



Janvier 2006  
Volume 1, numéro 4

## Editorial

À en croire les innombrables parutions nord-américaines sur le sujet, l'industrie automobile serait en crise. Pourtant à l'échelle mondiale, la croissance du secteur était bien au rendez-vous en 2005. Le déplacement de la production vers les pays en émergence et la montée en puissance des constructeurs asiatiques sont des réalités auxquelles les grands constructeurs font face en fabriquant différents modèles capables de répondre aux nouveaux styles de vie des automobilistes. Cette multiplication des véhicules de niche représente des occasions d'affaires intéressantes pour les entreprises québécoises. Pour y avoir accès, il faut maintenir un processus d'innovation en continu et rester à l'affût!

DANS CE NUMÉRO	
<b>Développement des affaires</b>	
Congrès annuel de l'APMA	1
L'industrie automobile québécoise de l'après-vente à Las Vegas	2
Entente GM - gouvernement du Québec	3
<b>Innovation</b>	
Brèves	4
Véhicules propres	4
<b>Nouvelles de l'industrie</b>	
Brèves	5
Les constructeurs français dans la mire	5
<b>Design automobile</b>	
Montréal, pôle de design automobile	6
Calendrier	6
Nous joindre	6

## DÉVELOPPEMENT DES AFFAIRES

### Congrès annuel de l'APMA les 10 et 11 mai 2006

**Vous souhaitez faire la promotion de votre expertise et établir de nouveaux contacts d'affaires?**

Partagez le kiosque d'exposition de l'industrie automobile québécoise au congrès annuel de l'Association des fabricants de pièces automobiles.

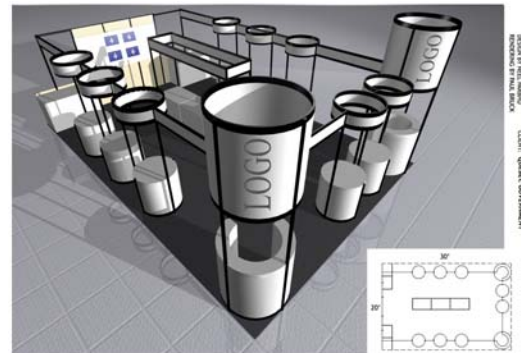
C'est sous le thème Adapting to the new reality qu'est présenté cette année cet événement majeur de l'industrie automobile canadienne, qui se tiendra à Hamilton en Ontario les 10 et 11 mai 2006.

Ce congrès est le plus important au Canada et attire chaque année près de 1 000 leaders de l'industrie automobile. Des conférenciers nord-américains de renom y présentent les grandes tendances de l'industrie et plus de 110 entreprises participent à l'exposition.

En 2005, 13 fournisseurs québécois ont pris

*Notre participation au congrès 2005 de l'APMA était une première. Cela nous a permis de faire connaître notre entreprise et de développer notre réseau de contact dans l'industrie automobile, mais également d'initier de nouvelles relations d'affaires très intéressantes. Jusqu'ici, nous sommes très satisfaits.*

Témoignage de  
Michel Robitaille, Datran



part à cette activité, organisée conjointement par le ministère du Développement économique, de l'Innovation et l'Exportation (MDEIE) et le Bureau du Québec à Toronto. Cette forte participation a été très remarquée et de nombreux contacts ont été établis.

Au regard de la satisfaction manifestée par l'ensemble des participants, le gouvernement du Québec a décidé de participer de nouveau à cet événement.

Attention : La date limite d'inscription est fixée au 31 mars 2006 et le nombre de places est limité.

Si vous êtes intéressé à y prendre part ou si vous souhaitez obtenir plus de renseignements, contactez sans tarder :

Isabelle Gattaz  
418 691-5698 poste 4937

[isabelle.gattaz@mdeie.gouv.qc.ca](mailto:isabelle.gattaz@mdeie.gouv.qc.ca)

Lien utile : <http://www.apma.ca/>

## L'industrie québécoise de l'après-vente automobile augmente sa présence à Las Vegas!

Le ministère du Développement économique, de l'Innovation et de l'Exportation (MDEIE), en collaboration avec Industrie Canada et la division québécoise de l'Association des Industries Automobile du Canada (AIA Canada), a organisé, pour la première fois, une mission commerciale lors de la semaine internationale de l'industrie de l'après-vente automobile (Automotive Aftermarket Industry Week - AAIW) qui se tenait à Las Vegas en novembre dernier. Plus de 135 000 visiteurs, dont 66 000 acheteurs en provenance de 120 pays ont participé à cette semaine, qui est la plus importante activité nord-américaine de cette industrie.

Près de 25 entreprises manufacturières du Québec, dont six qui en étaient à leur première participation, se sont jointes au groupe à titre d'exposant ou de visiteur à l'une ou l'autre des quatre foires portant sur les pièces de remplacement (AAPEX), le réusinage (Big R show), les accessoires (SEMA) et la carrosserie (NACE).

Ces entreprises ont recueilli de l'information stratégique sur le marché, analysé la concurrence et réalisé de nouvelles affaires sur le territoire américain, évalué à plus de 250 milliards de dollars américains et qui connaît une croissance annuelle de 4 % à 5 %.



Sur la photo de gauche à droite : Caroline Masse de Synétik Design, Michelle Nollet, responsable de la mission pour le MDEIE, Patty Kettles de l'AIA Canada, Johanne Duval d'Industrie Canada, Jérôme Alton-Carney du bureau du Québec à Los Angeles et Caroline Saulnier de Synétik Design.

### Les activités et les services offerts

Le 31 octobre, l'industrie québécoise s'est réunie pour une activité de réseautage animée par Sylvie Fréchette, médaillée olympique en nage synchronisée et coordonnatrice artistique du spectacle O, du Cirque du Soleil. Madame Fréchette a livré un témoignage vibrant sur la motivation qui incite à passer de l'idée à l'action, même pour les rêves les plus innovants. À la suite de cette présentation, les dirigeants ont eu l'occasion d'échanger sur l'expertise de leur entreprise.

Soulignons finalement que cette activité a obtenu un appui financier de plusieurs entreprises québécoises, dont Powermotive, à titre de partenaire majeur, un soutien essentiel que nous tenons à mentionner.

Le lendemain, les fabricants ont participé au Canada Night, une activité organisée par l'AIA Canada depuis plus de 20 ans et qui a attiré plus de 900 représentants de l'industrie. Fière de cette réussite, l'AIA proposait pour la première fois, une autre soirée de réseautage le vendredi 4 novembre pour l'industrie de la carrosserie.

Les organisateurs de la mission partageaient également pour la première fois un kiosque à l'Automotive Aftermarket Products Exhibition (AAPEX), ce qui a permis de faire valoir l'expertise québécoise et d'organiser des rendez-vous d'affaires. Plusieurs intervenants ont constaté l'intérêt de nombreux pays envers les fournisseurs du Québec et du Canada.

### Occasions d'affaires

Le marché de l'après-vente automobile présente plusieurs possibilités en pièces de remplacement et équipements de réparation automobile. En effet, la croissance de ce marché est soutenue par le vieillissement du parc automobile évalué à plus de 238 millions de véhicules en Amérique du Nord, par l'âge moyen des véhicules qui est de 9,6 ans aux États-Unis et par une croissance de la distance parcourue (2% par an). Le réseau de distribution de cette industrie est cependant très complexe.

Cette mission a permis à plusieurs entreprises de préparer leur entrée sur le marché américain et d'avoir un aperçu des activités préparatoires de l'édition 2006. D'autres ont également constaté la présence croissante des pays asiatiques sur le marché américain et la nécessité d'y être encore plus actives. Finalement, certains ont découvert des nouveaux produits à développer et de nouvelles sources d'approvisionnement.

### La prochaine édition : novembre 2006

Le Québec sera à nouveau présent à Las Vegas en novembre 2006. Si vous désirez être du nombre, n'hésitez pas à nous le faire savoir dès maintenant.

Par Michelle Nollet

Pour toute information complémentaire :  
418 691-5698 poste 4505  
[michelle.nollet@mdeie.gouv.qc.ca](mailto:michelle.nollet@mdeie.gouv.qc.ca)

Liens utiles : <http://www.aapexshow.com/>,  
<http://www.semashow.com/>,  
<http://www.naceexpo.com/>, <http://www.apra.org/>

Sources : Automotive Aftermarket Industry Association.  
Aftermarket Factbook 2004-2005

## Entente General Motors – gouvernement du Québec : bilan de mi-parcours

Cette entente entre le gouvernement du Québec et General Motors, signée en février 2003 et pour une durée de cinq ans a pour objectif principal de renforcer le réseau de fournisseurs québécois de l'industrie automobile. Vous trouverez ci-dessous une synthèse des résultats des actions mises en œuvre.

GM maintient ses efforts pour conclure de nouveaux contrats avec les fournisseurs québécois et investir dans des projets de R-D en collaboration avec nos universités et centres de recherche. Les nouveaux contrats de GM au Québec en 2004 se sont élevés à un peu plus de 76 millions de dollars. Le volume cumulatif depuis 2003 s'élève à 199 millions, soit presque la moitié de l'objectif de 400 millions fixé pour 2008.

De son côté, le gouvernement du Québec a jusqu'ici investi plus de 40 millions de dollars afin d'aider les fournisseurs québécois de l'industrie automobile. Ces aides vont permettre de générer des investissements de 200 millions, des ventes auprès des autres fabricants

que GM de plus de 200 millions et la création de près de 1 000 emplois d'ici 2008.

Par ailleurs, le MDEIE multiplie ses efforts auprès des autres constructeurs tels que Honda, Toyota, Ford, Mazda, DaimlerChrysler, Hyundai, Nissan et BMW, ainsi qu'auprès de fournisseurs de premier et second niveau, comme Magna International, QSS et Mobis, afin de trouver de nouvelles occasions d'affaires pour les fournisseurs québécois. Plusieurs soumissions sont en cours.

Retrouvez toutes les actualités des fournisseurs québécois du secteur automobile dans Carrefour de l'automobile, sur le portail de l'industrie québécoise du transport terrestre:

<http://www.transportail.net/auto/fr/index.asp>

Si vous avez une nouvelle à publier, contactez l'AMETVS au 1 866 499-4494.

## INNOVATION

### Brèves

#### « Drive-by-wire », lentement mais sûrement

Cinq ans après la première présentation au public de la voiture concept FILO de Bertone (concepteur italien), au Salon de l'automobile de Genève, le « tout électrique » ou « by wire » tarde encore à être généralisé dans les véhicules d'aujourd'hui.

Technologie prometteuse issue de l'industrie aérospatiale, le « by-wire » se définit comme le remplacement des commandes mécaniques ou hydrauliques par des liaisons électriques ou électroniques.

Dans l'automobile, les applications sont essentiellement destinées au châssis (freins, direction et suspension) et de façon plus restreinte à la commande du moteur. Par exemple, le découplage de la direction ou encore « Steer-by-wire » présente un certain nombre d'avantages sur le plan de la conception même du véhicule, notamment en libérant de l'espace et en supprimant les inconvénients techniques et environnementaux des circuits hydrauliques. De plus, en éliminant les commandes mécaniques qui prennent de la place et en limitant l'intrusion lors de choc, le « by-wire » participe au confort et à la sécurité du conducteur et des passagers.

La recherche d'une meilleure efficacité, de plus de sécurité et la liberté dans la conception du cockpit des véhicules favorisent le développement du

« drive-by-wire ». Mais pourquoi cette technologie tarde-t-elle encore à s'imposer dans l'industrie automobile?

Il subsiste de nombreux obstacles et contraintes qui empêchent d'aller vers le tout électronique et électrique. Tout d'abord, le développement de ces technologies dépend d'une part de la généralisation du 42 volts pour la puissance et d'autre part des liaisons optiques pour la vitesse de transfert des données.

De plus, comme pour toute innovation dans l'automobile, il existe encore une certaine inertie due aux fortes contraintes de coûts et aux attentes du client encore mal définies.

Liens utiles : <http://www.auto-innovation.com/>

#### Peinture auto-réparatrice

Nissan vient de mettre au point une peinture de carrosserie capable de se réparer elle-même. Le « Scratch Guard Coat » contient une résine à haute élasticité qui empêche les égratignures et autres griffures d'affecter les couches de peinture plus profondes. La surface endommagée retrouve son état d'origine dans un délai dont la durée varie selon la température ambiante et la profondeur de la griffure. Cette peinture sera prochainement appliquée sur certaines parties des nouveaux modèles de Nissan, notamment les boucliers et les rétroviseurs extérieurs.

## Véhicules propres

### Véhicules hybrides

Les ventes de véhicules hybrides aux États-Unis progresseraient de 268 % entre 2005 et 2012, passant de 212 000 unités en 2005 à 780 000 unités en 2012, pour occuper 4,2 % du marché total en 2012.

Alors qu'en 2000, deux modèles hybrides étaient offerts sur le marché américain, en 2005, il y en avait 11, et en 2012, il y en aurait 52.

Source : J.D. Power and Associates - Sales of Hybrid-Electric Vehicles

### GENEPAC : projet de nouvelle pile à combustible



PSA Peugeot Citroën et le Centre d'énergie atomique sont associés dans un projet de développement d'une pile à combustible, compacte, modulable,

d'une puissance pouvant aller jusqu'à 80 kW et compatible avec les contraintes techniques spécifiques d'une automobile.

Pour en savoir plus, visionnez la vidéo sur ce sujet à : <http://www.psa-peugeot-citroen.com/fr/matin.php>

### Gaz Naturel pour Véhicule (GNV) à domicile

En France, il est maintenant possible pour un particulier de s'équiper d'un appareil de distribution de gaz naturel à domicile, afin de faire le plein de son véhicule.

Cette décision du 10 janvier dernier du ministère de l'Industrie, très attendue, devrait permettre le démarrage des ventes de véhicules à motorisation au GNV (le coût du litre de GNV est d'environ 80 centimes d'euro, alors que celui du litre d'essence est de 1,25 euro). En Europe, bon nombre de constructeurs tels que BMW, Citroën, Fiat, Ford, DaimlerChrysler, Renault, Toyota et Volvo, fabriquent déjà des modèles fonctionnant avec ce carburant, la plupart du temps en bicarburant GNV-essence.

Composé essentiellement de méthane, le gaz naturel pour véhicule est le moins polluant de tous les carburants pouvant remplacer l'essence (diminution de 15 % à 20 % des émissions de CO<sub>2</sub> et réduction des émissions polluantes NO<sub>x</sub> et de HC non méthane). Il est également plus propre que le gaz propane liquéfié (GPL), car il produit moins d'oxydes d'azote. Il est aussi moins dangereux, car plus difficile à enflammer.

Liens utiles :

[http://www.industrie.gouv.fr/infopres/presse/sommaire\\_prot.html](http://www.industrie.gouv.fr/infopres/presse/sommaire_prot.html)  
<http://www.gazdefrance.com/public/page.php?iddossier=761>

## TENDANCES ET NOUVELLES DE L'INDUSTRIE

### Brèves

#### Quarante-deux nouveaux modèles 2006

Le cru 2006 sera encore une bonne année pour la production automobile. Avec 14 nouveaux modèles, dont 10 sont produits par General Motors, l'Amérique du Nord reste le premier producteur mondial de nouveaux véhicules.

Trois nouveaux modèles sortiront des chaînes d'assemblage du Canada : Chevrolet Silverado, GMC Sierra et Ford Edge.

#### Production automobile mondiale en hausse de 15 % d'ici 2009

D'après les estimations du PwC Automotive Institute, 68,7 millions de véhicules devraient être produits en 2009, un gain de près de 9 millions d'unités par rapport à la production de 2005. La région Asie-Pacifique sera le principal moteur de cette croissance (49 %), avec une augmentation de production pour la Chine de 2,5 millions de véhicules. Aux États-Unis, la capacité de production devrait croître de 1 millions d'unités.

Toyota est le constructeur qui va le plus augmenter ses capacités de production mondiale, suivi de près par le groupe Renault-Nissan.

#### Forte croissance du marché des petits véhicules

Selon CSM automotive, si la croissance annuelle de 5 % persiste, le marché des petites voitures (segments B et C) devrait atteindre en 2008, un tiers du marché global nord-américain, soit 6 millions d'unités. D'ici trois ans, plus de soixante modèles de moins de 20 000 \$ US seront sur le marché. Jusqu'à présent, ce marché ne représentait que 25 % des ventes totales.

#### Un marché nord-américain bousculé

C'est avant tout par la qualité du produit que s'opérerait la distinction entre les gagnants et les perdants (voir J.D. Power).

Ventes américaines 2005 =

➔ 16,9 millions contre 16,8 millions en 2004

Mini = + 13,3 % ↗

Nissan = + 10 % ↗

Hyundai = + 8,7 % ↗

Toyota = + 7,7 % ↗

Honda = + 5,2 % ↗

DaimlerChrysler = + 4,5 % ↗

GM = - 4,3 % ↘

Ford = - 4,7 % ↘

Volkswagen = - 12,5 % ↘

Source : Desrosiers reports - V. 20, N. 1 - 15-01-2006

## Les constructeurs français dans la mire

Malgré une présence quasi inexistante en Amérique du Nord, les constructeurs français figurent toujours dans le peloton de tête des constructeurs grâce à une stratégie de diversification de l'offre qui leur a permis de rester bien positionnés sur un marché européen axé essentiellement sur le renouvellement et grâce à une stratégie d'internationalisation visant principalement les marchés en émergence, où le potentiel de croissance est le plus important.

### RENAULT

RENAULT, présent dans 118 pays est aujourd'hui un constructeur automobile généraliste et multimarque. Il a acquis une dimension mondiale par son alliance avec Nissan, l'acquisition du constructeur roumain Dacia et la création de la société sud-coréenne Renault Samsung Motors. Avec 6,1 millions de véhicules vendus et 9,8 % de part de marché en 2005 (en progression de 6 % par rapport à 2004), l'Alliance Renault-Nissan se classe quatrième constructeur d'automobiles mondial.



Depuis avril 2005, Renault est dirigé par Carlos Ghosn, à qui l'on attribue le redressement spectaculaire et le succès actuel de Nissan.

La stratégie de développement de Renault comporte cinq axes :

1. identité de la marque (sécurité et design);
2. compétitivité (objectifs de développement: 24 mois maximum et durabilité des véhicules: 300 000 km);
3. internationalisation;
4. valeurs Renault (humaines et environnementales);
5. résultats financiers.

Un nouveau plan stratégique triennal va être annoncé dans quelques semaines par Carlos Ghosn. "Un plan qui ne laissera pas de place pour la demi-mesure, ni pour la complaisance", a-t-il déjà annoncé.

#### Renault - chiffres clés 2004

Production : 2 471 654 véhicules  
 Ventes : 2 489 401 véhicules  
 Chiffre d'affaires : 40 milliards d'Euros  
 Personnel : 130 573 employés  
 Répartition du CA : 36 % en France et 64 % à l'international



### PSA PEUGEOT CITROËN

PSA PEUGEOT CITROËN réunit deux marques fortes et distinctes, Peugeot et Citroën, bénéficiant chacune d'une identité et d'une politique commerciale propres. Concurrentes sur le terrain commercial, Peugeot et Citroën sont également adversaires sur le terrain sportif où elles s'affrontent en Championnat du monde des Rallyes. Peugeot et Citroën, actives dans plus de 150 pays, ont respectivement vendu en 2004, 2 027 200 véhicules et 1 348 000 véhicules.

#### Groupe PSA Peugeot-Citroën : Chiffres clés 2005

Deuxième constructeur européen après Volkswagen  
 Septième constructeur mondial  
 Chiffre d'affaires 2004 : 57 milliards d'euros  
 Personnel : 207 200 employés  
 Ventes : 3 390 000 véhicules (+ 0,4 %)  
 Ventes à l'international = 1 030 000 véhicules, soit plus de 30 % en dehors de l'Europe de l'Ouest

PSA Peugeot Citroën s'est fixé d'ambitieux objectifs, en matière de croissance de ses ventes, d'environnement et de maîtrise de ses coûts :

- le franchissement du cap des 4 millions de véhicules vendus par an;
- le lancement de 10 nouveaux modèles renouvelant un tiers de l'offre en trois ans (2005 - 2008);
- la conclusion de nouvelles ententes de coopération stratégique avec d'autres constructeurs (ex : Toyota, Renault, Ford, BMW, Mitsubishi, Fiat);
- un leadership technologique dans la motorisation diesel et le filtre à particules;
- le maintien d'un haut niveau d'investissements : nouvelles unités de production en Europe de l'Est, en Asie et en Amérique du Nord (voir Faurecia).

Pour plus d'information, visitez les sites :

<http://www.renault.com/> / <http://www.psa-peugeot-citroen.com/>  
<http://www.citroen.com/> / <http://www.peugeot.com/>

## DESIGN AUTOMOBILE

### Montréal, pôle de design automobile

L'industrie automobile est soumise à une rude concurrence qui impose la mise au point dans des délais particulièrement courts de produits innovants, complexes (plus sécuritaires et confortables, et moins énergivores) avec des contraintes de coûts extrêmes.

La mondialisation qui peut constituer un atout sur le plan de la maîtrise de coûts, demeure à un niveau conceptuel quand il s'agit d'imaginer une voiture « globale ». En effet, chaque marché ayant ses particularités, les constructeurs continuent de concevoir des produits adaptés à leur clientèle locale.

C'est ainsi que depuis quelques années, les

constructeurs ont commencé à essaimer des ressources de conception à travers le monde, dans des villes qui présentent un maximum de conditions favorables telles que le dynamisme et la créativité de la place, la réputation, le mélange des cultures, la formation...

Fort de nombreux atouts, Montréal pourrait bien être le prochain « spot » en matière de design automobile. Une équipe projet coordonnée par Paul Deutschman, travaille présentement à faire connaître Montréal auprès des chefs designers des principaux constructeurs.

Pour en savoir plus, contacter :  
Isabelle Gattaz au 418 691-5698 poste 4937

## CALENDRIER

Dates	Événements	Informations	Lieu
3 - 6 avril 2006	SAE World Congress	<a href="http://www.sae.org/congress">http://www.sae.org/congress</a>	Detroit, Michigan, États-Unis
5 - 6 avril 2006	MUTA 2006 - 4 <sup>e</sup> Forum international sur la mobilité urbaine 3 <sup>e</sup> Congrès européen "Alternatives énergétiques dans l'automobile"	<a href="http://www.muta2006.com">www.muta2006.com</a> <a href="http://www.sia.fr">http://www.sia.fr</a>	Poitiers, France
10 - 11 mai 2006	APMA - Conférence annuelle	<a href="http://www.apma.ca/">http://www.apma.ca/</a>	Hamilton, Ontario
24 - 26 mai 2006	IASTED - Conférence internationale sur le modelage et la simulation	<a href="http://www.iasted.com/index.htm">http://www.iasted.com/index.htm</a>	Montréal, Québec
7 - 11 août 2006	MBS (Management Briefing Seminars) : Conférence annuelle	<a href="http://www.cargroup.org/mbs/2005/index.htm">http://www.cargroup.org/mbs/2005/index.htm</a>	Traverse City, MI, États-Unis
30 septembre - 15 octobre 2006	Mondial de l'automobile de Paris	<a href="http://www.mondial-automobile.com/">http://www.mondial-automobile.com/</a>	Paris, Porte de Versailles, France
1 - 4 novembre 2006	AAPEX 2006 : Foire mondiale de l'industrie de l'après-vente	<a href="http://www.aapex.com/">http://www.aapex.com/</a>	Las Vegas, Nevada, États-Unis
14 novembre 2006	OESA (Original Equipment Suppliers Association) : conférence annuelle	<a href="http://www.aapex.com/">http://www.aapex.com/</a>	Dearborn, MI, États-Unis

**Développement  
économique, Innovation  
et Exportation**

**Québec** 

Contact Automobile est une publication de la  
**Direction des équipements de transport**

710, place D'Youville, 9<sup>e</sup> étage  
Québec (Québec) G1R 4Y4  
Téléphone : 418 691-5956  
Télécopieur : 418 643-6669

Directeur de la publication :  
Charles Dieudé  
(514) 499-6535

Responsable du bulletin, recherche et  
rédaction :  
Isabelle Gattaz  
Conseillère en développement industriel  
418 691-5698, poste 4937  
[isabelle.gattaz@mdeie.gouv.qc.ca](mailto:isabelle.gattaz@mdeie.gouv.qc.ca)

Ont collaboré à ce numéro :  
Michelle Nollet  
Denis Audibert

Contact Automobile est également  
disponible dans le site Internet du  
Ministère,  
[www.mdeie.gouv.qc.ca](http://www.mdeie.gouv.qc.ca)

à la rubrique suivante :  
[Accueil](#) > [Entreprises](#) > [Secteurs  
industriels](#) > [Transport terrestre et  
maritime](#) > [Terrestre](#) > [Automobile](#)

La reproduction des textes, graphiques  
et tableaux de ce bulletin est autorisée  
à des fins non commerciales seulement  
et à la condition expresse d'en indiquer  
la source.