



AUTO QUARTERLY

Printemps 2006
www.jama.ca

NEWSLETTER OF THE JAPAN AUTOMOBILE MANUFACTURERS ASSOCIATION OF CANADA

Honda construira sa troisième usine au Canada

En mai dernier, Honda Canada annonçait son projet de construction de 154 M\$ d'une nouvelle usine de moteurs, voisine de ses deux usines d'assemblage à Alliston, en Ontario. En plus de créer 340 nouveaux emplois en Ontario, la nouvelle usine assurera la fabrication d'environ 200 000 moteurs de quatre cylindres par an, alimentant la construction de véhicules Honda au Canada, dont les modèles Civic et Acura CSX.

L'annonce s'inscrit dans la stratégie de construction mondiale de Honda appelée « Vision 2010 », incluant une nouvelle usine d'assemblage aux États-Unis et le lancement de produits écologiques en Amérique du Nord. La capacité de production annuelle de Honda en Amérique du Nord passera à 1,6 million de véhicules, dont le tiers environ seront construits au Canada.

« Honda est fière d'installer une troisième usine au Canada », a déclaré Hiroshi Kobayashi, président et chef de la direction, Honda Canada Inc. « L'annonce d'aujourd'hui s'inscrit dans la stratégie de construction mondiale de Honda qui consiste à unir ses activités de fabrication et de ventes aux marchés locaux pour mieux répondre aux besoins des consommateurs. »

« Honda jouit d'une réputation mondiale en matière de qualité et d'innovation continue, réputation que partagent le Canada et les travailleurs canadiens. Je suis ravi que Honda le reconnaisse en investissant dans une nouvelle usine de moteurs à Alliston », a déclaré Maxime Bernier, ministre de l'Industrie. « L'annonce d'aujourd'hui représente la création non seulement de centaines d'emplois de fabrication directs, mais aussi de centaines d'autres emplois dans les secteurs de la construction et des pièces automobiles pour la construction et la mise en production de l'usine. »

« L'investissement unique de Honda à Alliston constitue un autre vote de confiance dans notre province et un nouvel élan pour les Ontariens dont la prospérité et la qualité de vie reposent sur la force de l'industrie automobile », a déclaré Joseph Cordiano, ministre du Développement économique et du Commerce. « Le troisième investissement d'importance de Honda dans notre province indique au monde que l'Ontario est le meilleur endroit pour investir dans les pièces et l'assemblage d'automobiles. »

Pour s'adapter aux changements que connaît le marché nord-américain et pour réaliser la hausse de ventes prévue, Honda élargira également sa production locale aux États-Unis en y installant une usine de construction de voitures ayant une capacité d'environ 200 000 unités. Le processus de sélection du site de cette usine en est à



La JAMA du Canada remettant un exemplaire de **Un aperçu historique de l'industrie automobile japonaise au Canada** au Premier ministre de l'Ontario, l'Hon. Dalton McGuinty, ainsi qu'au ministre du Développement économique et du Commerce, l'Hon. Joe Cordiano. (de g. à dr.) Sandy di Felice, Honda Canada; John Junker-Andersen, Nissan Canada; Ken Tomikawa, président du conseil, Toyota Canada, JAMA Canada; l'Hon. Dalton McGuinty, Premier ministre de l'Ontario; David Worts, JAMA Canada; l'Hon. Joe Cordiano, ministre du Développement économique et du Commerce; Stephen Beatty, Toyota Canada; Mitchell Foreman, Hino Motors Canada. L'ouvrage est disponible sur notre site Web - www.jama.ca

l'étape finale. L'usine devrait être prête en 2008. L'expansion de la production américaine de moteurs, de transmissions et de groupes motopropulseurs en Ohio et en Géorgie fait également partie des initiatives d'entreprise annoncées aujourd'hui au Japon dans le cadre d'une stratégie mondiale de grande envergure par Honda Motor Co., Ltd. Par conséquent, la capacité de production automobile en Amérique du Nord passera de 1,4 million à 1,6 million d'unités en 2008.

Voir **Honda construira sa troisième usine...** suite en page 5

DANS CE NUMÉRO

Honda construira sa troisième usine au Canada	1, 5
Inauguration de l'usine de camions de Hino, à Woodstock	2
Don Romano nommé président de Mazda Canada	2
Ventes et production au Canada : croissance soutenue	2-4
JAMA Canada appuie l'intensification du commerce avec le Japon	4-6
CAMI entreprend la construction du Suzuki XL 7 en 2006	6
Résultats du sondage 2005 sur les tendances du marché automobile au Japon	6

Inauguration de l'usine de camions de Hino à Woodstock



L'inauguration officielle de l'usine de camions de Hino, à Woodstock, en Ontario

C'est par une belle journée ensoleillée en début juin que Hino Motors Canada a inauguré officiellement sa nouvelle usine de camions à Woodstock, en Ontario. Parmi les invités de marque qui se sont adressés au groupe présent figuraient l'Hon. Steve Peters, ministre du Travail de l'Ontario; Michael Harding, maire de Woodstock; Tadaaki Jagawa, président du conseil de Hino Motors; Hiro Omori, président de Hino Motors Canada; Joe Beamson, vice-président et directeur général, Fabrication, et Mitch Foreman, vice-président, Hino Motors Canada.

Pour souligner l'événement, et faisant preuve de son sens des responsabilités sociales, Hino a annoncé qu'elle décernerait trois bourses de 2 500 \$ chacune à des étudiants du secondaire de Woodstock, en plus de faire don d'un camion destiné à l'enseignement au campus de Woodstock du Collège Fanshawe.

Au début d'avril dernier, Hino Motors Canada a commencé la production de camions commerciaux, six mois seulement après avoir fait l'acquisition d'une ancienne usine de fabrication de sièges à Woodstock, en Ontario. Hino fait partie du groupe de sociétés Toyota. Sa capacité de production s'élève à environ 2 000 camions commerciaux (intermédiaires de classes 4 à 7), étant exclusivement destinée au marché canadien.



L'usine de camions de Hino Motors Canada, à Woodstock, en Ontario

Don Romano nommé président de Mazda Canada



Don Romano, président, Mazda Canada Inc.

En avril dernier, Donald Romano a été nommé président de Mazda Canada Inc., la quatrième plus importante société de Mazda en termes de volume de ventes nationales et la troisième parmi les marques japonaises au Canada.

Dans le cadre de son précédent poste de vice-président du Marketing chez Mazda North American Operations (MNAO) à Irvine, Californie, M. Romano était chargé du développement des marques, de la planification d'entreprise et de l'intégration aux marchés mondiaux. Auparavant, M. Romano était directeur général des opérations commerciales de la région ouest de MNAO.

Depuis son arrivée chez Mazda, M. Romano a joué un rôle de premier plan dans la promotion des mesures incitatives nationales et la publicité à même les marchés de concessionnaires locaux aux États-Unis. Il était responsable d'un service relevant du marketing dont le but était de maximiser la demande du marché de détail. En qualité de directeur général de la région ouest des États-Unis, M. Romano a contribué à faire passer, de deuxième à première, la part du chiffre d'affaires de la région.

M. Romano a débuté sa carrière chez Nissan Motor Corporation, où il a occupé plusieurs postes, dont ceux de directeur du marketing de la gamme de modèles, directeur des ventes et directeur régional du marketing pour la division Infinity de Nissan.

M. Romano est marié et père de quatre enfants. Il détient un baccalauréat en administration des affaires de l'Université de l'État de la Californie, Long Beach, ainsi qu'un MBA de l'Université Pepperdine.

JAMA Canada tient à souhaiter à M. Romano la plus chaleureuse des bienvenues ainsi que de très nombreuses années de succès chez Mazda Canada.

Ventes et production au Canada : croissance soutenue

Au cours du premier trimestre de 2006, les ventes de véhicules légers des constructeurs japonais ont augmenté de 5,4 %, à 103 280 unités, dominées par une amélioration de 8,3 % en ventes de camionnettes. Les ventes d'automobiles ont pour leur part augmenté de 4,2 %. Dans une volte-face par rapport à l'an dernier, les ventes de véhicules construits au Japon ont augmenté de 8,7 % au cours du premier trimestre de 2006, comparativement à celles des modèles construits en Amérique du Nord qui se situaient à 3,6 %. En prenant chaque entreprise individuellement, c'est Toyota qui se place en tête de liste avec un volume de ventes atteignant les 36 416 unités, soit une hausse de 10,0 %. C'est Suzuki qui a enregistré le plus fort taux de croissance des ventes, soit 42,6, à 2 585 unités. Comparativement à 2005, Mazda a vu ses ventes bondir de 18,7 %, tandis que Subaru a enregistré une hausse de 4,9 %. De son côté,

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

Ventes de véhicules légers au Canada, selon les constructeurs

Constructeur	Janv-Mar 2006			Janv-Mar 2005			Changement %		
	VOITURES	CAMIONS	TOTAL	VOITURES	CAMIONS	TOTAL	VOITURES	CAMIONS	TOTAL
HONDA	21 305	7 640	28 945	19 813	8 910	28 723	7,5	-14,3	0,8
Const. A.N.	19 396	5 444	24 840	18 099	5 551	23 650	7,2	-1,9	5,0
Const. Japon	1 909	2 196	4 105	1 714	3 359	5 073	11,4	-34,6	-19,1
TOYOTA	25 250	11 166	36 416	24 778	8 334	33 112	1,9	34,0	10,0
Const. A.N.	18 665	5 698	24 363	17 269	5 049	22 318	8,1	12,9	9,2
Const. Japon	6 585	5 468	12 053	7 509	3 285	10 794	-12,3	66,5	11,7
MAZDA	12 675	2 457	15 132	10 665	2 080	12 745	18,8	18,1	18,7
Const. A.N.	2 407	1 835	4 242	2 574	1 560	4 134	-6,5	17,6	2,6
Const. Japon	10 268	622	10 890	8 091	520	8 611	26,9	19,6	26,5
NISSAN	7 654	6 627	14 281	8 938	6 786	15 724	-14,4	-2,3	-9,2
Const. A.N.	6 496	2 771	9 267	7 512	3 122	10 634	-13,5	-11,2	-12,9
Const. Japon	1 158	3 856	5 014	1 426	3 664	5 090	-18,8	5,2	-1,5
SUZUKI	1 504	1 081	2 585	1 245	568	1 813	20,8	90,3	42,6
Const. A.N.	0	0	0	0	0	0	0,0	0,0	0,0
Const. Japon	1 504	1 081	2 585	1 245	568	1 813	20,8	90,3	42,6
SUBARU	2 484	1 011	3 495	2 476	855	3 331	0,3	18,2	4,9
Const. A.N.	1 255	231	1 486	1 254	16	1 270	0,1	1343,8	17,0
Const. Japon	1 229	780	2 009	1 222	839	2 061	0,6	-7,0	-2,5
MITSUBISHI	1 479	947	2 426	1 506	1 018	2 524	-1,8	-7,0	-3,9
Const. A.N.	666	295	961	565	318	883	17,9	-7,2	8,8
Const. Japon	813	652	1 465	941	700	1 641	-13,6	-6,9	-10,7
TOTAL	72 351	30 929	103 280	69 421	28 551	97 972	4,2	8,3	5,4
Const. A.N.	48 885	16 274	65 159	47 273	15 616	62 889	3,4	4,2	3,6
Const. Japon	23 466	14 655	38 121	22 148	12 935	35 083	6,0	13,3	8,7

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

Source: AIAMC, DesRosiers Automotive Consultants Inc.

Production de véhicules automobiles au Canada

	Janv-Mar 2006	Janv-Mar 2005	Changement %
HONDA (HCM)	98 308	100 856	-2,5
TOYOTA (TMMC)	85 524	78 983	8,3
CAMI	45 776	44 440	3,0
TOTAL	229 608	224 279	2,4

Source: JAMA Canada

Exportations de véhicules automobiles du Canada

	Janv-Mar 2006	Janv-Mar 2005	Changement %
HONDA (HCM)	73 687	81 553	-9,6
TOYOTA (TMMC)	67 272	62 585	7,5
CAMI	37 326	41 675	-10,4
TOTAL	178 285	185 813	-4,1

Source: JAMA Canada

Importations (expéditions) de véhicules au Canada

	Janv-Mar 2006	Janv-Mar 2005	Changement %
JAPON	60 505	49 400	22,5
É.-U./MEXIQUE	35 126	43 889	-20,0
TOTAL	95 631	93 289	2,5

Source: JAMA, JAMA Canada

• Suite de la page 3... Ventes et production au Canada

Honda n'a enregistré qu'un mince taux de croissance de 0,8 %. Quant à Nissan et à Mitsubishi, elles se sont toutes deux retrouvées en territoire négatif, leurs ventes reculant de 9,2 % et de 3,9 % respectivement. La part de marché des constructeurs japonais est passée à 30,8 % comparativement à 30,0 % au cours du même trimestre l'an dernier.

Au total, les ventes de nouveaux véhicules au Canada au cours du premier trimestre de 2006 ont dépassé les prévisions des analystes, se situant à 2,6 %, à presque 335 000 unités, par rapport à la même période en 2005. Quant aux ventes d'automobiles, elles ont augmenté de 3,6 %, et celles des camionnettes de 1,6 % par rapport à la même période en 2005. Combinées, les ventes des trois Grands (GM, Ford et la division Chrysler de DaimlerChrysler) ont diminué de 1,2 %, ce recul étant entièrement attribuable au ralentissement de 8,8 % des ventes de GM. En comparaison, celles des marques Ford et Chrysler ont augmenté de 8,1 % et de 5,9 % respectivement.

Quant aux constructeurs européens, ceux-ci ont enregistré une hausse de 19,1 % durant le premier trimestre de 2006, à 21 040 unités, soit une part de marché de 6,2 %, tandis que les constructeurs coréens ont réalisé une hausse de 11,8 %, à 20 146 unités, soit une part de marché de 6,0 %.

Production, exportations et importations

La production des trois usines affiliées à des intérêts japonais (HCM, TMMC et CAMI) a augmenté de 2,4 % sur le plan du volume unitaire, à 229 608 véhicules légers durant le premier trimestre de 2006.

Voir *Ventes et production au Canada...* suite en page 4

• Suite de la page 3... **Ventes et production au Canada**

Alors que la production de TMMC et de CAMI augmentait de 8,3 % et de 3,0 % respectivement, celle de HCM baissait de 2,5 % comparativement à l'an dernier.

Au cours du premier trimestre de 2006, les exportations réalisées à partir d'usines canadiennes ont diminué de 4,1 %, à 178 285 unités, CAMI et HCM ayant subi une baisse de 10,4 % et de 9,6 % respectivement. Les expéditions de véhicules à partir de l'usine de Cambridge de Toyota ont augmenté de 7,5 % par rapport à 2005. La baisse d'exportations est peut-être due à la légère diminution de la demande aux États-Unis et à la plus forte demande au Canada, particulièrement en ce qui concerne les modèles populaires comme la Honda Civic, le véhicule qui se vend le mieux depuis huit ans.

Dans l'ensemble, les importations de véhicules d'usines situées outre-mer et des pays parties à l'ALENA ont augmenté de 2,5 % au cours du premier trimestre de 2006, à 95 631 unités. Tandis que les expéditions de véhicules à partir du Japon ont augmenté de 22,5 %, à 60 505 unités, les importations à partir d'usines affiliées à des intérêts japonais aux États-Unis et au Mexique ont, de leur côté, diminué de 20 %, à 35 126 unités. Dans l'ensemble, le Canada demeure un exportateur net de véhicules assemblés, en comptant presque le double d'exportations par rapport aux importations.

JAMA Canada appuie l'intensification du commerce avec le Japon

L'an dernier, les échanges bilatéraux entre le Canada et le Japon ont généré plus de 23 G\$, dont 24,5 % en véhicules à moteur et pièces d'automobiles. C'est donc avec enthousiasme que la JAMA du Canada épaulé les efforts pour libéraliser davantage nos relations en matière de commerce et d'investissement, y compris un accord potentiel de libre-échange global.

Il y a soixante-quinze ans que durent les relations diplomatiques entre le Canada et le Japon, tandis que leurs relations commerciales remontent à plus d'un siècle. Au cours des trente années passées, bon nombre d'initiatives ont été instaurées pour faciliter le commerce et les investissements, telles l'Accord-cadre de coopération économique conclu en 1976 entre le Canada et le Japon, le *Canada-Japan Business Committee*, restructuré en 2002 après vingt-cinq ans d'existence, et le Forum Canada-Japon. Malgré ces efforts, même si les échanges bilatéraux demeurent, en général, assez bien équilibrés en termes de valeur globale, ils sont en train de perdre du terrain graduellement comparés à l'ensemble du système commercial international.

Au cours des vingt dernières années, c'est par le biais des constructeurs de véhicules et de pièces d'automobiles que s'est principalement effectué l'investissement étranger direct du Japon au Canada. En outre, l'investissement au Canada ne cesse de croître pour répondre à la demande des marchés nord-américains. En même temps, le Japon s'intéresse de plus en plus aux technologies de pointe canadiennes en matière de piles à combustibles, de matériaux légers et de procédés industriels comme l'hydroformage. Il importe également de noter que les facteurs géographiques et le climat rigoureux ont amené les constructeurs japonais à effectuer, au nord de l'Ontario et au Manitoba, des tests sur la résistance au froid.

Bien que ces développements soient encourageants, il en faut toutefois davantage pour que s'améliore l'état actuel de nos échanges bilatéraux. L'Accord de libre-échange de 1989 conclu avec les États-Unis a permis au Canada d'approfondir l'intégration économique avec les États-Unis, et ce, dans l'intérêt commun des deux pays. En 1990, le Japon est entré dans une période prolongée de malaise économique suivant ses années d'effervescence. La situation semble maintenant rétablie si l'on en juge par les signes d'une reprise économique durable. Dans la hâte et la précipitation occasionnées par le développement rapide des marchés chinois, indiens et d'autres pays asiatiques, le Japon demeure non seulement la deuxième plus importante économie après les États-Unis, mais aussi, il se trouve en position favorable pour servir de complément au Canada et aux sociétés canadiennes désirant amorcer de plus grandes initiatives stratégiques en Asie. Dans l'ensemble, les deux gouvernements et le secteur privé doivent élargir le dialogue pour trouver des moyens d'approfondir et de renforcer nos relations économiques et commerciales.

Depuis la création de la JAMA du Canada en 1984, notre organisme appuie activement la libéralisation du commerce international : l'Accord de libre-échange entre le Canada et les États-Unis, l'Accord de libre-échange nord-américain, l'accord de l'Uruguay Round du GATT, le Dialogue sur l'automobile de l'APEC et la mise en place de l'OMC.

Le Japon a pris une part active, ces dernières années, aux négociations commerciales bilatérales, y compris en ce qui concerne un accord de libre-échange avec le Mexique, aux discussions soutenues avec la Corée du Sud et à la perspective de discussions avec l'Australie. Grâce au cadre économique conclu l'an dernier avec le Canada, nous croyons qu'il s'agit là d'une occasion dont il faut pleinement tenir compte. De plus, en raison des négociations actuelles entre le Canada et la Corée du Sud, nous n'hésitons aucunement à appuyer une proposition visant à entamer des négociations bilatérales de libre-échange entre le Canada et le Japon.

L'importance de la libéralisation du commerce pour l'industrie automobile canadienne

En raison d'un marché intérieur assez restreint, les décideurs canadiens ont reconnu l'importance et les avantages d'un commerce libéralisé et de l'investissement étranger nécessaire pour appuyer une industrie concurrentielle à l'échelle mondiale. Le secteur de l'automobile est hautement intégré en Amérique du Nord en raison des divers accords commerciaux en place, y compris le Pacte de l'automobile É.-U.-Canada de 1965/l'Accord de libre-échange É.-U. en 1989 et l'ALENA en 1994. L'accès ouvert et en franchise à l'important marché américain a fait en sorte que le secteur de l'automobile au Canada a été en mesure de maintenir une plus grande production que ne requiert à lui seul le marché domestique canadien. En outre, tous les constructeurs automobiles au Canada sont détenus par des intérêts étrangers.

Le Canada possède un excédent commercial d'ordre structurel depuis deux décennies dans le secteur de l'automobile en raison du fait que la vaste majorité de la production automobile est destinée à l'exportation. Au total, en 2005, l'excédent commercial dans le

Voir *JAMA Canada appuie l'intensification du commerce...* suite en page 5

• Suite de la page 1... **Honda construira sa troisième usine**

La « Vision 2010 » est une initiative à long terme de Honda visant à « devenir une entreprise dont la société souhaite l'existence ». Lancée en 1998, cette initiative en trois volets cible l'expansion des activités mondiales de Honda jusqu'à 2010 par la création d'une nouvelle valeur pour le client, par l'expansion des activités locales au moyen de la glocalisation ainsi que par la progression des technologies touchant l'environnement et la sécurité à travers un engagement pour l'avenir.

Dans le cadre de cet engagement, Honda a également annoncé aujourd'hui qu'elle lancera à l'échelle mondiale une toute nouvelle voiture hybride et un nouveau moteur diesel à quatre cylindres.

Pour son lancement en Amérique du Nord en 2009, le tout nouveau modèle hybride aura un volume de ventes projeté de 100 000 unités sur le continent. Produit à l'usine Honda de Suzuka, au Japon, son prix cible est inférieur à celui de la Civic Hybrid actuelle.

Honda lancera également un nouveau moteur diesel à quatre cylindres au cours des trois prochaines années. Fondé sur la technologie de moteur diesel à injection directe qui connaît un grand succès et qui est actuellement offerte en Europe, ce moteur répondra aux sévères normes d'émission Tier 2 Bin 5 de l'agence de protection de l'environnement (EPA) des États-Unis.

Outre l'arrivée de ces nouveaux modèles, Honda cherchera à atteindre des taux d'économie d'essence les plus élevés pour ses modèles existants afin d'améliorer son indice CAFE (Corporate Average Fuel Economy) déjà en tête de l'industrie. Cet effort comprendra l'engagement déjà annoncé de lancer d'ici deux ans une version plus évoluée de la technologie i-VTEC(MC), dont l'efficacité énergétique pourrait grimper de 13 % par rapport aux taux de 2005, ainsi qu'une technologie VCM (pour Variable Cylinder Management) plus évoluée pour les moteurs six cylindres qui afficheront une efficacité énergétique de 11 % supérieure à celle du système VCM actuellement offert dans la minifourgonnette Odyssey de Honda.

« Chez Honda, nous avons bâti notre marque sur la fiabilité et la qualité; aujourd'hui, nous l'améliorons en proposant aux consommateurs des véhicules propres et écologiques, de conduite agréable », a déclaré M. Kobayashi. « Dorénavant, le fait que davantage de véhicules seront construits en Amérique du Nord et que plusieurs d'entre eux seront propulsés par des moteurs fabriqués au Canada nous rend encore plus fiers. »

Honda Canada Inc. a commencé ses activités en 1969, a construit sa première usine en 1986 et sa deuxième en 1998. Honda Canada Inc. emploie environ 5 100 associés. Dans ses deux usines d'Alliston, en Ontario, Honda of Canada Mfg. produit 390 000 véhicules par année et achète pour deux milliards de dollars de marchandises de fournisseurs canadiens.

• Suite de la page 3... **JAMA Canada appuie l'intensification du commerce**

secteur automobile s'établissait à 4,9 G\$, avec un excédent de 24 G\$ en exportations de véhicules assemblés et un déficit de plus de 18 G\$ en pièces d'automobile. En raison de l'intégration de l'industrie depuis 1965, la plus grande partie de la production canadienne reliée au secteur automobile est exportée vers les États-Unis. L'an dernier, l'excédent commercial dans le secteur automobile auprès des États-Unis était de l'ordre de 21,9 G\$ (composé principalement d'un excédent de 34,2 G\$ en véhicules assemblés et d'un déficit de 11 G\$ en pièces d'automobile).

Bilatéralement, le Canada affiche également des déficits commerciaux face à des partenaires commerciaux non américains, y compris le Japon, la Corée et un nombre de pays européens, étant donné que la plupart des véhicules vendus au Canada sont importés – des États-Unis, du Mexique, de l'Europe et de l'Asie.

Par contre, en raison de l'investissement de plus de 6 G\$ qu'ont effectué les constructeurs japonais dans des usines de fabrication canadiennes, le Canada est, à chaque année depuis 1993, un exportateur net de véhicules de marques japonaises. En 2005, il s'est exporté des usines Honda et Toyota au Canada plus de 550 000 véhicules, soit près du triple des 192 000 véhicules importés du Japon par l'ensemble des membres de la JAMA du Canada. En outre, sur huit véhicules de marque japonaise qui se vendent au Canada, cinq sont maintenant construits en Amérique du Nord.

La croissance soutenue de l'industrie automobile japonaise au Canada au cours des vingt-cinq dernières années ainsi que la présence grandissante du Canada dans le secteur automobile au Japon commencent à donner plus d'ampleur à la gamme d'avantages mutuels. Depuis 2000, bien qu'encore modestes, les exportations de pièces d'automobiles vers le Japon se sont multipliées par six – de 11 M\$ à 67,8 M\$ en 2005. Par la même occasion, une plus grande coopération industrielle ainsi qu'un investissement accru au Canada ont favorisé les nouveaux débouchés d'affaires, le transfert de technologie et l'investissement du Canada au Japon dans le secteur des pièces d'automobiles :

ABC Group Japan	<i>centre technique / d'ingénierie</i>
Magna International	<i>établissement de bureaux d'ingénierie au Japon</i>
Woodbridge Group	<i>usines de fabrication au Japon avec Inoac, partenaire en coentreprise</i>
F&P	<i>transfert de technologie</i>

À travers l'histoire, on peut qualifier, de presque modestes, les exportations automobiles canadiennes vers le Japon. Les exportations de véhicules assemblés vers le Japon ont atteint un sommet en 1999 – 2000 en raison d'expéditions à partir de l'usine d'Alliston de Honda de commandes spéciales de minifourgonnettes Odyssey. Mais depuis, les exportations de véhicules ont passé de 4 800 en 1999 à environ 1 200 l'an dernier principalement en raison du besoin de production accru de Honda pour satisfaire à la demande croissante nord-américaine, ce qui a par la même occasion fait diminuer la demande au Japon.

En bout de ligne, une concurrence plus intense améliore les produits et augmente le choix, et ce sont les consommateurs qui en

Voir **JAMA Canada appuie l'intensification du commerce...** suite en page 6

• Suite de la page 3... **JAMA Canada appuie l'intensification du commerce**

profitent. Une coopération plus étroite offre, entre autres choses, de nouveaux débouchés d'affaires, un partage de la technologie, des coûts moindres et une efficacité accrue. L'industrie automobile canadienne est sans nul doute plus forte, plus concurrentielle à l'échelle mondiale et plus capable de satisfaire à la demande croissante du consommateur en raison de la libéralisation du commerce dans le cadre de l'ALENA, du GATT / OMC.

Malgré tout le succès obtenu à ce jour, la compétition mondiale s'intensifie, forçant les constructeurs automobiles à devoir toujours trouver des moyens de réduire les coûts, y compris les sommes déboursées pour la réglementation et le fardeau administratif connexe. En même temps, les coûts toujours croissants reliés au développement de la technologie et le recours de plus en plus fréquent aux chaînes d'approvisionnement à l'échelle mondiale donnent lieu à des opportunités de collaboration et d'alliances stratégiques.

Notre intention de proposer un accord de libre-échange vise non seulement à s'attaquer aux difficultés actuelles qui font obstacle au commerce et à l'investissement dans le but d'approfondir notre relation commerciale bilatérale, mais aussi à contribuer à la création d'une dynamique favorable aux possibilités de collaboration entre les entreprises canadiennes et japonaises dans d'autres marchés en Asie et partout ailleurs dans le monde.



C'est à l'usine CAMI d'Ingersoll, en Ontario, que débutera plus tard cet été la production du Suzuki XL 7 2007.

CAMI entreprend la construction du Suzuki XL 7 en 2006

Le lancement du nouveau véhicule utilitaire sport compact Suzuki XL 7 a eu lieu au salon de l'auto de New York en avril dernier. C'est l'usine CAMI d'Ingersoll, en Ontario, qui assurera la construction du nouveau modèle très populaire auprès des consommateurs nord-américains. Il est prévu que la production débutera plus tard cet été.

L'ajout du Suzuki XL 7 fera passer la capacité de production annuelle de CAMI à 260 000 unités et le nombre d'emplois à environ 2 900. Actuellement, CAMI assure la production de l'Equinox et du Torrent pour le compte de GM. General Motors avait déjà prévu cette expansion à l'usine CAMI dans le cadre de son « plan Beacon » dévoilé l'an dernier.

CAMI est une coentreprise à parts égales formée par les sociétés Suzuki Motor Corporation et General Motors du Canada.

Rapport de Tokyo :

Résultats du sondage 2005 sur les tendances du marché automobile au Japon

L'Association des constructeurs d'automobiles japonaises (JAMA) a publié les résultats de son sondage sur les tendances du marché automobile effectué durant l'exercice 2005. Il s'agit d'un sondage mené durant les années impaires. Il cible les ménages à la grandeur du pays et vise à déterminer les tendances des propriétaires et utilisateurs de voitures ainsi que la structure de la demande future.

En fonction des 5 250 réponses recueillies, les résultats démontrent que :

- **Le nombre de ménages propriétaires de voitures s'élève à 78,8 %**, ce qui équivaut à peu près aux 79,2 % enregistrés lors du sondage précédent (exercice 2003).
- **Le nombre de propriétaires de plus d'une voiture s'élève à 38,3 %**, soit une hausse par rapport à 35,9 % en 2003.
- Dans le segment des propriétaires de plus d'un véhicule, il y a **hausse à deux voitures ou davantage**.
- **Le nombre de femmes désignées comme conductrices principales a légèrement augmenté**. Les conducteurs principaux âgés de 50 ans ou plus représentent 46 % de l'ensemble de des conducteurs principaux.
- **La durée de possession moyenne d'une voiture est de 6,8 ans**, soit une augmentation de 0,3 an par rapport à 2003, indiquant une tendance à la hausse.

Le sondage révèle ou confirme également les tendances suivantes :

- 1. De plus en plus d'automobiles de taille réduite**
La préférence pour les plus petites voitures (selon la cylindrée du moteur) est une tendance qui se poursuit.
- 2. Changements au niveau de la demande de voitures usagées**
Les consommateurs qui achètent une voiture usagée au lieu d'une voiture neuve représentent 11 % de tous les acheteurs, soit une baisse par rapport à 15 % en 2003. En revanche, ceux qui remplacent une voiture usagée par une autre voiture usagée totalisent 27 %, soit une baisse par rapport à 28 % en 2003.
- 3. Un besoin potentiel accru de voitures dotées de systèmes d'aide à la mobilité**
Dans les ménages où un des membres est âgé de 75 ans ou plus, 29 % se sont identifiés comme « devant recourir aux soins adaptés » (une hausse par rapport à 22 % en 2003). Dans ce segment, l'utilisation d'une voiture à ces fins se situait à 91 %, 92 % de ces véhicules étant des voitures « privées » (plutôt que « d'entreprise »).
- 4. Les préférences des « Baby-boomers » et des « aînés » au niveau des voitures varient**
Au Japon, les membres de la génération des « baby-boomers » possèdent davantage de minivoitures, de véhicules récréatifs et de voitures usagées que les aînés et, au moment de l'achat, attribuent plus d'importance au « confort intérieur en général » et au « confort de la banquette arrière » de la voiture.