

Cares



Alors que Hino fête son 75ème anniversaire, le président Yoshio SHIMO présente une nouvelle vision d'entreprise, destinée à faire en sorte que Hino continue d'être la marque dont les clients ont besoin.



Continuer de relever des défis pour être une marque offrant encore plus de valeur

Yoshio Shimo

President and Representative Director
Hino Motors, Ltd.

En 2017, Hino a fêté le 75^{ème} anniversaire de sa fondation. En trois quarts de siècle, l'entreprise a grandi au point d'être aujourd'hui présente dans 87 pays et régions, tout en bénéficiant au Japon, depuis 44 ans, de la plus grande part de marché dans le secteur des camions de forte et moyenne capacité.

« Hino tel qu'il existe aujourd'hui est le résultat du labeur et de la passion de nos prédécesseurs, mais aussi de toutes les personnes impliquées dans nos opérations. Ce que nous pouvons faire avec fierté et confiance, c'est hériter de cette marque Hino et travailler à accroître encore sa valeur pour la transmettre aux générations suivantes ».

Ainsi parle le président de Hino M. Yoshio Shimo, qui a pris la tête de l'entreprise en 2017. Après avoir rejoint Hino en 1981, M. Shimo a travaillé en particulier comme ingénieur de conception des bus et comme chef de projet pour le développement des camions à capot avant (NAPS). Au fil de sa carrière dans l'entreprise, il a successivement occupé les postes de Senior Vice President de Hino Motors Sales USA, de Directeur général de la Division Planification des opérations à l'étranger et de Directeur général de la Division Amérique du Nord, avant de devenir administrateur en 2011, administrateur gérant en 2012 et administrateur gérant délégué en 2015. Avant sa nomination au poste de président, il a travaillé pendant un an chez Toyota Motor Corporation comme administrateur gérant en charge de la stratégie globale du groupe (alliances, etc.). M. Shimo est également le premier président issu du « sérail » depuis que Hino est devenu une filiale du groupe Toyota en 2001.

Pour marquer le 75^{ème} anniversaire et mettre l'entreprise dans la perspective du centenaire, M. Shimo a présenté un nouveau slogan : « Des camions et des bus qui en font plus ». Il nous a expliqué la signification de ce slogan et la philosophie qui se trouve en arrière-plan.

« Les camions et les bus aident à satisfaire les besoins de la société en même temps qu'ils doivent être en harmonie avec elle. Il est très important pour nous de réaffirmer cela et de le mettre en oeuvre à travers le monde. En tant qu'éléments qui permettent la production, en tant qu'« outils » utiles et efficaces, il est important que nos camions et nos bus soient exploités avec un ratio aussi proche que possible de 100%. Pour cela, nous devons fabriquer des véhicules qui soient sûrs et qui ne tombent pas en panne ; nous devons développer des technologies qui permettent d'alléger les véhicules et d'accroître la capacité de charge ; nous devons améliorer le rendement des véhicules en réduisant leur consommation et contribuer à la maximisation du ratio d'exploitation grâce à la maintenance préventive et à des réparations plus rapides. Mais ce n'est pas tout. Il est également important qu'en tant que « Team Hino », nous adoptions une perspective consommateur pour réfléchir à la façon dont nous pouvons fabriquer "des camions et des bus qui en font plus", et le mettre en oeuvre ensuite dans la pratique ».

M. Shino explique que la première chose à faire est de faire évoluer l'approche "Soutien Global" (Total Support) actuelle en une approche "Soutien Global individualisé pour chaque véhicule".

« Aujourd'hui, il y a environ 1,6 million de véhicules Hino en circulation dans le monde. Chacun d'eux diffère au niveau de l'environnement et du mode d'utilisation. Cela veut dire qu'il doit y avoir une approche Soutien Global spécifique, optimisée, pour chacun de ces véhicules. Autrement dit, s'il y a 1,6 million de véhicules de par le monde, cela veut dire que nous devons offrir 1,6 million de types différents de Soutien Global. C'est cela, le « Soutien global ultime ». En faisant en sorte que chaque véhicule de chaque client soit entretenu de façon optimale, nous contribuons aux activités de nos clients. Ce faisant, nous fournissons une base encore plus solide pour le transport des personnes et des biens, ce qui permet finalement à Hino de réaliser une contribution large et significative à la société. C'est pourquoi nous devons non seulement fabriquer de bons produits et offrir un Soutien Global qui permette de maximiser le ratio d'utilisation des véhicules, mais aussi relever de nouveaux défis pour mettre à profit notre monde toujours plus connecté et trouver de nouveaux domaines permettant de mieux servir nos clients et le monde ».

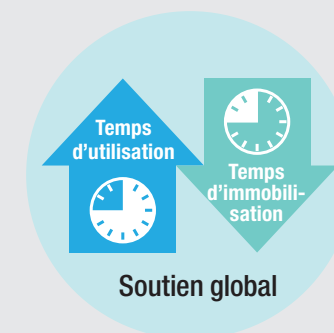


New slogan

“Trucks and buses that do more”



Bons produits



Soutien global



Réseaux reliant les clients et la société

Domaines d'action classiques centrés sur les véhicules

Nouveau domaine

M. Shimo a ensuite abordé quelques points qu'il faut avoir présents à l'esprit lorsqu'on explore de nouveaux moyens de soutien à la clientèle et à la société.

« Alors que nous travaillons à améliorer encore le Soutien Global, nous ne devons jamais oublier l'importance des activités adaptées aux différents pays et régions. En plus de notre approche actuelle consistant à créer « des véhicules adaptés à chaque région », nous devons promouvoir davantage le « Soutien global adapté à chaque région », qui prend en compte les points de vue des utilisateurs dans les différents pays et régions ainsi que la façon dont chaque véhicule est utilisé. Pour cela, il sera de plus en plus important de promouvoir le développement du personnel Hino et de ses équipes ».

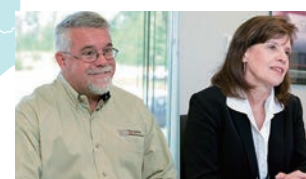
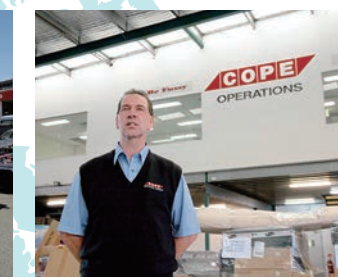
M. Shimo est persuadé que les hommes et les femmes qui sont derrière Hino constituent la véritable source d'énergie de la marque et qu'il est crucial de continuer à développer les superbes ressources humaines du groupe.

« Une question cruciale est de savoir comment bâtir une relation solide avec les clients. Aujourd'hui, cette question est abordée non seulement par les constructeurs automobiles, mais aussi par un grand nombre d'entreprises. Nous devons surtout éviter de penser que ce que nous faisons chez Hino est la meilleure et la seule façon de faire les choses. Nous devons avoir une approche humble dans notre travail et être prêts à apprendre de l'extérieur de l'entreprise afin de rechercher et d'adopter ce qui est le meilleur pour nos clients. Pour cela, je veux que nous travaillions à développer des talents qui soient capables de penser en dehors des cadres existants, de faire preuve d'innovation et de répondre de façon appropriée aux changements rapides de notre époque. En tant qu'entreprise, je souhaite que nous établissions un système qui reconnaisse l'importance du fait de relever les défis plutôt que d'éviter les erreurs et de maintenir le statu quo ».

M. Shimo prône une approche active basée sur les défis. Il considère en effet que c'est essentiel pour continuer d'être une marque qui apporte à la clientèle et à la société les valeurs qu'elles attendent.

« Le monde est et continuera d'être de plus en plus connecté via les réseaux. C'est quelque chose qui apportera davantage de commodité, mais aussi de nouveaux défis. Nous devons relever fièrement ces défis et apporter aux utilisateurs ce dont ils ont réellement besoin. Cela peut passer par des domaines et des solutions qui vont au-delà du simple fait de fabriquer de bons produits. Cela peut demander que nous travaillions d'une façon qui exige de nouveaux modes de pensée. Mais ce qui ne changera jamais, c'est le fait de continuer à observer nos clients et de chercher à être le meilleur partenaire possible en soutenant leurs activités et leurs véhicules Hino, tout en contribuant à un monde meilleur ».

Hino voit le chemin qu'il doit emprunter.



Total Support customized for each vehicle

Calinog Bus Line (CBL) /

Mr. Quirino Celeste Jr., Président du conseil d'administration
Ms. Maria Rose Celeste, Présidente



Nous sommes devenus accros des performances des bus Hino.

Calinog Bus Line (CBL) est une compagnie de cars qui offre des services de transport public entre Iloilo City et Calinog Town sur l'île de Panay. « Mes parents ont démarré la compagnie en 1968 avec un seul car. J'ai repris l'entreprise en 1978, et nous avons actuellement une flotte de 32 véhicules, y compris nos bus Hino », explique M. Celeste. Celui-ci gère aujourd'hui l'entreprise avec son épouse, qui en est la présidente. « J'ai commencé à être impliquée dans l'affaire quand nous nous sommes mariés en 1984 », indique Mme Celeste, qui ajoute que les cars de l'entreprise circulent toutes les 15 mn, faisant chacun quatre allers-retours par jour et parcourant une distance supérieure à 300 km. « Certaines des routes sur lesquelles nous circulons sont en mauvais état et non pavées. Cela signifie que, pour nous, la performance des bus est primordiale parce que les coûts de maintenance peuvent affecter les revenus de l'entreprise », poursuit-elle, insistant sur la nécessité d'avoir des bus capables de circuler sur de longs trajets sans tomber en panne.

« Notre relation avec Hino a démarré en 1979 avec l'achat d'un Hino KM. Ensuite, en 1996, nous avons acheté trois bus FC (à piles à combustible). Leur faible consommation et leur fiabilité ont accru notre confiance en eux, et nous sommes vraiment devenus accros à Hino. Depuis 2012, nous augmentons progressivement notre flotte de bus de cette marque, et nous en avons aujourd'hui 26 », explique Mme Celeste. En tant que fournisseur de services de transport public, la sécurité des passagers et la ponctualité du service constituent des aspects très importants. « Grâce aux performances des bus Hino, nous sommes capables d'assurer une circulation très ponctuelle à intervalles de 15 mn », explique Mme Celeste, le sourire aux lèvres.

« En plus, la maintenance nécessitée par les véhicules Hino est vraiment minimale, et nous n'avons aucun mal à obtenir les pièces dont nous avons besoin. C'est pourquoi nous sommes persuadés qu'en utilisant des bus Hino, nous pouvons encore accroître notre revenu d'activité », explique Mme Celeste. « De cette façon, nous pourrions agrandir encore notre affaire et acquérir d'autres bus Hino. Cela nous permettra d'aider davantage de gens, de faire aller davantage d'enfants à l'école, ce qui est notre rêve. C'est quelque chose qui rend ce travail vraiment gratifiant », ajoute-t-elle.



Hino Owners' Voice République des Philippines



Inland Corporation /

Mme Maria Teresa R. Antonio, Présidente

Très heureux avec Hino.

Inland Corporation a été créée en 1976 en tant qu'entreprise de courtage en douane. Au moment de sa fondation par le père de Mme Antonio, l'entreprise a démarré ses activités avec quelques camions Hino qui étaient des véhicules d'occasion importés du Japon. Mme Antonio était encore étudiante à cette époque, mais elle est venue aider son père et s'est rapidement vue confier l'ensemble de l'activité logistique. Aujourd'hui, Inland Corporation est une entreprise de logistique globale qui offre une panoplie de services dans les domaines du transport, du stockage et du stockage réfrigéré. Elle développe ses activités dans l'ensemble du pays, avec des succursales à Manille, Cebu, Laguna, etc.

« Nous avons essayé d'autres marques, mais alors que la concurrence s'intensifiait, nous avons cherché des véhicules neufs qui ne tombent pas en panne et nécessitent une maintenance minimale. C'est alors que nous avons redécouvert Hino. Nous voulions la fiabilité et les excellentes performances des produits japonais, mais aussi une entreprise qui grandisse avec nous et qui accepte de réfléchir à la façon dont elle pourrait nous aider

au niveau des moyens de transport à proposer à nos clients. Hino a été capable de faire cela », explique Mme Antonio.

Aujourd'hui, Inland Corporation possède une trentaine de véhicules Hino et prévoit d'accroître progressivement sa flotte avec des achats réguliers de véhicules Hino supplémentaires, y compris des camions réfrigérés, des camionnettes pour répondre aux besoins du commerce en ligne, etc. « D'ici trois ans, nous prévoyons d'avoir une flotte entièrement constituée de véhicules Hino. Dans nos opérations quotidiennes, la chose la plus importante est d'avoir la tranquillité d'esprit. Hino rend cela possible. Nos camions Hino parcourent une moyenne de 150 km par jour sans jamais poser de problèmes, et avec une consommation remarquablement faible. Nous sommes très heureux des performances de nos véhicules Hino », poursuit Mme Antonio.

Aujourd'hui, l'entreprise profite de son succès pour apporter une contribution à la communauté. Elle a construit une école pour subvenir aux besoins des enfants vivant dans le quartier pauvre de Tondo, où le siège de l'entreprise est situé. Mme Antonio nous a parlé avec passion des activités de contribution sociale de son entreprise :

« Le samedi, nous offrons des repas à 500 ou 600 enfants. Pour certains enfants, nous prenons en charge l'intégralité des dépenses d'alimentation, de santé et d'éducation. Nous espérons pouvoir élargir cette activité, et si possible construire un collège ».



Omnico Consortium, Inc. /

Mr. Joseph L. Chua, Président

20 ans avec Hino et toujours très satisfaits.



Fondé en 1997, Omnico Consortium, Inc. est un fabricant de béton prêt à l'emploi. Après avoir travaillé pendant deux ans comme fournisseur exclusif de Metro Manila Skyway, une autoroute urbaine de Manille, l'entreprise a assuré la fourniture du béton pour des projets d'infrastructures majeurs tels que les terminaux 2 et 3 de l'Aéroport International de Manille Ninoy Aquino ou de grandes autoroutes, ainsi que pour des immeubles de grande hauteur du centre et

de la périphérie de Manille.

« Quand j'ai démarré l'entreprise, 15 des 70 camions de notre flotte étaient des véhicules Hino d'occasion achetés à Taiwan. Depuis cette époque, nous avons continué d'acheter deux ou trois camions d'occasion chaque année à Taiwan. Et en 2017, pour la première fois, nous avons acquis des camions neufs, commandant en une seule fois 60 camions malaxeurs Hino FS », explique M. Chua.

« Quand vous faites quatre voyages par jour pour livrer du béton à des destinations dans un rayon de 25 kilomètres, il est très important d'avoir des véhicules qui soient fiables, économes en carburant et résistants. En 2000, nous avons travaillé sur un projet d'usine de traitement de l'eau. Le site de construction était dans une zone très isolée sans route digne de ce nom pour y accéder. C'était un projet très difficile. La plupart des camions des autres entreprises ont cassé et n'ont pas pu livrer le béton, mais j'ai été en mesure de fournir ce projet jusqu'à la fin grâce à la résistance et à la puissance de mes camions Hino ».

Ces caractéristiques, associées à d'autres attributs, ont fait de M. Chua un fan des véhicules Hino.

« Aujourd'hui, 160 de nos camions, soit 80% de notre flotte, sont des véhicules Hino. Les produits Hino sont incroyablement durables, leurs moteurs sont puissants et ils sont extrêmement fiables. C'est pour cela que je souhaite me concentrer sur cette marque et réaliser progressivement une flotte 100% Hino. J'ai choisi soigneusement la marque que j'entends utiliser. Je connais les camions Hino, et choisir une seule marque simplifiera les choses, que ce soit pour la résolution des problèmes techniques ou pour le stockage et la gestion des pièces de rechange », explique M. Chua.

« Globalement, nous sommes très satisfaits de Hino. Vous savez, nos véhicules les plus anciens nous accompagnent depuis 20 ans. Nous savons qu'en introduisant des camions Hino, nous pourrions focaliser davantage nos énergies sur nos opérations et concentrer notre attention sur le développement de nouvelles activités, la recherche de nouveaux clients et la fourniture de produits de qualité », ajoute M. Chua.





Gauche: Mr. Carlos Arturo Betancourth, Droite: A Hino vehicle operator.

I.R.C.C. El Corral / Mr. Carlos Arturo Betancourth, Directeur Logistique



El Corral est une société qui gère 11 enseignes différentes de restauration en Colombie : une chaîne de 420 restaurants de hamburgers, mais aussi des restaurants, brasseries, etc. Ces établissements nécessitent des fournitures quotidiennes d'aliments frais. « Rien que dans la capitale Bogota, ces établissements servent près de 10.200 hamburgers par jour », explique M. Carlos Arturo Betancourth.

C'est en 2016 qu'El Corral a commencé à introduire dans sa flotte des camions Hino de faible tonnage.

« La raison pour laquelle nous avons commencé à utiliser des véhicules Hino est que les spécifications, y compris la configuration à roues simples à l'arrière, nous permettaient d'avoir un chargement plus important et étaient les mieux adaptées à notre activité. Mais après avoir commencé à utiliser Hino, nous avons découvert d'autres avantages. Par exemple, la consommation de carburant a été améliorée de près de 30% sur un parcours de livraison par rapport à d'autres marques de camions. En outre, le confort et la maniabilité des véhicules Hino ont gagné le cœur de tous nos chauffeurs, qui ne veulent plus conduire que des camions Hino à l'avenir. Au niveau de la maintenance, nous n'avons jamais eu aucun problème. Nous sommes vraiment très satisfaits de Hino », explique M. Betancourth.

Interrogé sur les perspectives d'avenir, Mr. Betancourth a déclaré avec le sourire : « Notre objectif est de doubler notre volume d'activité d'ici 2020-2022, y compris en ouvrant des restaurants à l'étranger. Nous prévoyons d'accroître notre flotte de véhicules Hino ».



Nous espérons continuer d'utiliser les véhicules Hino pour livrer nos produits à un grand nombre de consommateurs.

Productos Ramo /

Etabli il y a plus de 65 ans, Productos Ramo est l'un des plus grands fabricants de pains, viennoiseries et confiseries de Colombie. En particulier, leur friandise Chocoramo, enrobée de chocolat, jouit d'une immense popularité auprès des habitants du pays depuis qu'elle a été commercialisée il y a 40 ans. « Nous louons 550 camions de faible tonnage pour livrer nos produits directement à près de 280.000 magasins en Colombie », explique M. Pablo Andrés Benavides.

« Au début, nous utilisions une autre marque de camions, mais



M. Rodrigo Pinzón (milieu), entouré de conducteurs de véhicules Hino.

Transportes Alianza / Mr. Rodrigo Pinzón, Directeur Général



M. Pablo Andrés Benavides avec une friandise Chocoramo dans la main.

Mr. Pablo Andrés Benavides, Directeur Logistique

nous avons changé pour Hino en 2014. Dès que nous avons essayé Hino, nous avons compris que les performances des véhicules, y compris le confort de conduite, étaient supérieures à ce que nous connaissions », explique M. Benavides. « Nous avons obtenu la conviction que Hino est une excellente marque. Et nous comptons élargir notre flotte de camions Hino », ajoute-t-il.

« Nous prévoyons d'ouvrir une nouvelle usine cette année afin d'accroître notre capacité de production. Nous comptons également lancer de nouveaux produits », explique M. Benavides.



Alianza a démarré son activité en 1958 avec une flotte de 35 cars. Aujourd'hui, la société dispose d'un total de 160 cars inter-cités. Le trajet le plus long est Montería-Bucaramanga, 700 km aller simple. La société utilise des cars Hino sur cette ligne. Le directeur général Rodrigo Pinzón nous explique pourquoi.

«En 2003, nous avons réalisé une comparaison des performances de cars fabriqués au Japon, en Europe et au Brésil. Les résultats ont montré que c'était Hino qui offrait les meilleures performances routières. En outre, nous transportons des personnes avec nos cars et le confort est donc un aspect important - Hino est également très performant dans ce domaine». Mais il n'y a pas que les performances des véhicules que M. Pinzón apprécie. « Hino est aussi numéro un au niveau de la maintenance. Lorsqu'une réparation est nécessaire, Hino la réalise plus rapidement que la concurrence. Hino permet réellement de minimiser la durée d'immobilisation de nos véhicules ».

En conclusion de cet interview, nous avons demandé à M. Pinzón quel était son rêve pour l'avenir. «Nous sommes une société familiale, alors j'espère que mon fils prendra un jour ma succession. J'espère aussi que nous pourrions étendre nos activités et proposer nos services de cars à l'étranger».

Les exportations de châssis de bus de forte capacité à plancher surbaissé ont débuté avec Taïwan

Le terme « bus à plancher surbaissé » est sans doute suffisamment clair pour permettre de comprendre de quoi il s'agit. Au risque de dire une évidence, un bus à plancher surbaissé est un bus doté d'une structure de plancher ultra-bas qui facilite la montée et la descente des voyageurs, en particulier les personnes âgées ou handicapées. Hino pense que ce type de bus aura de plus en plus de succès de par le monde alors que les sociétés cherchent à répondre aux besoins de populations vieillissantes, de même qu'à faire face à d'autres problèmes sociaux et environnementaux, comme la réduction de la circulation automobile.

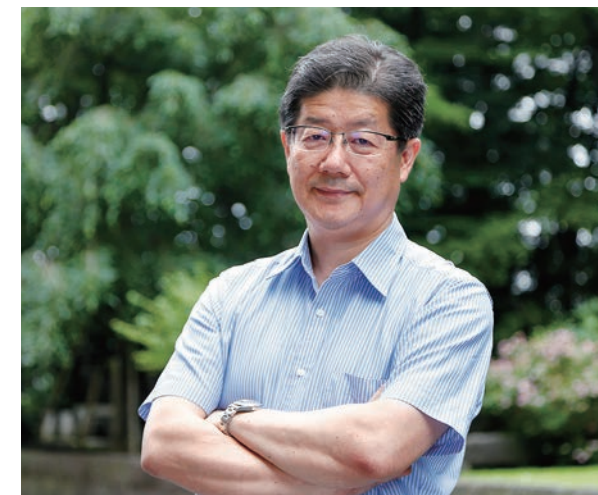
C'est en 2015 que Hino a commencé à exporter à Taïwan le châssis de bus HS de forte capacité et à plancher surbaissé. « Le gouvernement de Taïwan promouvait activement l'introduction de bus à accès facilité. Dans ce contexte, un nombre croissant de voix se sont élevées de la part

d'utilisateurs qui connaissaient la réputation de Hino en matière de faible consommation, de longévité et d'excellence générale, y compris au niveau de l'approvisionnement en pièces détachées, et souhaitaient que nous fournissions des châssis à plancher surbaissé. Pour répondre à cette demande, Hino a décidé en 2013 de développer un châssis de bus HS à plancher très bas destiné au marché taïwanais. Et après deux ans de développement, nous avons été capables de lancer la commercialisation», explique le directeur de la division Planification des produits M. Toru Kazama.

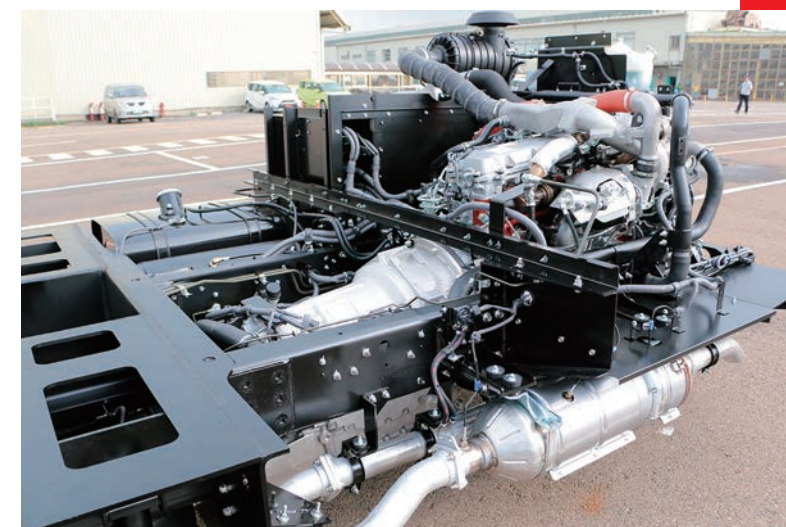
Le châssis de bus HS à plancher surbaissé destiné au marché taïwanais a été développé sur la base de la philosophie « Des produits adaptés aux marchés régionaux », qui vise à répondre en souplesse aux besoins des différents pays d'utilisation. « En plus de la fiabilité, de la longévité et de la facilité de maintenance, qui constituent les grandes caractéristiques

de Hino, nous avons mis l'accent sur la puissance moteur, la sécurité de freinage et le confort de route. Le châssis a été doté du moteur J08E-VD, qui possède d'excellentes références d'utilisation sur les bus RK/RN à Taïwan. La conception du filtre à air et de l'intercooler a été modifiée afin de l'adapter à la configuration à plancher surbaissé. Une autre caractéristique remarquable est que ces bus adoptent un pont arrière de type décalé. En outre, en disposant les réservoirs d'air comprimé et les équipements annexes autour du châssis, il a été possible de réaliser un plancher entièrement plat de l'avant à l'arrière du bus », explique M. Kazama. Aujourd'hui, le châssis Hino HS est utilisé à Taïwan sous la forme de bus assemblés par des carrossiers locaux.

« Le châssis de bus Hino HS à plancher surbaissé a reçu un très bon accueil grâce au gros travail réalisé par chacun. Nous avons reçu davantage de commandes que ce que nous avions envisagé. C'est un problème que nous sommes heureux d'avoir ! », poursuit M. Kazama. Dans le sillage de ce succès à Taïwan, Hino envisage de fabriquer et de commercialiser des bus à plancher surbaissé dans de nombreux autres pays du monde. Et le jour n'est sans doute pas loin où les bus Hino à plancher surbaissé réaliseront un transport extrêmement pratique et confortable dans votre ville.



Toru Kazama
Directeur
Division « Conception des produits »



La photo ci-dessus montre l'intérieur d'un bus HS exploité par SinDian Bus.

Nous présentons ici l'expérience d'un client de Taïwan qui exploite des bus Hino HS. La technologie de ces bus est décrite dans ce même numéro dans la rubrique « Les technologies Hino ».

Hino se consacre entièrement à satisfaire les besoins des clients.

Taipei Bus a été fondé en 1954 en tant qu'entreprise du groupe Capital Bus. Sa zone de desserte comprend 89 lignes dans le territoire du Grand Taipei, ainsi que quatre lignes rapides sur autoroute. La compagnie possède actuellement une flotte de 958 véhicules. En 2012, Taipei Bus est devenu le premier opérateur public de bus de Taïwan à recevoir la certification ISO. L'entreprise s'est également vue attribuer 20 récompenses consécutives par la ville de Taipei pour l'excellence de ses services.

Le président Lee est revenu sur l'histoire de l'entreprise avec Hino. « En 2009, Taipei Bus avait déjà acquis plus de 3000 bus Hino, appréciant la qualité des véhicules et leurs remarquables performances de consommation. Mais lorsque le gouvernement de Taïwan a exigé des transports publics sans entraves d'accès, nous n'avons pas eu d'autre choix que d'utiliser des véhicules de constructeurs chinois et coréens puisque Hino ne fabriquait pas à cette époque de bus à plancher surbaissé ».

M. Lee nous a parlé avec fierté de sa relation avec Hino. « Lor-

Taipei Bus Company, Ltd. / Mr. Po-wen Lee, Président



sque Hino a finalement sorti ses bus à plancher surbaissé en 2016, Taïwan a été le premier pays à les adopter. Nous avons décidé d'acheter le bus à plancher surbaissé HS en nous basant sur l'expérience positive que nous avons eue avec les véhicules Hino dans le passé. Aujourd'hui, nous avons 86 bus HS en service, et nous en attendons 61 autres au cours du deuxième semestre. Nous prévoyons d'élargir notre couverture de bus à plancher surbaissé à davantage de lignes dans les années à venir ».

Lorsque nous lui avons demandé d'évaluer les bus HS et la marque Hino, M. Lee a répondu : « Hino a accordé une attention spéciale à la conception du châssis. Le bus HS maximise la zone à plancher surbaissé, offrant un confort accru aux passagers. En termes de performances du moteur, le HS est le seul bus à plancher surbaissé sans SCR (selective catalytic reduction) disponible à Taïwan. Ces caractéristiques nous ont permis de réduire nos coûts de façon significative. Je suis convaincu que Hino fait plus que simplement fabriquer des produits de qualité - il se consacre entièrement à satisfaire les besoins des clients. Les concessionnaires Hino sont aussi les partenaires en qui Taipei Bus a le plus confiance grâce à la qualité des services qu'ils offrent. Ces actions démontrent la volonté de Hino d'établir des partenariats à long terme avec ses clients, et ces partenariats sont basés sur la confiance. J'espère pouvoir développer un tel partenariat sous la forme d'un confort accru pour tous les usagers des transports publics ».



SinDian Bus Co., Ltd. / Mr. Chun-Hsiung Chang, Président du conseil d'administration
Mr. Te-Wei Chou, Directeur Maintenance

« Je suis persuadé que nous avons pris la bonne décision en choisissant les véhicules Hino »



Mr. Chun-Hsiung Chang



Mr. Te-Wei Chou

C'est en 1980 que SinDian Bus a commencé à acquérir des véhicules Hino et à offrir des services de transport public à Taipei. « Nous exploitons actuellement une flotte de 304 bus sur un total de 12 lignes dans la région du Grand Taipei. 37 de ces bus sont des Hino HS à plancher surbaissé, et nous en attendons 62 autres cette année ».

« Notre flotte de bus est constituée à 100% de véhicules Hino », déclare avec fierté M. Chang. Il nous explique pourquoi il a choisi Hino.

« Il y a plus de vingt ans, nous avons choisi Hino comme seule marque de notre flotte en nous basant sur sa qualité incomparable. J'ai une grande admiration pour la gestion des entreprises à la japonaise, et

en particulier pour le contrôle qualité ultra-poussé réalisé par les constructeurs automobiles. Je pense que les véhicules Hino ont prouvé leur longévité et leur fiabilité à travers des années d'utilisation intensive. Je crois également que les bons véhicules ont droit à de bons chauffeurs. Nous avons mis en place une commission indépendante en charge du personnel afin de garantir que nos conducteurs partagent les mêmes valeurs. Le processus d'embauche est particulièrement concurrentiel. Nous avons généralement 50 candidats pour un poste de libre, alors qu'il y a un manque global de chauffeurs dans notre secteur. Grâce à la qualité de nos employés et à celle des véhicules Hino, nous avons réduit nos coûts d'exploitation à travers un travail de maintenance minimisé réalisé par un personnel minimal, et pourtant nous maintenons un taux de disponibilité des véhicules extrêmement élevé.

M. Chang a une haute appréciation des bus HS. « Lorsque le gouvernement a commencé en 2009 à promouvoir l'utilisation des bus à plancher surbaissé dans le cadre de sa politique de bien-être social, j'étais presque sûr que Hino fournirait rapidement des modèles de ce type. Finalement, les premiers bus HS produits au monde ont rejoint notre flotte en 2016. Les bus Hino HS facilitent la montée et la descente du bus pour les passagers. Son châssis permet également d'avoir une zone surbaissée plus spacieuse qu'avec les autres marques. Cette caractéristique nous aide à assumer notre responsabilité sociale en améliorant l'accessibilité pour les personnes âgées ou handicapées. Pour les conducteurs, la stabilité a été améliorée grâce à l'adoption d'une transmission automatique. Les conducteurs sont également très satisfaits de la souplesse du moteur, sans parler de son silence ».

En conclusion, M. Chang résume ainsi son histoire avec le groupe Hino : « Nous avons établi une forte relation de confiance avec Hotai Motor et ses concessionnaires. Ce type de confiance prend du temps à établir. Hino nous aide beaucoup dans la phase d'acquisition des véhicules, et il nous fournit également des services efficaces et d'une grande qualité après l'achat.

Je suis persuadé que nous avons pris la bonne décision en choisissant les véhicules Hino, et nous continuerons à utiliser ces véhicules à l'avenir ».



Hino fête ses 75 ans

Cette année, Hino Motors fête son 75ème anniversaire. Depuis sa fondation le 1er mai 1942, Hino n'a cessé de répondre aux besoins de ses clients et à ceux de son époque. Nous avons choisi quelques faits marquants choisis dans ces 75 ans d'histoire, et vous les présentons ici. Hino reste plus décidé que jamais à travailler sans relâche pour continuer d'apporter à sa clientèle et à la société les valeurs qu'elles demandent. Vous pouvez continuer d'attendre de grandes choses de Hino.

The History of Hino



Fondation de Hino Heavy Industry Co., Ltd.



Annnonce d'un bus à remorque de forte capacité



Lancement du camion à capot avant TH10



Accord de technologie avec Renault

Fondation de Hino Motor Sales, Ltd et de Hino Motors, Ltd.



Lancement de la Briska et de la Contessa



Alliance avec le groupe Toyota

Années 40

Années 50

Années 60



Hino devient le leader du marché japonais des camions de moyenne et forte capacité.



Lancement du KS 300, le premier camion 4 essieux à plancher surbaissé au monde



Lancement des modèles ZY et KY

Etablissement de bases d'opérations dans différents pays d'Asie (Indonésie, Malaisie, Pakistan, etc.)



Lancement du premier bus hybride diesel-électrique au monde



Hino termine le Rallye Paris-Dakar pour sa première participation



Hino rafle les trois premières places du Paris-Dakar dans la catégorie moins de 10 litres



Début de la commercialisation au Japon du DUTRO (série HINO 300)

Regroupement des sociétés de production et de vente sous le nom Hino Motors, Ltd.

Années 70

Années 80

Années 90

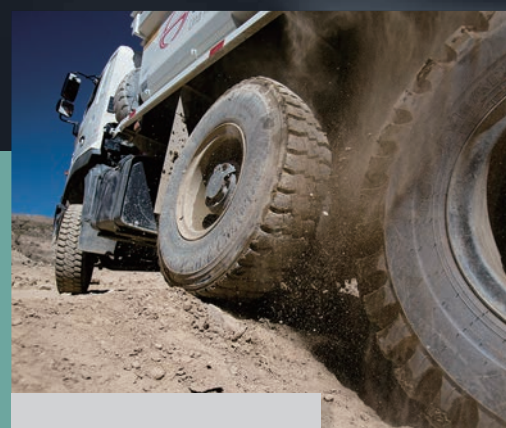


Pour la première fois, les ventes à l'étranger dépassent les ventes au Japon

Les ventes cumulées de camions et de bus atteignent les 3 millions



Lancement des véhicules NAPS conçus spécifiquement pour le marché nord-américain



Hino entre sur le marché des véhicules miniers



Les ventes cumulées de camions et de bus hybrides atteignent les 10.000 unités



Termine le rallye Paris-Dakar pour la 26ème fois consécutive et remporte sa 8ème victoire d'affilée dans la catégorie moins de 10 litres



Nouveau design au Japon pour les camions de moyenne et forte capacité

Depuis 2010

Années 2000

Demande de coopération pour l'enquête HINO Cares

Afin de nous permettre d'améliorer le contenu de notre magazine, nous vous demandons de bien vouloir nous donner vos impressions sur ce magazine.

Vous aurez peut-être la chance d'être l'une des 10 personnes tirées au sort parmi celles ayant répondu au questionnaire et de recevoir un camion miniature Hino ou une casquette Hino.

Merci de répondre comme indiqué ci-dessous.



Exemples de cadeaux

Les cadeaux seront sélectionnés par le comité de rédaction. Ils pourront être sujets à changement sans préavis de notre part.

■ Cochez ☒ la case correspondant à votre choix pour chaque article.

Article \ votre opinion	très bon ou très intéressant	bon ou intéressant	ni bon ni intéressant	mauvais ou pas intéressant
Hino's Vision				
Owner's Voice (Philippines)				
Owner's Voice (Colombia)				
Hino's Technology				
Owner's Voice (Taiwan)				
The History of Hino				

■ Merci de nous envoyer une version scannée ou une photo à l'adresse e-mail suivante : **marketing@hino.co.jp**. Avant l'envoi, assurez-vous que le document est bien lisible.

■ Pensez à inclure les informations suivantes dans votre e-mail:

1. nom et prénom, 2. sexe, 3. nom de l'entreprise, 4. titre / position, 5. pays, 6. adresse de l'entreprise, 7. numéro de téléphone de l'entreprise, 8. lien avec Hino [choisissez l'une des options suivantes : a) client, b) concessionnaire, c) distributeur, d) autre].

■ En outre, nous vous serions reconnaissants de nous indiquer quel article vous avez préféré dans ce numéro, et pour quelle raison.

Merci d'avance de votre coopération.

Merci de bien vouloir répondre au plus tard le 5 janvier 2018.



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



To read HINO Cares magazines online,
scan this QR code using your smartphone or access
http://www.hino-global.com/about_us/hino_magazines/