

HINO

Marque internationale
pour tous les clients

Cares



Nouveau contenu : « L'histoire de Hino »

Nous démarrons avec ce numéro une nouvelle série consacrée à « L'histoire de Hino ». Dans ce premier article, nous présentons les intentions contenues dans les logos successifs de Hino. Autrement dit, « l'ADN imprimé dans le logo ».



Une quête sans fin pour développer des technologies plus sûres

Takahiro OHTAKE
Ingénieur en chef
Division Conception des produits / Bus



A mesure que la société progresse et que les pays se développent, les personnes et les marchandises sont de plus en plus mobiles. Le rôle des bus et des camions devient de plus en plus important, et il n'est pas exagéré de dire que le transport est aujourd'hui une composante fondamentale de l'économie. Hino a adopté comme mission de « contribuer à rendre le monde plus agréable à vivre en aidant les personnes et les marchandises à aller là où ils doivent aller ». C'est dans ce but que nous nous efforçons de développer des produits toujours plus performants. Hino est fier de fabriquer des véhicules qui facilitent la vie des gens, et travaille au quotidien à développer des produits toujours meilleurs.

Hino a développé la série de bus S'elega afin de répondre aux besoins de l'industrie japonaise du tourisme et du voyage. Après un changement complet de modèle en 2005, des améliorations ont sans cesse été apportées par la suite. « Différents facteurs, à commencer par l'augmentation du nombre de touristes étrangers au Japon, ont entraîné une augmentation de nos commandes, qui dépassent aujourd'hui notre capacité de production », explique Takahiro Ohtake, l'ingénieur en chef en charge du développement des bus à la Product Planning Division. M. Ohtake a consacré ses 35 ans de carrière chez Hino à la conception et à la mise au point de ces véhicules.

M. Ohtake nous explique pourquoi le S'elega remporte un tel succès.

« Il y a un certain nombre de raisons. La première est l'absence de différence de niveau entre le couloir et le plancher sous les sièges, ce qui permet aux passagers de s'asseoir facilement. Une deuxième raison est l'espace luxueux créé par la forme ondulée du plafond et l'éclairage LED. Enfin, le compartiment bagages a été agrandi grâce à l'adoption d'un nouveau système de conditionnement d'air dénué du moteur auxiliaire qui était logé dans ce compartiment sur les modèles précédents. On peut penser que ce sont là les trois raisons principales qui expliquent ce succès ».

L'un des points les plus importants dans la conception des bus est de rendre le véhicule aussi confortable que possible. Les efforts incessants de Hino pour améliorer le confort lui ont permis de gagner la confiance d'une vaste clientèle, ce qui explique le succès de cette série sur le long terme. Mais si le confort est un élément-clé, la série

S'elega met aussi l'accent sur la sécurité.

« Un bus est un véhicule qui transporte de nombreuses vies humaines. Nous travaillons sans cesse à développer des technologies qui permettent de rendre le voyage encore plus sûr », explique M. Ohtake.

La sécurité de la série S'elega a été progressivement améliorée au fil des versions. Par exemple, M. Ohtake explique que le S'elega a été le premier véhicule commercial du Japon à adopter le système de sécurité PCS (Pre-Crash Safety System)¹⁾. Ce système, adopté à partir du modèle 2012, permet de réduire les dommages en appliquant un freinage en continu jusqu'à l'immobilisation complète du véhicule. Une autre fonction destinée à prévenir les collisions a été ajoutée sur le modèle 2014. Lorsque le système détecte devant le bus un véhicule roulant à



Structure à plancher plat

une vitesse inférieure, il produit une alarme sonore et applique un freinage léger. Si, malgré cela, le bus continue de se rapprocher du véhicule de devant, le système applique automatiquement un freinage plus puissant. Deux autres fonctions destinées à améliorer la sécurité ont également été adoptées à partir du modèle 2014.

La première est le système « Driver monitor », qui permet de surveiller le visage et les yeux du conducteur et de le prévenir en cas de baisse d'attention. L'autre est le « Lane departure warning system », qui utilise des caméras pour surveiller la position du bus par rapport à son couloir de circulation. Si le bus s'écarte de ce couloir, le système alerte le conducteur à l'aide d'une alarme sonore et d'un affichage sur le tableau de bord. En outre, pour éviter d'effrayer les passagers, ce système utilise une alarme sonore directionnelle qui est facilement audible par le conducteur mais pas par les passagers. Ces fonctions, associées à d'autres visant au confort des passagers et aux performances environnementales et de consommation, sont juste quelques-uns des exemples qui montrent comment le S'elega continue d'évoluer pour rester à la pointe de l'industrie.

¹⁾ "Pre-Crash Safety System (PCS)" est une marque de Toyota Motor Corporation.

En conclusion de cet interview, M. Ohtake explique que la réglementation en vigueur au Japon en matière de sécurité et d'environnement est de plus en plus sévère, et que les performances exigées des véhicules sont de plus en plus élevées. « Chez Hino, nous cherchons à développer des véhicules qui offrent des performances supérieures aux exigences réglementaires, en ayant toujours en vue les standards à venir. La plupart des technologies adoptées sur le S'elega sont le fruit de cette philosophie de développement par anticipation. Certaines de ces technologies peuvent être adoptées sur des bus qui circulent à l'étranger, mais je pense que, nulle part ailleurs, vous ne verrez des véhicules équipés de l'ensemble de ces technologies ».

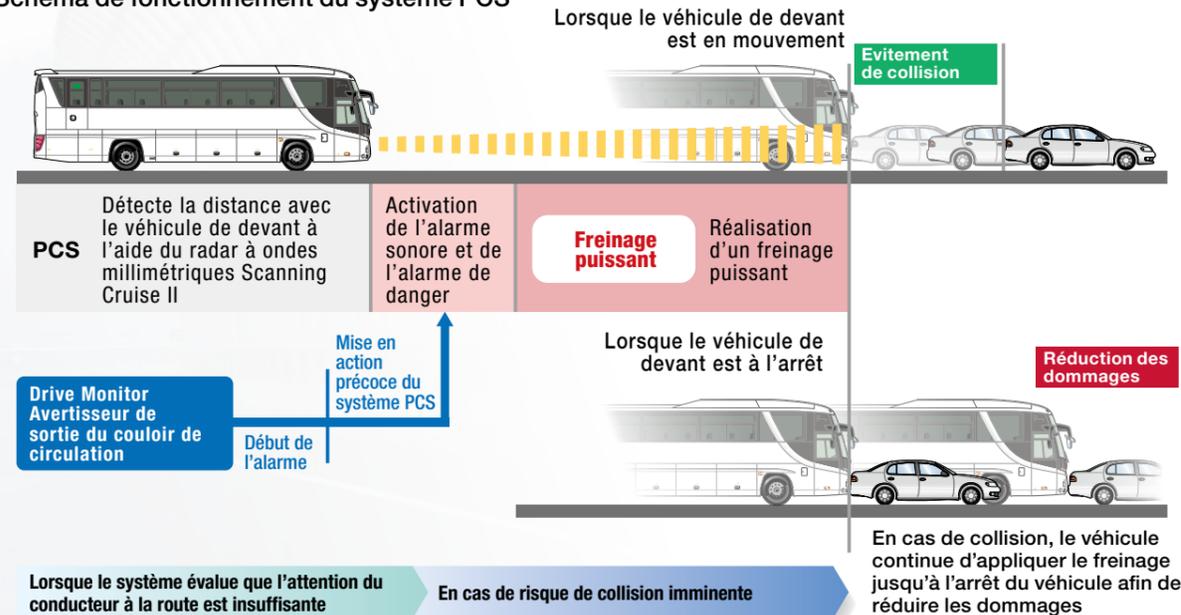


Drive Monitor



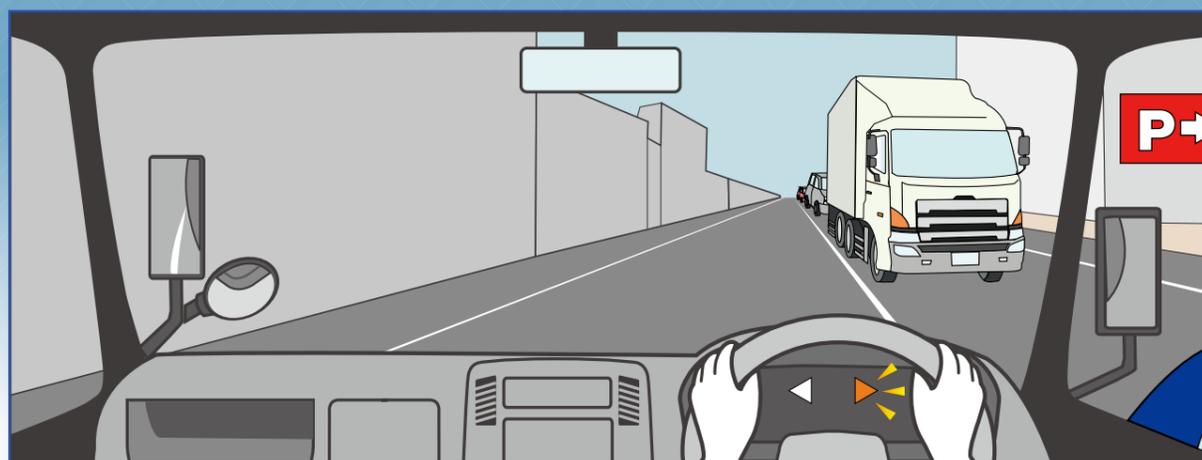
Avertisseur de sortie du couloir de circulation

Schéma de fonctionnement du système PCS



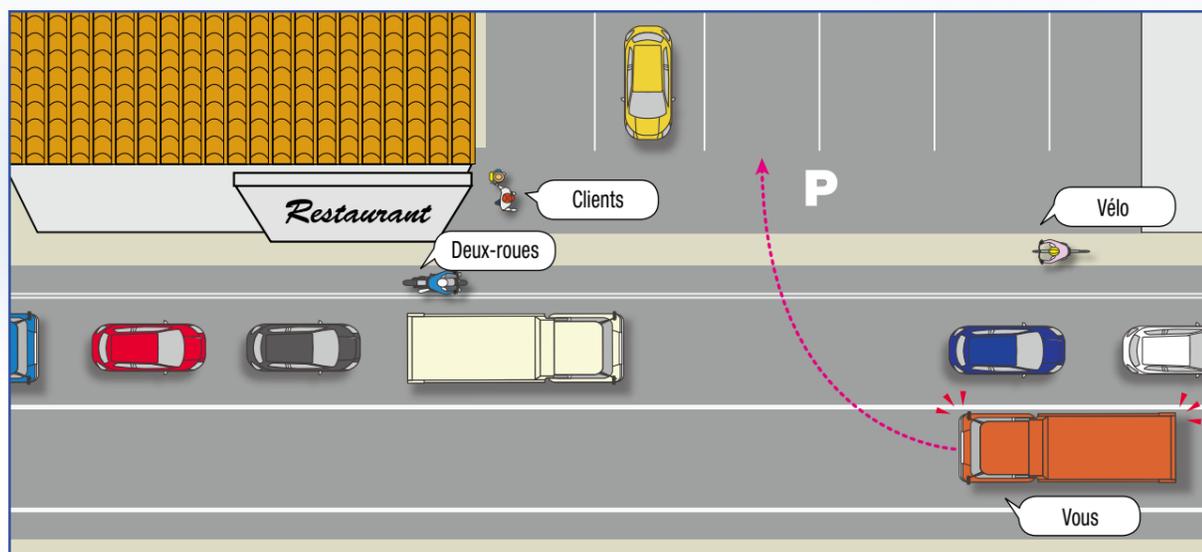
La priorité no.1 : une conduite sûre

La responsabilité sociale des conducteurs est de ne pas provoquer d'accidents et de conduire en permanence de façon sûre. Dans tous les pays du monde, HINO incite activement ses clients à respecter les points importants pour une conduite sûre au quotidien. Dans ce magazine également, nous présentons sous forme de série les « techniques de conduite sûre », afin de contribuer aux bonnes habitudes de conduite de chacun.



Cas d'une route embouteillée

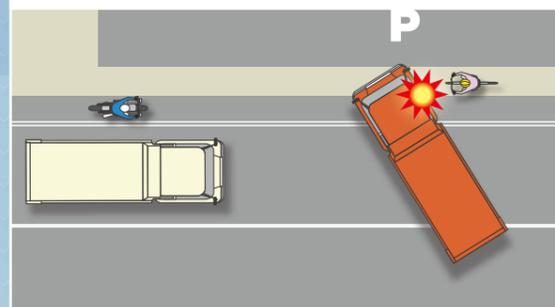
Vous roulez en camion sur une route à deux voies (une voie dans chaque sens). C'est le midi, et la voie opposée est embouteillée. Cherchant à accéder au parking d'un restaurant situé de l'autre côté, vous voulez tourner à droite. Le véhicule sur la voie opposée vous laisse le passage. D'après vous, quels dangers se cachent-ils dans une telle situation ?



Exemples de dangers qui se cachent dans une telle situation

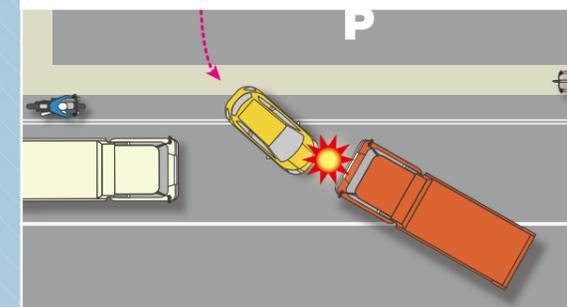
1

Un deux-roues peut surgir de derrière la file de véhicules sur la voie embouteillée. Si vous le remarquez trop tard, vous risquez de le percuter.



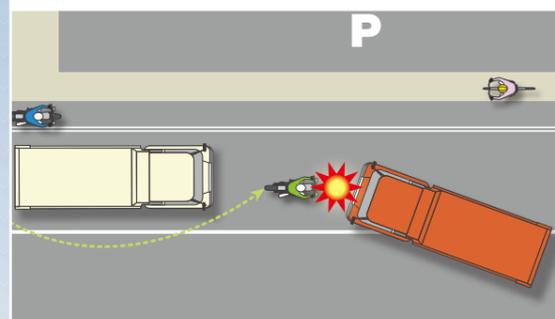
3

Si une voiture sort subitement du parking du restaurant lorsque vous tournez à droite avec votre camion, vous risquez de vous retrouver nez à nez avec elle et de la percuter.



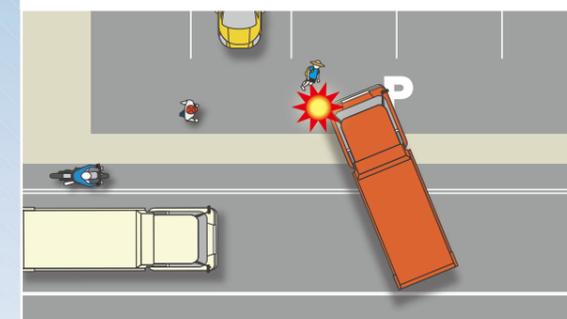
2

Une moto peut surgir de l'arrière de la file à l'arrêt, en se faufilant entre les véhicules, et vous risquez de la percuter avec votre camion.



4

Le midi, le restaurant est fréquenté par de nombreux clients. Si des enfants venus avec leur famille, échappant momentanément à la surveillance de leurs parents, surgissent brusquement sur la route, vous risquez de les percuter avec votre camion.



Pour éviter ces dangers

Si le véhicule en face vous laisse passer, vous avez tendance à penser « il faut que je libère rapidement cette route », et vous risquez de ne pas être attentifs aux éléments autres que le véhicule en face. Lorsqu'on traverse une file de véhicules arrêtés sur une voie embouteillée, il faut toujours marquer un temps d'arrêt et bien regarder des deux côtés. S'il y a deux voies sur la chaussée opposée, il faut marquer un temps d'arrêt au niveau de chaque voie. Dans le cas de parkings d'établissements rassemblant un grand nombre de personnes,

il faut être attentif, en plus des véhicules, aux personnes qui peuvent surgir brusquement.

Tels sont les dangers des « routes embouteillées ». Mais il est possible d'éviter ces dangers en faisant preuve d'une bonne capacité de prévision. Pour prévenir les accidents, il est important de conduire en étant très vigilant, et en imaginant les différents dangers, afin de ne pas regretter et se dire « ah, si j'avais agi de la sorte à ce moment-là... »

* Cette illustration correspond au cas des pays où l'on roule à gauche.

L'ADN imprégné dans le logo Hino

Depuis sa fondation en 1942, Hino a tissé des liens durables avec de nombreux clients à travers le monde grâce à sa philosophie « Le client d'abord ». Si l'engagement de Hino pour sa clientèle n'a pas varié d'un pouce, le logo arboré par les véhicules a évolué avec le temps. Nous vous en présentons ici l'histoire.

L'histoire de HINO

1947-1965



Ce logo a été adopté sur les premiers modèles de camions Hino, tels que le T11 ou les camions-bennes de la série ZC (6x6), utilisés en particulier pour la construction de barrages.

1950-1960



Ce logo est à l'origine de tous les « logos à ailes » qui ont suivi. La structure à capot avant du camion TH10 et du bus BH10 sur lesquels il a été adopté offrait une place limitée pour le logo, ce qui explique le choix de cette forme à ailes courtes.

1952-1960



Les ailes sont plus marquées sur ce logo, dont la forme générale est courbée afin de permettre la fixation sur le capot avant des camions TH et des bus BH.

1953-1963



Ce logo a été adopté sur les véhicules assemblés et commercialisés au Japon à partir de 1953 dans le cadre d'un partenariat entre Hino et la régie Renault.



1954-1962

Ce logo a été adopté sur les camions-bennes de la série ZG, spécialement développée pour les travaux de construction. La forme robuste en « H » symbolise la puissance de ces poids lourds.

1961-1964



Ce logo a été utilisé sur la Contessa 900, un véhicule de tourisme développé par Hino. Il est caractéristique avec son design qui rappelle une grille de radiateur.

1952-1989



Logo à ailes : le logo « culte » de Hino. Utilisé au début sur les bus de grande taille destinés au marché japonais, il a par la suite été adopté pendant 37 ans sur tous les camions et bus Hino, au point de devenir le « symbole de la marque Hino ».

1961-1964



Ce logo a été adopté sur la petite camionnette Briska 900. Il date d'une époque où Hino cherchait à être présent sur le marché des petits utilitaires et des véhicules de tourisme, tels que la Contessa.

1960-1962



Ce logo a été adopté sur le Commerce, une camionnette commerciale à moteur à l'avant et à traction AV lancée en 1960. L'architecture du véhicule offrant une place suffisante pour le logo, l'accent a été mis sur le design, avec des ailes allongées de chaque côté.

1963-1967



Ce logo a été adopté sur le KM300, le premier camion de taille intermédiaire de Hino, ainsi que sur la série de bus à cabine avancée BM. Il se caractérise par la position légèrement surélevée de l'inscription « Hino » par rapport aux ailes.

1960-1968



Ce logo a été créé pour le TE10, un camion multi-usages à capot avant de 6,5 tonnes. Le design, avec l'inscription Hino surmontée d'une silhouette carrée, rappelle le logo de la série TH, dont ce modèle à capot avant est le successeur.

1964-1967



Ce logo a été utilisé sur le coupé Contessa 130, qui a reçu de nombreux prix au niveau international. La couleur or symbolise le caractère spécial du coupé Contessa.

1965-1967



Ce logo a été adopté sur la camionnette Briska 1300, qui a fait ses débuts en 1965. Il met en scène trois étoiles et quatre lignes verticales placées au-dessus et en dessous de l'inscription "Hino".

1964-1969



Ce logo a été adopté sur le ZM100, le premier camion 6x4 de plus de 10 tonnes de Hino, et sur le tracteur semi-remorque 6x4 HF100. Les lignes élégantes réalisent un design vivant qui laisse une forte impression.

1967-1971



Ce logo a été adopté sur la première version du HE300, le modèle qui a jeté les bases des futurs tracteurs semi-remorque 4x2 à cabine avancée. Le design est plus carré que les précédents, tout en conservant l'esprit des logos à ailes.

1964-1967

Ce logo a été utilisé sur la berline Contessa 1300, dessinée par Giovanni Michelotti. L'accent a été mis sur le design pour aller de pair avec les formes élégantes de la carrosserie.



1969-1970



Ce logo a été adopté sur différents véhicules, dont le camion TC300, qui constitue une évolution du TC10. A cette époque, Hino apportait un grand soin au design des cabines, et le logo reflète ce souci de la perfection.

1989-1994



Ce logo, inspiré du précédent qui avait été utilisé depuis 1971, a été adopté sur les camions de taille intermédiaire. C'est le dernier logo à ailes utilisé sur les camions de ce segment.

1992-1994



Ce logo, qui a été utilisé sur les camions de forte puissance sortis en 1992, est le dernier logo à ailes.

1



2



3



4



5



6



Au sujet des logos de la page de couverture

- 1 1966 / Adopté sur le bus à capot avant BH15
- 2 1962 / Adopté sur la Contessa 900 Sprint
Logo rare utilisant l'inscription Hino en "katakana" japonais
- 3 1967 / Adopté sur la Contessa 1300 Coupé
- 4 1961 / Adopté sur le triporteur Hustler
- 5 1953 / Adopté sur la 4 CV Hino-Renault
- 6 1961 / Adopté sur la Contessa 900

De 1994 à nos jours

Ce nouveau logo a été adopté en 1994 lorsque Hino a renouvelé son design de "corporate identity". Le logo, tout en reprenant le "H" de Hino, exprime le dynamisme et le potentiel d'innovation et de croissance de l'entreprise alors que celle-ci relève de nouveaux défis pour l'avenir. Il représente également un soleil qui se lève sur l'horizon. Les courbes qui se font face de chaque côté symbolisent l'harmonie entre les technologies avancées de Hino et l'environnement, mais aussi l'aspiration de l'entreprise à un développement soutenu. Les deux flèches que l'on peut également voir dans ce logo symbolisent le désir immuable de l'entreprise, en tant que constructeur de poids lourds et de bus, de garantir avant tout la sûreté de ses véhicules. Depuis 1994, ce logo est adopté sur la totalité des véhicules commercialisés.



Fabuleux Japon : Le lieu de naissance de Hino

File 8 : Coupe-ongles

Alors que les touristes étrangers sont de plus en plus nombreux à visiter le Japon, voici une donnée intéressante. Il y a un produit qui apparaît toujours dans les classements du type « Les 10 souvenirs du Japon les plus choisis par les étrangers », « Les produits japonais qui émerveillent les étrangers » ou « Les produits japonais qu'il faut acheter en priorité lors d'un voyage au Japon ».

Avez-vous une idée de ce que c'est ? La réponse est le « coupe-ongles ». Le coupe-ongles est probablement un ustensile de la vie quotidienne qui vous est très familier. Mais pourquoi les coupe-ongles japonais émerveillent-ils les étrangers et ont-ils autant de succès en tant que souvenirs ? Voici quelques commentaires extraits des sources de données : « Avant tout, les coupe-ongles japonais coupent bien » ; « C'est un coupe-ongles tout à fait ordinaire, mais mon mari américain a trouvé qu'il coupait vraiment bien et, depuis, il ne veut plus que des produits japonais ! » ; « Les coupe-ongles japonais sont de très bonne qualité. Les ongles coupés ne s'éparpillent pas, mais restent dans l'appareil. Il suffit de les jeter en une fois à la fin » ; « Les coupe-ongles étrangers sont souvent de type pince coupante et les ongles coupés s'éparpillent. Mais les coupe-ongles japonais comportent un capot qui recueille les ongles coupés, et de nombreux étrangers trouvent cela très commode », etc.

Il semblerait donc que les deux grandes raisons du succès soient la propreté de coupe et le fait que les ongles coupés ne s'éparpillent pas. Les coupe-ongles de type pince coupante dotés d'un capot empêchant les ongles de s'éparpiller sont assez rares dans le monde. En particulier, les coupe-ongles équipés d'une loupe, qui ont beaucoup de succès ces dernières années, sont imprégnés de l'esprit omotenashi (hospitalité et service), et on peut dire que c'est un exemple de produit qui incarne les « attentions à la japonaise ».

爪
切
り

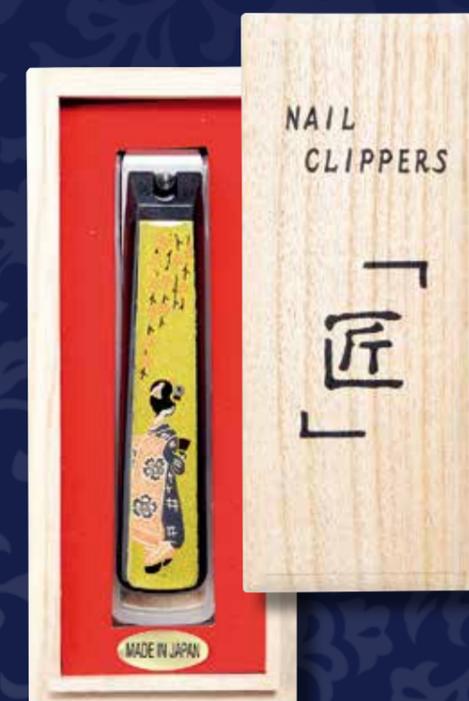


Coupe-ongles Kershaw « leaf type », avec étui en cuir
Épaisseur : à peine 3,5 mm

Il existe de nombreux fabricants de coupe-ongles représentatifs du Japon. Parmi ceux-ci, « Kai » a une histoire de plus d'un siècle. Aujourd'hui, Kai est une entreprise mondiale qui fabrique et commercialise des articles d'usage quotidien (ustensiles de cuisine, matériels pour soins de beauté, etc.), mais aussi des équipements à usage médical ou des ustensiles tranchants à usage professionnel. L'esprit de développement qui prévalait au moment de la fondation de l'entreprise, à savoir créer, sur la base d'un savoir-faire artisanal de tout premier plan, des outils ancrés dans la vie quotidienne, n'a pas varié d'un pouce. Il existe de nombreux types de coupe-ongles Kai : « type feuille? » (*leaf type*), d'une épaisseur d'à peine 3,5 mm (record mondial), type à loupe décrit ci-dessus, etc. Mais tous émerveillent les utilisateurs par leur propreté de coupe et leur facilité d'utilisation.



Et dans le domaine du haut de gamme, il semble que le « coupe-ongles Maki-é », décoré de *maki-é* traditionnels, connaisse un grand succès ces derniers temps auprès des touristes étrangers. Le *maki-é* est un artisanat traditionnel du Japon. Cette technique consiste à dessiner des motifs sur la surface à décorer avec de la laque, etc., puis à saupoudrer et à fixer de la poudre de couleur (or, argent, étain, etc.). Nul doute que, vous aussi, si vous avez en main l'un de ces coupe-ongles décorés de *maki-é*, dont chaque exemplaire est créé à la main par un artisan, vous aurez très envie d'en acheter un !



Coupe-ongles avec loupe « Sekimagoroku »
La loupe permet de bien voir l'extrémité des lames.



Les coupe-ongles que nous présentons ici ne constituent qu'une petite partie de ce qu'on peut trouver au Japon. Si vous avez l'occasion de faire du tourisme dans ce pays, pourquoi ne pas ramener différents types de coupe-ongles en tant que souvenirs ?

Sources :

- « Les produits japonais qui émerveillent les étrangers » (3. Vie quotidienne, Hatsugen Komachi, Yomiuri Online (Yomiuri Shimbun))
- « Les 10 souvenirs du Japon les plus choisis par les étrangers », 12 points à lire (12 choses à savoir) avant d'acheter un cadeau
- « Les produits japonais que les touristes chinois recommandent comme devant être achetés en priorité lors d'un voyage au Japon », Livedoor News

Demande de coopération pour l'enquête HINO Cares

Nous vous remercions d'être un fidèle lecteur de HINO Cares. Afin de nous permettre d'améliorer le contenu de notre magazine et de fournir des informations utiles à tous les lecteurs, nous vous demandons de bien vouloir nous donner vos impressions sur ce magazine.

Après avoir imprimé la présente page et répondu au questionnaire, merci d'envoyer le document par fax à la rédaction de HINO Cares, ou bien d'envoyer une version scannée ou une photo à l'adresse e-mail suivante :

- Adresse e-mail : marketing@hino.co.jp
- Fax : +81-42-586-4172

**Un coupe-ongles Kai
présenté dans Cool Japan
sera offert à 10 personnes
tirées au sort parmi les
lecteurs ayant répondu au
questionnaire.**

Photo du coupe-ongles



* Le choix du cadeau sera confié à la rédaction.

Nom de votre entreprise	
Votre nom et votre titre	
Votre adresse	

- Votre avis sur les articles du numéro 29 de *Hino Cares*.
- *Merci de cocher la case correspondante pour chaque article.*

Article \ Ton opinion	Très bon ou très intéressant	Bon ou intéressant	Ni bon ni mauvais	Mauvais ou pas intéressant
La technologie Hino				
Techniques de conduite sûre				
L'histoire de Hino				
Cool Japan (coupe-ongles)				

- Il peut arriver que les documents scannés ou photographiés soient difficiles à lire. Avant d'envoyer le document par mail, merci de vérifier que les informations sont bien lisibles.

*Merci de bien vouloir répondre
au plus tard le 30 novembre 2016.*



Hino Motors, Ltd.
3-1-1 Hinodai, Hino-shi, Tokyo, 191-8660, Japan



Pour lire les magazines HINO Cares en ligne, scannez ce code-barres 2D grâce à votre smartphone ou accédez à http://www.hino-global.com/about_us/hino_magazines/

Site mondial : <http://www.hino-global.com>

©Hino Motors, Ltd. Tous droits réservés. Aucune partie de cette publication ne peut être reproduite, copiée ou transmise, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit.

Imprimé au Japon