

Transport routier

Le secteur du transport routier comprend la construction d'automobiles, de camions et de remorques, la fabrication de pneus et de composants, les concessions de vente au détail, les garages, les pièces de rechange et les accessoires, ainsi que le matériel d'approvisionnement et de service.

Contexte international

Le secteur du transport routier se mondialise de plus en plus avec un marché mondial annuel de 48 millions de véhicules automobiles, dont environ 17 millions sont construits au Japon et en Asie du Sud-Est, 15 millions en Europe de l'Ouest et 12 millions en Amérique du Nord.

Depuis le début des années 90, les ventes de véhicules ont chuté en raison de la persistance de la récession économique mondiale. Il en est résulté une vive concurrence qui s'intensifie tant pour les fabricants de pièces que pour les constructeurs. Le transfert, de l'Amérique du Nord vers le Japon et l'Asie du Sud-Est, de la part du marché mondial qui s'est opéré au cours des dix dernières années a suscité des tensions commerciales internationales auxquelles les constructeurs réagissent de plusieurs façons. Parallèlement, les changements survenant sur le marché mondial, notamment sur les nouveaux marchés tels que la République populaire de Chine, l'Europe de l'Est et l'Amérique latine, offrent des possibilités aux entreprises canadiennes.

Les ententes commerciales internationales modifient les points de comparaison entre les pays étant donné que les tarifs sont à la baisse à la suite des négociations du GATT et chaque fois que des accords de libre-échange sont négociés. Les barrières commerciales devraient continuer de disparaître, ouvrant de nouveaux marchés aux sociétés canadiennes, ajoutant de nouvelles pressions aux multinationales et amenant ces dernières à consolider leurs opérations.

Le secteur du transport routier doit relever plusieurs défis, entre autres la mondialisation de l'économie, les transferts des centres de production, les modifications aux régimes des tarifs, les changements techniques, les réglementations écologiques ainsi que la consolidation des sociétés de

fournisseurs. Ces pressions l'amènent à rationaliser ses activités, à former des regroupements stratégiques pour réduire ses coûts et à accroître sa compétitivité. Le secteur nord-américain a donc converti sa production de masse en une production plus rationnelle, le sous-secteur des pièces se retrouvant avec une structure en deux paliers. Les fournisseurs du palier supérieur fournissent un service complet, incluant des compétences intégrées techniques et de R-D. Les fournisseurs du palier inférieur commercialisent leurs compétences auprès des premières, dont certaines ont déjà été des concurrentes. Ces phénomènes créent un secteur beaucoup plus orienté vers la clientèle : la qualité, le coût, la livraison et le service au consommateur deviennent la clé du succès.

Les États-Unis demeurent de loin le marché le plus important des sociétés canadiennes de ce secteur. Plus de 80 p. 100 des véhicules et des pièces fabriqués au Canada sont destinés aux États-Unis. Ayant fonctionné dans le cadre du Pacte de l'automobile, soit un contexte de libre-échange, les sociétés canadiennes considèrent le marché des États-Unis comme faisant partie de leur marché « intérieur ».

Au Japon, la forte croissance économique a fait place à un ralentissement alors que le marché intérieur et les profits des sociétés ont diminué. En outre, le Japon n'a pas été à l'abri de la rationalisation. Les chaînes de propriété japonaise qui ont été un puissant stimulant de ce processus international de rationalisation des activités détiennent maintenant près de 30 p. 100 du marché nord-américain des voitures. Au même moment, ces sociétés ont établi d'importantes installations de production en Amérique du Nord, qui représentent environ 16 p. 100 de la capacité totale, et d'importantes installations de fabrication de pièces.