds au Canada durant la première moitié de 2006 ont progressé de 5,8 %, à 26 151 unités, en grande partie en raison de fortes ventes du côté des véhicules commerciaux lourds de classe 8. Au total, les ventes de véhicules commerciaux intermédiaires (classes 4-7) ont baissé de 6,1 % durant les deux premiers trimestres de 2006, à 7 429 unités. En prenant les ventes de véhicules commerciaux intermédiaires de chaque entreprise pour la première moitié de 2006, celles de Hino Motors Canada ont augmenté de presque 28 %, à 780 unités, tandis que celles de Mitsubishi Fuso Canada ont augmenté de 24,0 %, à 243 unités.

Production et exportations

C'est de façon soutenue, bien que plus modérément qu'en 2005, qu'a augmenté pour la première moitié de 2006 la production de véhicules légers des usines affiliées à des intérêts japonais au Canada. À la fin de juin, la production combinée aux usines Honda (HCM), Toyota (TMMC) et CAMI a augmenté de 5,0 %, à 469,090 unités. Ces gains sont attribuables à une hausse de production à l'usine TMMC à Cambridge et à celle de CAMI à Intersoll, bien que la production de l'usine HCM ait légèrement fléchi comparativement à 2005.

La production de l'usine HCM a baissé de 0,9 %, à 200 819 unités. Honda assure la construction de cinq modèles dans ses deux usines d'Alliston – les modèles Honda Civic et Acura CSX à l'usine 1, et Acura MDX, Honda Pilot et Ridgeline à l'usine 2.

Il se construit trois modèles à l'usine TMMC de Cambridge, soit les modèles Toyota Corolla et Matrix à l'usine Nord et Lexus RX 350 à l'usine Sud. La production de l'usine TMMC durant les premiers six mois cette année a augmenté de 7,1 %, à 169 566 unités. Il se construit actuellement deux modèles à l'usine CAMI d'Ingersoll, une coentreprise formée par les sociétés Suzuki Motor Corporation et General Motors du Canada. Il s'agit des modèles Chevrolet Equinox et Pontiac Torrent. En raison de la forte demande soutenue au Canada et aux États-Unis, la production de l'usine CAMI a augmenté de 14,9 % en 2006, à 98 705 unités, comparativement à la même période l'an dernier.

Contrairement aux périodes précédentes, les exportations de véhicules à partir de ces usines sont demeurées inchangées durant la première moitié de 2006, ayant augmenté d'un modeste 0,5 %, à 362 335 unités. En moyenne durant cette période, il s'est exporté 77 % de la production totale, soit une baisse par rapport à 80,7 % en 2005. La vaste majorité des expéditions sont destinées aux marchés américains. Les expéditions effectuées à partir de l'usine HCM ont baissé de 6,0 %, celles de l'usine CAMI sont demeurées inchangées, tandis que l'usine TMMC a expédié 9,9 % plus de véhicules comparativement à la même période l'an dernier.

Importations

Au cours de la première moitié de 2006, le nombre de véhicules acheminés au Canada à partir du Japon, des États-Unis et du

Mexique a augmenté de 7,2 %, à 207 843 unités. Les importations des pays faisant partie de L'ALENA (États-Unis et Mexique) ont chuté de 13,1 %, à 80 160 unités, tandis que celles à partir du Japon ont augmenté de 25,7 %, à 127 683 unités.

En 2006, le Canada demeure un exportateur net de véhicules « japonais ». En effet, plus de 282 000 véhicules ont été exportés par les usines HCM et TMMC, tandis que les importations réalisées par l'ensemble des membres de la JAMA du Canada au cours de la même période se sont élevées à moins de 208 000 unités, ce qui représente donc, au total, pour les premiers six mois en 2006, des exportations nettes de 74 000 véhicules.

Portrait des membres

La Fondation Honda Canada

La Fondation Honda Canada (FHC) a été constituée en juillet 2005 dans le but de rehausser le bien-être des collectivités canadiennes. S'étant donné comme objectif de soutenir les gens et les organismes qui cherchent à rendre la société meilleure, la FHC subventionne des organismes de bienfaisance enregistrés auprès de l'Agence du revenu du Canada (ARC) et dont l'esprit est imaginatif, jeune et avant-gardiste.

La FHC accorde des dons de bienfaisance dans le cadre de trois grands secteurs : l'éducation, l'environnement et l'ingénierie. En tenant compte de ces secteurs, la FHC vise à appuyer l'éducation sous ses diverses formes, les initiatives environnementales qui exercent une influence positive sur les collectivités à la grandeur du Canada, ainsi que l'ingénierie, qui aide la croissance future des collectivités.

Le 7 mars 2006, la FHC a octroyé ses premières subventions à Parlons Sciences, pour son programme de partenariat, ainsi qu'à l'organisme Ingénieurs sans frontières (ISF), pour ses projets de sensibilisation et d'enrichissement des programmes d'études à l'intention des étudiants du secondaire.

Le programme de partenariat Parlons Sciences vise à rassembler des étudiants en sciences agissant comme bénévoles, ainsi qu'un enseignant, qui décident ensuite conjointement comment l'étudiant bénévole peut faire pour assurer des activités sur mesure pour enrichir le programme d'études scientifiques, fournir des modèles de comportement positifs et exposer les jeunes au monde réel de la recherche scientifique.

Par son programme de sensibilisation, Ingénieurs sans frontières épaulé des étudiants de vingt-quatre chapitres universitaires dans l'élaboration d'ateliers destinés à des jeunes du secondaire de la localité âgés entre 12 et 16 ans. Les ateliers *Water for the World* et *Food for Thought* font participer les étudiants aux complexités du développement international et les sensibilisent à leur rôle de Canadiens, tout en promouvant l'ingénierie comme choix de carrière où prédominent la responsabilité sociale et la sensibilisation à l'échelle mondiale. Le projet d'enrichissement des programmes d'études de l'ISF fait collaborer cet organisme avec les facultés de génie des universités en vue d'introduire les concepts du développement mondial durable à même les programmes d'études de première année en génie et ce, par le biais de projets de conception.

La contribution des deux titulaires de subventions aux Canadiens

Voir **La Fondation Honda Canada...** suite en page 4

• Suite de la page 3... **La Fondation Honda Canada**

est énorme dans toutes les provinces et ce, aussi bien dans le domaine de la culture scientifique que dans celui de l'ingénierie.

En plus de subventionner des activités de bienfaisance par le biais de la FHC, Honda Canada continue d'appuyer les initiatives d'inspiration communautaire. Honda Canada est le commanditaire-fondateur de la Journée de l'alphabétisation familialeMC, une initiative de collaboration avec ABC Canada Fondation pour l'alphabétisation, un organisme national sans but lucratif dont l'objet est de sensibiliser le grand public et le secteur privé aux enjeux de l'alphabétisation. Depuis 1998, Honda Canada commande la compétition Formula SAE® où les étudiants en génie dans les universités sont mis au défi de construire de petites voitures de course de style formule qui seront ensuite mises en compétition.

Pour se renseigner davantage ou pour se procurer un formulaire de demande de subvention pour les organismes enregistrés ou non, visiter : www.hondacanadafoundation.ca/fr/default.htm

L'Ontario ouvre un centre de marketing au Japon



Légende des photos : (De g. à dr.) Robert Ulmer, directeur, Centre de marketing international de l'Ontario (Tokyo); l'hon. Joe Cordiano, ministre du Développement économique et du Commerce; Mackenzie Clugston, ambassadeur par intérim du Japon; et l'hon. Dalton McGuinty, premier ministre de l'Ontario, lors de l'ouverture du Centre de marketing international de l'Ontario à Tokyo.

Le premier ministre de l'Ontario, Dalton McGuinty, a officiellement ouvert à Tokyo, en juin dernier, un centre de marketing qui démontrera la compétence de la main-d'œuvre de l'Ontario et qui, grâce à une augmentation des investissements et du commerce, permettra de créer des emplois pour les familles de l'Ontario.

« Nous voulons montrer au Japon, et au monde entier, les remarquables avantages à investir en Ontario », de dire le premier ministre McGuinty. « Nous avons des travailleurs hautement qualifiés et nos entreprises sont les meilleures dans ce qu'elles font. En ouvrant ce centre, nous aidons à créer des possibilités gagnantes de telle sorte que les entreprises et les familles de l'Ontario pourront connaître le succès. »

Le ministre du Développement économique et du Commerce, Joe Cordiano, accompagnait le premier ministre McGuinty à l'ouverture de ce centre, qui est situé à l'Ambassade du Canada.

« L'Ontario a déjà attiré d'importants investissements d'entreprises japonaises, tout particulièrement dans notre secteur automobile », de dire le ministre Cordiano. « Grâce à ce centre, nous pourrions attirer encore plus d'investisseurs tout en aidant les entreprises de l'Ontario à avoir accès au marché japonais qui est en croissance. »

Le Japon possède la deuxième plus importante économie au monde et l'Ontario est son quatrième plus important partenaire commercial. Environ 30 000 personnes de descendance japonaise habitent l'Ontario, ainsi que des centaines d'entreprises japonaises.

Au cours de la dernière année, le gouvernement McGuinty a mis sur pied trois autres centres de marketing à l'étranger, notamment à New Delhi, Londres et Los Angeles. La province a également des centres à Munich, Shanghai et New York. Ces centres soutiennent les entreprises de l'Ontario qui cherchent à prendre de l'expansion à l'étranger et viennent en aide aux investisseurs étrangers qui s'intéressent à l'Ontario.

Le premier ministre McGuinty a nommé Robert Ulmer aux fonctions de représentant de l'Ontario à Tokyo. Monsieur Ulmer a occupé les fonctions de cadre supérieur à la Banque Scotia et a été gestionnaire supérieur en résidence du programme japonais de maîtrise en administration des affaires à l'Université McGill.

« Je sais que Robert fera un excellent travail dans la promotion de l'Ontario comme la meilleure place pour investir en Amérique du Nord », de dire le premier ministre McGuinty. « Il peut recourir à ses nombreuses compétences et à son expérience pour rejoindre nos partenaires japonais et pour renforcer notre relation déjà solide avec le Japon. »

L'ouverture du Centre de marketing à Tokyo est le plus récent exemple de la façon dont le gouvernement McGuinty travaille au nom des entreprises et des familles pour renforcer l'économie de l'Ontario.

Parmi les autres initiatives du gouvernement McGuinty, on compte :

- Des mesures d'encouragement à une forte création d'emplois, avec près de 288 000 nouveaux emplois nets depuis son arrivée au pouvoir.
- Une aide pour générer près de 7 milliards de dollars en investissements dans le secteur automobile, ce qui permettra de conserver et de créer des milliers d'emplois de valeur supérieure.
- Le lancement de la Stratégie d'investissement dans le secteur de fabrication de pointe dotée de 500 millions de dollars aide le secteur manufacturier à développer des technologies de pointe.
- L'investissement de 6,2 milliards de dollars dans nos universités et collèges, notre aide financière aux étudiants et nos programmes de formation.

L'Ontario offre aux investisseurs japonais une main-d'œuvre hautement spécialisée, l'avantage d'un système public de soins de santé et un accès fiable au marché lucratif américain.

Voir **L'Ontario ouvre un centre de marketing au Japon... suite en page 5**

• Suite de la page 4... **L'Ontario ouvre un centre de marketing au Japon**

L'Ontario est le moteur économique du Canada. Au Canada, l'Ontario comprend :

- 39 pour cent de la population du Canada
- 39 pour cent du produit intérieur brut
- 51 pour cent des expéditions de biens manufacturés
- 48 pour cent des emplois dans le domaine de la haute technologie
- 48 pour cent des emplois dans le domaine des services financiers
- 54 pour cent de l'immigration internationale

« Nous investissons dans notre plus grande richesse, soit notre population, parce que nous savons qu'une main-d'œuvre hautement qualifiée nous donnera un avantage concurrentiel dans la nouvelle économie du 21^e siècle », de dire le premier ministre McGuinty. « Grâce à nos centres de marketing à l'étranger, nous pouvons montrer aux investisseurs du monde entier qu'ils peuvent connaître le succès en Ontario. »

Toyota Boshoku annonce son projet de nouvelle usine de pièces d'automobiles en Ontario

Le Dr Shuhie Toyoda, président de Toyota Boshoku, l'hon. Dalton McGuinty, premier ministre de l'Ontario, et l'hon. Joe Cordiano, ministre du Développement économique et du Commerce, se sont réunis récemment pour annoncer que la société allait créer une nouvelle unité de production de pièces d'automobiles de 65 millions de dollars dans le Sud-Ouest de l'Ontario.

Le Dr Toyoda a déclaré : « Toyota Boshoku est très heureux d'installer une nouvelle unité de fabrication au Canada pour approvisionner la nouvelle usine RAV4 de Toyota. L'engagement et le soutien du gouvernement de l'Ontario, des citoyennes et citoyens, ainsi que de la municipalité de Woodstock ont été pour nous un bonheur et un encouragement. Nous nous réjouissons à l'idée de travailler avec la main-d'œuvre qualifiée de la province pour établir un partenariat dont le succès sera fondé sur la création et la gestion partagées de cette nouvelle usine. »

« Ce nouvel investissement est une marque supplémentaire de la confiance qu'inspirent l'Ontario et sa main-d'œuvre qualifiée et riche en talents », a déclaré M. Cordiano. « Nous avons travaillé dur pour amener la nouvelle usine de Toyota à Woodstock et nous en voyons maintenant tous les avantages. En faisant des investissements stratégiques dans le secteur de l'automobile, le gouvernement McGuinty apporte son soutien aux Ontariennes et Ontariens qui comptent sur un secteur automobile en plein essor pour leur offrir des emplois et des possibilités d'avenir. »

Toyota Boshoku fournira des sièges, des garnitures de portières et des tapis pour le modèle Toyota RAV4, et la production commencera à l'usine de Woodstock en 2008. Toyota Boshoku prévoit que la nouvelle unité de production de Woodstock produira 150 000 unités par an et permettra de créer 330 emplois de valeur élevée et de longue durée. Pour Toyota Boshoku, la nouvelle usine de Woodstock représente le premier investissement détenu à part entière au Canada.

« Toyota Boshoku crée davantage d'emplois en Ontario, » a dit le premier ministre, M. McGuinty. « Et ce sont des types d'emplois qui apportent la prospérité à nos collectivités, haussent notre niveau de vie et offrent davantage de possibilités à nos familles. »

La Toyota Boshoku Corporation a été constituée en octobre 2004, résultat de la fusion de l'ancienne Toyoda Boshoku Corporation, la division de l'équipement automobile intérieur de Araco Corp. et Takanichi Co. Ltd. Toyota Boshoku couvre toute la gamme de l'aménagement automobile intérieur, notamment les sièges, les garnitures de portières et de pavillon et les tapis.

La JAMA publie une mise à jour de la brochure *En route vers la mobilité durable : automobiles, sécurité routière et protection de l'environnement*

La Japan Automobile Manufacturers Association, Inc. est heureuse d'annoncer la publication d'une nouvelle mise à jour (uniquement en japonais pour le moment) de sa brochure *En route vers la mobilité durable* fournit des détails sur les réponses de l'industrie automobile japonaise aux questions cruciales de la sécurité routière et de la performance environnementale automobile.

En avril 2004, la JAMA publiait sa brochure *Working Towards a Sound Automotive Future*. Il s'agissait d'un aperçu des mesures proposées devant être adoptées au cours des dix prochaines années – non seulement par l'industrie automobile, mais aussi par le gouvernement et les utilisateurs d'automobiles – dans le but d'augmenter considérablement la sécurité routière et de réduire l'impact des véhicules à moteur sur l'environnement.

Ces mesures ont été formulées en réponse au besoin urgent de régler les problèmes de grande portée reliés à la sécurité et à l'environnement, y compris réduire le nombre de décès sur la route et freiner le réchauffement de la planète.

La JAMA a subséquemment publié deux rapports de suivi – en octobre 2004 puis en juin 2005 – sur les progrès réalisés par les constructeurs automobiles par rapport à la sécurité routière et à l'amélioration de la performance environnementale. La plus récente édition de *En route vers la mobilité durable* est le troisième des rapports de la série. Il décrit les efforts (dont un bref aperçu suit) de la JAMA et de ses membres visant à :

1. Promouvoir une meilleure sécurité routière

- Des améliorations constantes au niveau de la sécurité des véhicules grâce aux nouvelles technologies et à une plus grande utilisation d'équipement de sécurité dans les véhicules. Le but étant de réduire le nombre d'accidents routiers, de blessures et de mortalités.
- Développer de nouveaux programmes d'éducation en matière de sécurité routière à l'intention des conducteurs âgés ; « Safety Action 21 » a été créé tout spécialement à l'intention des adolescents et leur fournit des textes éducatifs sur la sécurité routière.

Voir **La JAMA publie une mise à jour de la brochure...** suite en page 6

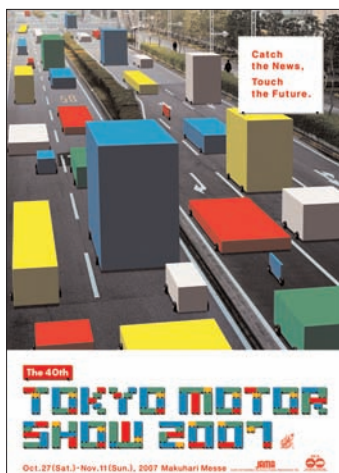
• Suite de la page 5... **La JAMA publie une mise à jour de la brochure**

2. Freiner le réchauffement de la planète

- Déployer des efforts vigoureux pour fabriquer des véhicules de plus en plus écoénergétiques. On a déjà amélioré l'économie de carburant des voitures à essence d'une moyenne de 15,4 km/litre, ce qui surpasse l'objectif que s'était fixé le gouvernement japonais pour 2010, soit de 15,1 km/litre.
- Le développement soutenu de véhicules à carburant de remplacement (ou « énergie propre ») et l'élargissement de leur gamme de modèles. Le nombre de véhicules à énergie propre utilisés au Japon a augmenté de 180 000 durant l'exercice 2003 à 250 000 durant celui de 2004.
- Pour réduire les émissions de dioxyde de carbone dans le secteur des transports en améliorant la circulation, en promouvant la collecte de données en matière de trafic routier/l'analyse et l'élaboration de réponses/les régimes de mise en œuvre (selon le modèle Deming/PDCA). Une analyse des essais quantitatifs à l'aide des données du trafic routier a déjà été menée avec succès.

3. Amélioration de la qualité de l'air

- Des simulations de la qualité de l'air effectuées par la JAMA indiquent qu'il est possible de satisfaire d'ici 2010 à Tokyo les normes gouvernementales en matière de concentrations de dioxyde d'azote et de matières particulaires en suspension (MPS), sauf peut-être à l'exception d'un site de surveillance des émissions des véhicules en bordure de route. Ainsi, bien qu'il faille se concentrer sur d'autres facteurs dans ce cadre, il est prévu de satisfaire aux normes nationales de qualité de l'air pour 2010.
- Deux questions vont demeurer la priorité numéro un pour la JAMA durant les années à venir, soit une plus grande sécurité routière ainsi que la protection de l'environnement. La JAMA vise à continuer d'agir comme ressource pertinente en matière de renseignements, d'évaluations analytiques, de propositions qui se font au moment opportun et de rapports de suivi informatifs sur les progrès réalisés durant ces moments critiques.



Pour plus de renseignements, veuillez visiter www.tokyo-motorshow.com
<<http://www.tokyo-motorshow.com/>>

Expansion de la production automobile sur le marché mondial

La production automobile à l'étranger par les constructeurs japonais durant l'exercice financier de avril 2005 à mars 2006 est plus élevée que l'année précédente, une augmentation de 10,6% à 10 929 918 unités, due à l'expansion locale de production dans les marchés mondiaux, à l'exception du Moyen-Orient.

Résultats financiers pour 2005 (avril 2005-mars 2006)

	Avr05-mar06 (unités)	Avr 04-mar05 (unités)	% Chg.
Asie	4 174 624	3 623 380	15,2
Moyen-Orient	10 880	10 920	-0,4
Europe	1 603 506	1 464 394	9,5
• (EU)	1 420 391	1 295 259	9,7
Amérique du Nord	4 092 193	3 895 594	5,0
• (É.-U.)	3 386 751	3 204 811	5,7
Amérique latine	676 146	570 126	18,6
Afrique	237 949	197 007	20,8
Océanie	134 620	122 687	9,7
TOTAL	10 929 918	9 884 108	10,6

Aperçu du secteur des véhicules automobiles au Japon

Voitures, camions, autobus	TOTAL	
PRODUCTION¹	Jan-juin 2006	5 708 141
	Jan-juin 2005	5 484 421
	Changement %	4,1
EXPORTATIONS²	Jan-juin 2006	2 855 284
	Jan-juin 2005	2 457 987
	Changement %	16,2
VENTES/ ENREGISTREMENTS³	Jan-juin 2006	3 071 000
	Jan-juin 2005	3 102 864
	Changement %	-1,0
VENTES DE VÉHICULES IMPORTÉS⁴	Jan-juin 2006	136 047
	Jan-juin 2005	135 331
	Changement %	0,5

* (y compris les modèles construits par les fabricants source: 1.-2-JAMA; 3-JADA, JMVA; 4-JAIA d'automobiles japonais outre-mer)