

## Histoire d'un succès : des idées pour de potentiels acteurs économiques

FC

Fabrication



Ventes / Services

### Magna International, Inc.

#### *Innovations pour l'automobile en plein essor au Japon*



*"STOW 'N GO", un des nombreux produits MAGNA pour voitures. La configuration des sièges de 2e rangée permet de dégager un "espace tout plat" en les intégrant au plancher.*

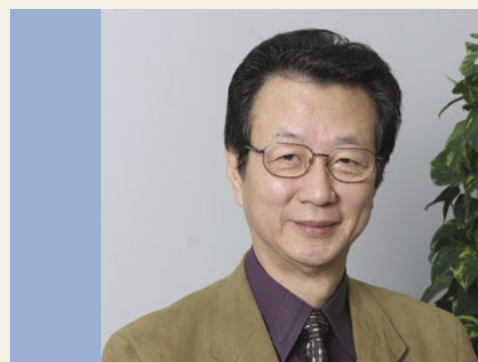
Jusqu'où peut aller l'ascension d'une entreprise? Pour un des équipementiers les plus polyvalents de l'Amérique du Nord, la marche vers le succès ne fait que commencer au Japon.

Fournisseur complet de systèmes de carrosserie et de châssis, ainsi que de modules intérieurs et extérieurs aux principaux constructeurs automobiles du Japon, de

l'Amérique du Nord et de l'Europe, Magna est une des entreprises les plus variées par la conception et la fabrication d'ensembles, de modules et de composants, voire même de véhicules complets pour équipementiers. Depuis 1991, les ventes ont progressé à un taux annuel supérieur à 20%, ce qui a hissé l'entreprise parmi les cinq premières du monde dans le secteur. Magna est le créateur d'innovations, telles les courroies d'entraînement multi-fonctions, les hayons assistés, les sièges à intégration totale au plancher pour monospaces et les cadres à hydroformage pour camionnettes.

Au Japon, les effectifs de Magna consacrés à l'ingénierie, à la gestion et aux ventes augmentent à Tokyo et à Nagoya. Ils viennent renforcer les quelques 2.300 employés de la firme en Asie. Sur le premier marché de ce continent en plein essor, cette expansion est alimentée par l'avance dont dispose le Japon en systèmes de conception technique, en performances des

- 1957 Frank Stronach ouvre seul un atelier d'outillage.
- 1973 Nom de l'entreprise changé en Magna International Inc.
- 1989 Magna International Inc. s'établit au Japon.
- 1999 Forbes Magazine classe Magna comme premier équipementier mondial.
- 2005 mars - Magna achève la privatisation de Tesma International, Decoma International et Intier Automobile.



*M. Seiichi Mihara, représentant de Magna International (Japan) (au 1er octobre 2004)*





produits et en efficience de production. Par la rigueur de ses constructeurs automobiles et de leurs clients sur le plan qualité, le Japon est un banc d'essai incontournable, qu'il s'agisse de R&D, de la fabrication, du marketing ou des services après-ventes. Bien des techniques et procédés les plus modernes du secteur ont ainsi vu le jour.

d'expertise, de valeur et de motivation qui irrigue toutes les structures.

En qualité de pierre angulaire à la base de la stratégie de Magna en Asie, le Japon constitue l'étalon par excellence à l'aune duquel la firme peut tester et peaufiner ses capacités. Le savoir-faire technologique

accumulé par le Japon étaye la mise au point des produits, réduit les coûts de fabrication et aiguise l'esprit d'entreprise. Ces atouts laissent présager une superbe croissance à long terme au sein d'un organisme planétaire, fort de 81.000 personnes au travail dans 223 sections de production et 56 centres d'études et de développement des produits.

La volonté de proposer sans cesse le meilleur rapport qualité-prix sous-tend l'essor de Magna. En orientant ses foyers internationaux sur la création de produits hors pair, adaptés aux marchés particuliers, Magna met

en œuvre une stratégie où travail d'équipe et initiative individuelle se fécondent mutuellement. L'entreprise se prépare ainsi à bénéficier plus largement encore de l'expansion du secteur automobile sur les marchés les plus dynamiques de l'Asie et d'autres continents.



Par ses technologies, MAGNA est le leader mondial en modules pour hayons légers et raffinés.

Implanter une assise solide à l'étranger a exigé de Magna une analyse assidue et approfondie des méthodes de travail appliquées au Japon. Finalement, le défi a été surmonté car Magna s'est concentré sur trois points : composer et motiver l'équipe idéale, fournir des technologies écologiques, liées aux pièces de moteur, habitacles, berceaux et châssis; et rationaliser la filière du développement, afin de commercialiser rapidement des produits de haute qualité.

Soucieux d'optimiser l'intégration entre personnel, produits et rendement, Magna fait appel à des entrepreneurs de terrain à l'esprit audacieux et rompus aux techniques de production. À chaque phase de la fabrication, la prise de décision pyramidale est encouragée. Par son réseau d'entreprises séparées et spécialisées, Magna entretient un niveau optimal

**Présentation de la société**

**Date de fondation :** juin 1989

**Effectifs :** 60 (dont 4 de la filiale de Nagoya)

**Activité :** Fournisseur au secteur automobile de systèmes, composants et modules complets de haut niveau technologique.

**Adresse :** JPR Crest Takebashi Bldg.3F, 3-21 Kanda Nishiki-cho, Chiyoda-ku, Tokyo 101-0054 JAPAN

**URL :** <http://www.magna.com>

**Société mère :** Magna International Inc. (Canada : 81.000 employés)

