

Comité sénatorial permanent des affaires étrangères et du commerce international (AEFA)

Présentation sur l'étude du projet de loi C-79

Japan Automobile Manufacturers Association of Canada

Le 22 octobre 2018

JAMA Canada appuie la libéralisation du commerce diversifiée au bénéfice mutuel de tous les signataires commerciaux, bénéfice découlant des possibilités d'échanges améliorées, et au bénéfice des consommateurs. Étant donné que les chaînes de valeur internationales forment des liens économiques plus solides entre les principaux partenaires commerciaux, nous demandons instamment au Canada de continuer à opter pour des initiatives commerciales diversifiées en Asie-Pacifique avec l'Accord de Partenariat transpacifique global et progressiste (PTPGP), en tablant sur la mise en œuvre provisoire de l'Accord économique et commercial global (AECG) avec l'Union européenne, et l'accord de libre-échange Canada-Corée qui a été pleinement mis en œuvre.

Le PTPGP offrira des possibilités élargies d'activités commerciales pour les exportateurs canadiens en Asie-Pacifique, précisément parce que le Canada jouira de l'avantage du « précurseur » étant donné que les États-Unis se sont retirés du PTP en 2017.

Pour JAMA Canada et ses membres, le PTPGP est une simple question de justice – un traitement équitable à l'égard des tarifs pour tous les fabricants d'automobiles au Canada. Avec l'accord de libre-échange Canada-Corée et l'AECG, le Canada offre maintenant un traitement préférentiel pour les importations de véhicules de la Corée du Sud et de l'Europe – mais non du Japon. Étant donné que les fabricants d'automobiles américains au Canada ont profité de l'avantage d'une exemption de droits de douane, surtout à partir de leur marché intérieur, tant pour les pièces que pour les véhicules, depuis la signature du Pacte de l'automobile en 1965, le Canada devrait aussi élargir la même exemption de tarifs douaniers aux fabricants d'automobiles japonais au Canada, lesquels représentent actuellement 46 % de la production totale de véhicules légers au Canada.

Compte tenu du succès récent des négociations d'un accord commercial trilatéral renouvelé de l'ALENA (qui porte désormais le nom d'Accord États-Unis-Mexique-Canada [AEUMC]), le fait de ratifier et de mettre en œuvre le PTPGP enverra aux investisseurs japonais et à nos membres au Canada le signal positif que la création et le maintien de l'égalité des chances pour tous les fabricants d'automobiles sont essentiels pour assurer une industrie de l'automobile concurrentielle et dynamique au Canada.

Le PTPGP créera enfin et de façon efficace un marché de l'automobile équilibré et concurrentiel au Canada et ainsi, les consommateurs canadiens auront un accès compétitif à un large éventail de véhicules sûrs, peu polluants, dotés d'une technologie avancée et d'un différent groupe motopropulseur.

Facteurs contributifs :

- ✦ Pour la deuxième année consécutive, plus d'un million de véhicules de marques japonaises ont été construits au Canada en 2017, ce qui représente environ 46 % de la production totale des véhicules légers au Canada.
- ✦ Production totale au Canada en 2017
 - **Honda** (Alliston) **1 004 292** véhicules utilitaires légers et de classe moyenne
 - **430 209** véhicules légers
 - **Toyota** (Cambridge/Woodstock) **571 403** véhicules légers

○ **Hino Motors** (Woodstock)

2 680 camions de classe moyenne

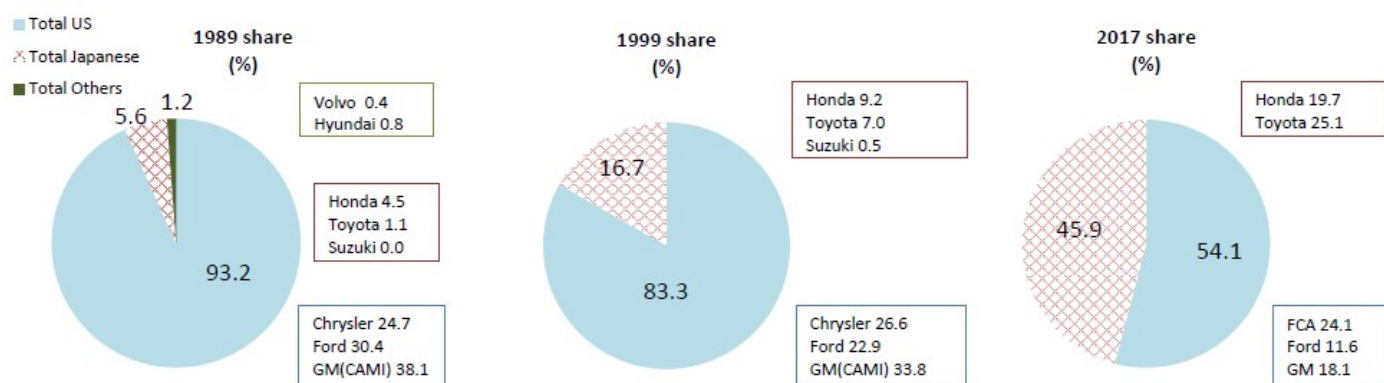
- ✚ En 2017, les membres de JAMA Canada ont vendu, comme groupe, 719 806 camions légers – globalement, des ventes records pour la quatrième année consécutive. La part de marché a augmenté de 35,3 % en 2017.
- ✚ Pour chaque véhicule de marque japonaise vendu au Canada, nos membres ont construit 1,4 véhicule au Canada en 2017.
- ✚ En 2017, le Canada a exporté plus de quatre fois le nombre de véhicules qu’il a importé du Japon.
- ✚ Depuis 1993, le Canada a exporté 4,7 millions de véhicules de marques japonaises de plus que le nombre de véhicules importés du Japon, des États-Unis, du Mexique ou d’autres pays combinés.
- ✚ On compte 1 238 concessionnaires de véhicules de marques japonaises dans les villes et les municipalités partout au Canada, lesquels emploient environ 44 500 Canadiens dans le secteur de la vente et dans celui de l’entretien et de la réparation.
- ✚ Si l’on compte environ 80 000 emplois directs et indirects dans l’industrie automobile japonaise en 2017, selon une [étude](#) récente, l’industrie automobile de marques japonaises soutient plus de 200 000 emplois à l’échelle du Canada en raison des répercussions de l’emploi direct, des emplois de secteurs intermédiaires et d’emplois qui en découlent indirectement.

Usine de fabrication d’automobiles au Canada (1989 – 2017)

Depuis l’accord de libre-échange mis en œuvre en 1989 entre le Canada et les États-Unis, l’industrie de la fabrication automobile au Canada a connu des transformations considérables. La production a augmenté de 53 %; passant de 1,94 million d’unités en 1989 pour atteindre le sommet d’environ 3 millions de véhicules légers en 1999.

Production de véhicules légers au Canada : 1989 - 2017

1989		1999		2017		% change (1999/1989)	% change (2017/1999)	1989 share (%)	1999 share (%)	2017 share (%)
Chrysler	480,153	Chrysler	796,727	FCA	527,733	65.9	-33.8	24.7	26.6	24.2
Ford	590,965	Ford	685,535	Ford	254,025	16.0	-62.9	30.4	22.9	11.7
GM	740,339	GM (incl. CAMI)	1,012,742	GM	396,984	36.8	-60.8	38.1	33.8	18.2
Total US	1,811,457	Total US	2,495,004	Total US	1,178,742	37.7	-52.8	93.2	83.3	54.1
Honda	86,447	Honda	274,908	Honda	430,209	218.0	56.5	4.5	9.2	19.7
Toyota	20,859	Toyota	211,082	Toyota	571,403	911.9	170.7	1.1	7.0	26.2
Suzuki (CAMI)	660	Suzuki (CAMI)	15,079	Suzuki (CAMI)	0	2184.7	-100.0	0.0	0.5	0.0
Total Japanese	107,966	Total Japanese	501,069	Total Japanese	1,001,612	364.1	99.9	5.6	16.7	45.9
Volvo	8,004	Volvo	0	Volvo	0	-100.0	-	0.4	0.0	0.0
Hyundai	14,780	Hyundai	0	Hyundai	0	-100.0	-	0.8	0.0	0.0
Total Others	22,784	Total Others	0	Total Others	0	-100.0	-	1.2	0.0	0.0
Grand Total	1,942,207	Grand Total	2,996,073	Grand Total	2,180,354	54.3	-27.2	100.0	100.0	100.0



Source: DesRosiers Automotive Consultants/JAMA Canada/Ward's

En 1997, Toyota a commencé sa production à l'usine Cambridge Nord. En 1998, Honda a ouvert sa deuxième usine et a commencé la fabrication de moteurs à Alliston. Par ailleurs, l'usine de Volvo en Nouvelle-Écosse, l'usine de Hyundai au Québec et l'usine de semi-remorques de GM à Scarborough ont fermé leurs portes.

Après 1999, un certain nombre d'usines de véhicules et pièces américaines ont fermé au Québec et en Ontario, tandis que la seule usine automobile « green field » était ouverte par Toyota à Woodstock en 2008. En 2017, la production totale de véhicules légers au Canada se chiffrait à 2,18 millions d'unités, une baisse de 27,2 % par rapport au sommet de 1999.

Il ne restait au Canada que des fabricants d'automobiles américains et japonais après 1999 et la production américaine de véhicules légers a chuté de 52,8 % pour atteindre 1,18 million de véhicules en 2017 par rapport à environ 2,5 millions qu'elle était en 1999, à cause des fermetures d'usines. Au cours de la même période, la production de véhicules légers japonais au Canada a augmenté de 99,9 % pour atteindre 1 001 612 unités en 2017.

Contact : David Worts, directeur général
 JAMA Canada
 Tél : 416-968-0150

Addenda : Questions et réponses sur le PTPGP

Quels sont les résultats du PTPGP pour le secteur de l'automobile? (d'Affaires mondiales Canada)

Les parties au PTPGP ont accepté de maintenir tous les résultats relatifs aux droits de douane contenus dans le PTP, ce qui confèrera aux exportateurs de véhicules et pièces canadiens un accès exempt de droits pour une période allant jusqu'à 12 ans après l'entrée en vigueur de l'accord.

Entre-temps, le Canada éliminera son tarif douanier de 6,1 % sur les véhicules de tourisme importés pour tous les pays du PTPGP pendant quatre ans, au moyen de cinq réductions annuelles.

Le PTPGP élargira aussi les possibilités d'exportation pour les véhicules fabriqués au Canada en s'assurant que les obstacles non tarifaires soient réduits dans les marchés du PTPGP par des mesures contenues dans le chapitre sur les obstacles techniques touchant le commerce, la transparence, les mesures contre la corruption, et la cohérence sur le plan réglementaire.

Le Canada a obtenu des engagements supplémentaires de différents pays individuellement sous la forme de lettres d'accompagnement exécutoires sur des questions telles que les règles d'origine ainsi que les normes et règlements, qui soutiendront davantage les exportations de l'industrie automobile canadienne. Ces engagements permettront aussi de s'assurer que les producteurs canadiens du secteur de l'automobile auront des chances égales par rapport aux importants concurrents dans l'avenir.

Le PTPGP établit aussi de nouvelles façons pour les parties de coopérer sur la question des obstacles non tarifaires et de s'y attaquer au moyen, notamment, de dialogues institutionnels et du mécanisme de règlement des conflits de l'accord.

Qu'est-ce qui a changé (du PTP au PTPGP)?

Contrairement au PTP, le PTPGP ne constitue pas une renégociation *de facto* de l'ALENA. Ainsi, les règles d'origine de l'industrie automobile dans le PTPGP ne s'appliqueront pas et n'ont aucun lien avec l'ALENA – tout comme les règles d'origine de l'AECG diffèrent de celles de l'ALENA.

Tant que l'ALENA/USMCA est en vigueur, les fabricants d'automobiles au Canada respecteront les règles d'origine de l'ALENA/USMCA pour un accès préférentiel exempt de droits de douane au marché des États-Unis. De plus, avec l'ALENA et le PTPGP, les véhicules fabriqués au Canada possèdent un avantage tarifaire sur les importations du Japon vers les États-Unis.

Le PTPGP offrira un accès préférentiel garanti aux marchés clés en Asie, notamment au Japon, en Australie, en Malaisie, au Vietnam et en Nouvelle-Zélande – avec d'autres pays qui pourraient potentiellement se joindre au PTPGP comme Taïwan et la Corée du Sud.

Le PTPGP constitue une initiative commerciale séparée pour le Canada, initiative qui diffère sensiblement du PTP original (quand les trois partenaires de l'ALENA étaient concernés). Comme c'est le cas pour des dispositions dans d'autres accords commerciaux, dont l'AECG, les règles d'origine pour le secteur de l'automobile dans le PTPGP ne seront pas les mêmes que dans l'ALENA. Comme pour les fabricants d'automobiles américains au Canada, les fabricants d'automobiles japonais sont hautement intégrés en Amérique du Nord en raison de l'ALENA. Par ailleurs, nous soutenons les initiatives du Canada de diversifier le commerce à l'échelle planétaire en ce qui a trait aux possibilités d'élargir le commerce et d'améliorer la concurrence parallèlement à la croissance de l'emploi et aux avantages économiques qui en découlent.

La lettre d'accompagnement du PTPGP sur le secteur automobile entre le Canada et le Japon porte sur un accès amélioré, y compris le traitement de la nation la plus favorisée (pas moins favorable que les accords commerciaux avec n'importe quel autre pays), la reconnaissance des US FMVSS (normes sur la sécurité des véhicules automobiles) qui ne sont pas moins rigoureuses que les normes et la réglementation japonaises sur la sécurité des véhicules, ainsi qu'un mécanisme obligatoire de règlement des disputes.

Est-ce que les fabricants de pièces d'automobile japonais au Canada déménageront vers d'autres pays du PTPGP à cause de l'élimination des droits de douane sur les pièces d'automobile?

Non – les droits d'importation sur les pièces d'automobile pour la production au Canada sont inexistantes depuis 1996. Au cours de cette période, l'investissement et la croissance ont été continus tant chez les fabricants d'automobiles japonais que chez les fabricants de pièces d'automobile japonais. Dans une industrie mondialisée, les pièces ne viennent pas toutes du même pays. Le Canada a rendu l'assemblage local des véhicules plus concurrentiel en éliminant les droits de douane sur les pièces tandis que les usines aux États-Unis continuent de payer des droits. Cette stratégie a aidé les fabricants d'équipement d'origine à maintenir ou à renforcer leurs capacités, ce qui, en retour, a stimulé l'investissement auprès des fournisseurs locaux.

Avec la philosophie qui consiste à « vendre où l'on fabrique », les systèmes de production des fabricants d'automobiles japonais comptent sur la « livraison juste-à-temps ». Par conséquent, les fabricants d'automobiles préfèrent que les fournisseurs se trouvent à proximité de façon à diminuer les coûts de transport et de logistique. En général, le fait d'expédier des pièces et des composants depuis l'autre côté du Pacifique ne constitue pas une chaîne d'approvisionnement rentable.

Est-ce que les fabricants d'équipement d'origine japonais jouissent d'incitatifs pour continuer d'investir au Canada?

Le plus grand risque en ce qui concerne le maintien de l'investissement japonais dans l'industrie de l'automobile découlerait de la NON-signature du PTPGP par le Canada. Pour JAMA Canada, le PTPGP est une simple question de justice – un traitement équitable à l'égard des tarifs pour tous les fabricants d'automobiles au Canada. Cela enverra un message positif et opportun à nos membres et aux investisseurs japonais en instituant de nouveau des règles du jeu équitables en matière de tarifs douaniers dans l'intérêt des consommateurs canadiens et de nos fournisseurs et concessionnaires à l'échelle du Canada.

Les entreprises du secteur de l'automobile à Detroit disent que le marché des véhicules japonais est fermé aux importations. Est-ce vrai?

Non, en fait, depuis 1978, le Japon n'a pas payé de droits d'importation sur les véhicules. Il n'existe au Japon aucun obstacle à l'importation et à la vente de véhicules construits à l'étranger. Même si le marché japonais est hautement concurrentiel et compte plus de 40 marques internationales, le succès grandissant des fabricants d'automobiles européens démontre que le marché est ouvert.

Le succès ne garantit peut-être pas le succès, mais l'absence de succès ne constitue pas la preuve que le marché est fermé. Par exemple, Suzuki Motor Company s'est retiré des marchés de l'automobile américain et canadien il y a quelques années parce que ses activités n'étaient pas rentables. Suzuki offrait principalement de petits véhicules bas de gamme écoénergétiques et devait lutter contre la concurrence d'importations à meilleur prix sur les marchés du Canada et des États-Unis, marchés dominés par des véhicules plus grands et des camions légers. La clé du succès, au Japon comme ailleurs, est de concevoir et de construire des véhicules que les consommateurs de ces marchés désirent acheter.

Les entreprises de Detroit disent que leur faible part de marché au Japon prouve que le marché est fermé aux importations. Ont-ils tort?

Actuellement, plus de 90 % des ventes de véhicules de tourisme au Japon portent sur de très petits véhicules dont les moteurs ont moins de 2 000 cm³. Les entreprises de Detroit n'offraient que 10 modèles dans ce segment de marché en 2015 tandis que les fabricants d'automobiles européens avaient 117 modèles dans ce même segment. En bref, la part de marché de l'automobile pour les États-Unis au Japon est en soi déterminée par les entreprises américaines et non par le Japon.

Les fabricants d'automobiles des États-Unis ont prétendu que la « distribution » constituait un problème auquel le Japon devait s'attaquer. Quelle est la situation des concessionnaires au Japon?

Les entreprises japonaises de l'automobile n'influencent pas les concessionnaires sur le type de véhicule qu'ils doivent vendre et ne l'ont jamais fait. La loi japonaise sur le commerce équitable (Japanese Fair Trade Law) interdit les actions de ce type et les entreprises japonaises de l'automobile ont dit à leurs concessionnaires que c'était la loi.

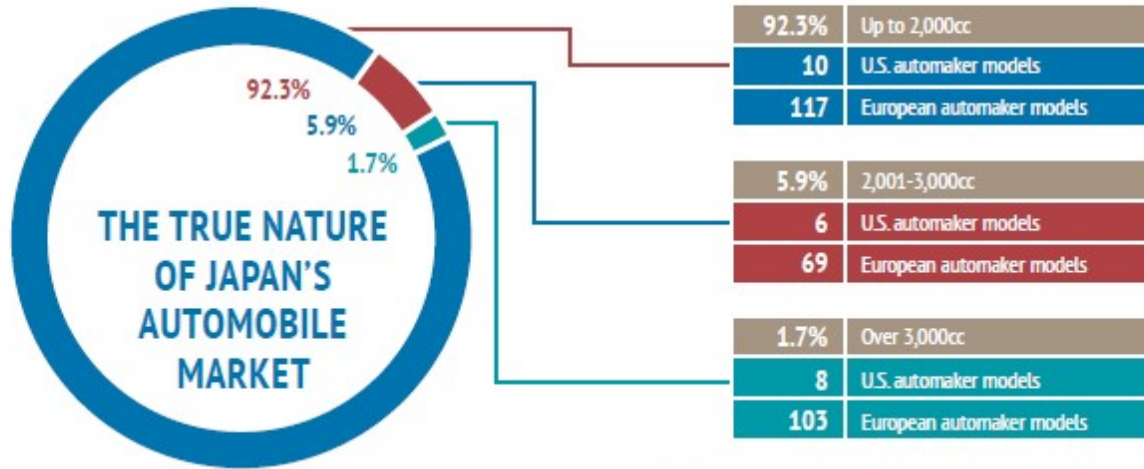
Selon les données fournies par JAMA (voir l'illustration ci-dessous), depuis 1996, le nombre de concessionnaires au Japon qui vendent des véhicules de marques européennes a augmenté de 72 %, mais le nombre de concessionnaires qui vendent des véhicules fabriqués aux États-Unis a baissé de 74 %.

Il y a quelques années, les fabricants d'automobiles américains avaient des investissements importants dans les entreprises japonaises de l'automobile. Maintenant, ce n'est plus le cas. Que s'est-il passé?

Ils se sont retirés. GM, par exemple, détenait 20 % du capital dans Suzuki et Subaru (FHI). GM possédait aussi 49 % d'Isuzu. Ford détenait 33,4 % de Mazda, et DaimlerChrysler, 37 % de Mitsubishi. Sauf en ce qui a trait à une propriété résiduelle de peu d'importance, ces partenariats financiers se sont dissous ou ont été sensiblement réduits. Le fait que les entreprises du secteur de l'automobile de Detroit aient « désinvesti » au Japon représente une autre indication qu'elles n'ont pas ou peu d'intérêt à vendre leurs produits sur le marché japonais.

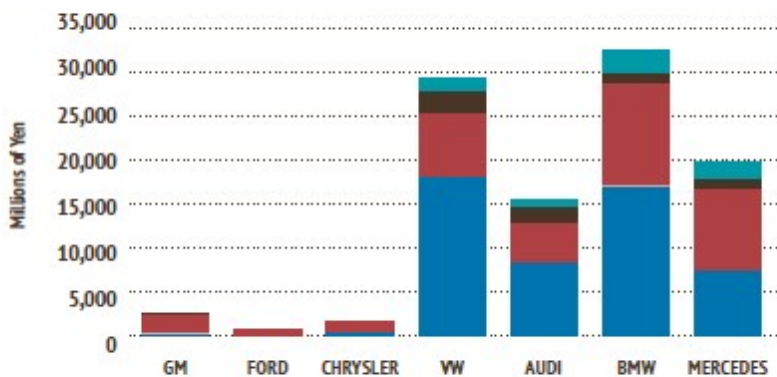
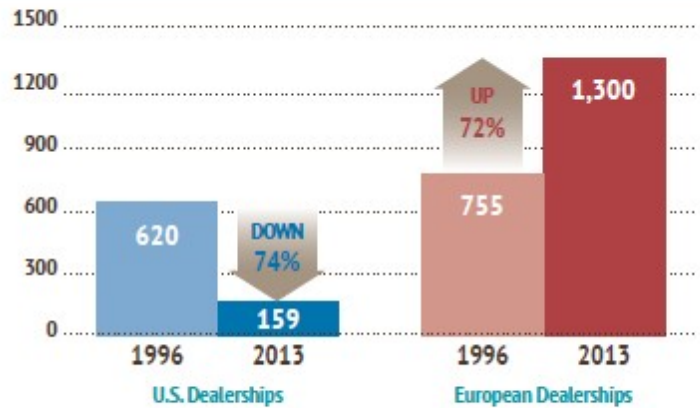
Le Japon impose-t-il des exigences réglementaires trop fermes sur les véhicules importés, exigences qui limitent les importations?

Même si le système d'homologation de type s'applique tout autant aux modèles nationaux qu'aux modèles importés, les exigences d'homologation du Japon concernant les émissions polluantes et la sécurité correspondent à celles de nombreux autres pays qui fabriquent des automobiles. En outre, le Japon a accepté depuis longtemps les « procédures de traitement préférentiel » pour les importations de véhicules, procédures qui permettent l'importation de ces véhicules si l'on respecte des procédures simplifiées et accélérées. Récemment, le seuil des procédures de traitement préférentiel a été élevé à 5 000 unités par modèle.



Breakdown of Japan's Domestic Market for Passenger Cars by Vehicle Class (cc) and Number of Imported Models (2015)

NUMBER OF U.S. AND EUROPEAN AUTO DEALERSHIPS IN JAPAN



U.S. AND EUROPEAN AUTOMAKERS' ADVERTISING INVESTMENTS IN JAPAN (2009-2013)



Source: JAMA/Video Research Ltd.

image p. 3/8

1989		1999		2017		Changement en % (1999/1989)	Changement en % (2017/1999)	Part % en 1989	Part % en 1999	Part en 2017
Chrysler	480 153	Chrysler	796 727	FCA	527 733	65,9	-33,8	24,7	26,6	24,2
Ford	590 965	Ford	685 535	Ford	254 025	16,0	-62,9	30,4	22,9	11,7
GM	740 339	GM (incluant CAMI)	1 012 742	GM	396 984	36,8	-60,8	38,1	33,8	18,2
Total É.-U.	1 811 457	Total É.-U.	2 495 004	Total É.-U.	1 178 742	37,7	-52,8	93,2	83,3	54,1
Honda	86 447	Honda	274 908	Honda	430 209	218,0	56,6	4,5	9,3	19,7
Toyota	20 859	Toyota	211 082	Toyota	571 403	911,9	170,7	1,1	6,0	26,2
Suzuki (CAMI)	660	Suzuki (CAMI)	15 079	Suzuki (CAMI)	0	2 184,7	-100,0	0,0	0,5	0,0
Total Japon	107,966	Total Japon	501 069	Total Japon	1 001 612	364,1	99,9	5,6	16,7	45,9
Volvo	8 004	Volvo	0	Volvo	0	- 100,0	-	0,4	0,0	0,0
Hyundai	14 780	Hyundai	0	Hyundai	0	- 100,0	-	0,8	0,0	0,0
Total autres	22 784	Total autres	0	Total autres	0	- 100,0	-	1,2	0,0	0,0
Total général	1 942 207	Total général	2 996 073	Total général	2 180 354	54,3	-27,2	100,0	100,0	100,0

Total É.-U Total Japon Total autres	Part % en 1989	Part % en 1999	Part % en 2017
	Volvo 0,4 Hyundai 0,8	Honda 9,2 Toyota 7,0 Suzuki, 0,5	Honda 19,7 Toyota 25,1
	Honda 4,5 Toyota 1,1 Suzuki 0,0		
	Chrysler 24,7 Ford 30,4 GM (CAMI) 38,1	Chrysler 26,6 Ford 22,9 GM (CAMI) 33,8	FCA 24,1 Ford 11,6 GM 18,1

Cercles, en partant du sommet, de gauche à droite

1,2
93,2
5,6

83,3
16,7

54,1
45,9

Source : Desrosiers Automotive Consultants/JAMA Canada/Ward's

image p. 8/8

JAMA Japan Automobile Manufacturers Association, Inc.

[dans le cercle]

92,3 % 5,9 % 1,7 %

La vraie nature du marché japonais de l'automobile

[à la droite du cercle]

92,3 %	Jusqu'à 2 000 cm ³
10	Modèles de fabricants américains
117	Modèles de fabricants européens
5,9 %	2 001 – 3 000 cm ³
6	Modèles de fabricants américains
69	Modèles de fabricants européens
1,7 %	Plus de 3 000 cm ³
8	Modèles de fabricants américains
103	Modèles de fabricants européens
	Ventilation du marché intérieur japonais des voitures de tourisme selon la catégorie de véhicules (cm ³) et le nombre de modèles importés (2015)

Nombre de concessionnaires de véhicules américains et européens au Japon

1 500			
1 200			
900		Hausse 72 %	1 300
600		755	
620	Baisse 74 %		
	159		
1996	2013	1996	2013
	Concessionnaires E.-U.	Concessionnaires européens	

[vertical] Millions de yens

35 000
30 000
25 000
20 000
15 000
10 000

5 000

[carré rouge à droite]

Investissements dans la publicité des fabricants d'automobiles américains et européens au Japon (2009-2013)

Internet	Magazines	Journaux
Radio	Télévision	