

Bimonthly issued by Yamaha

Chantey

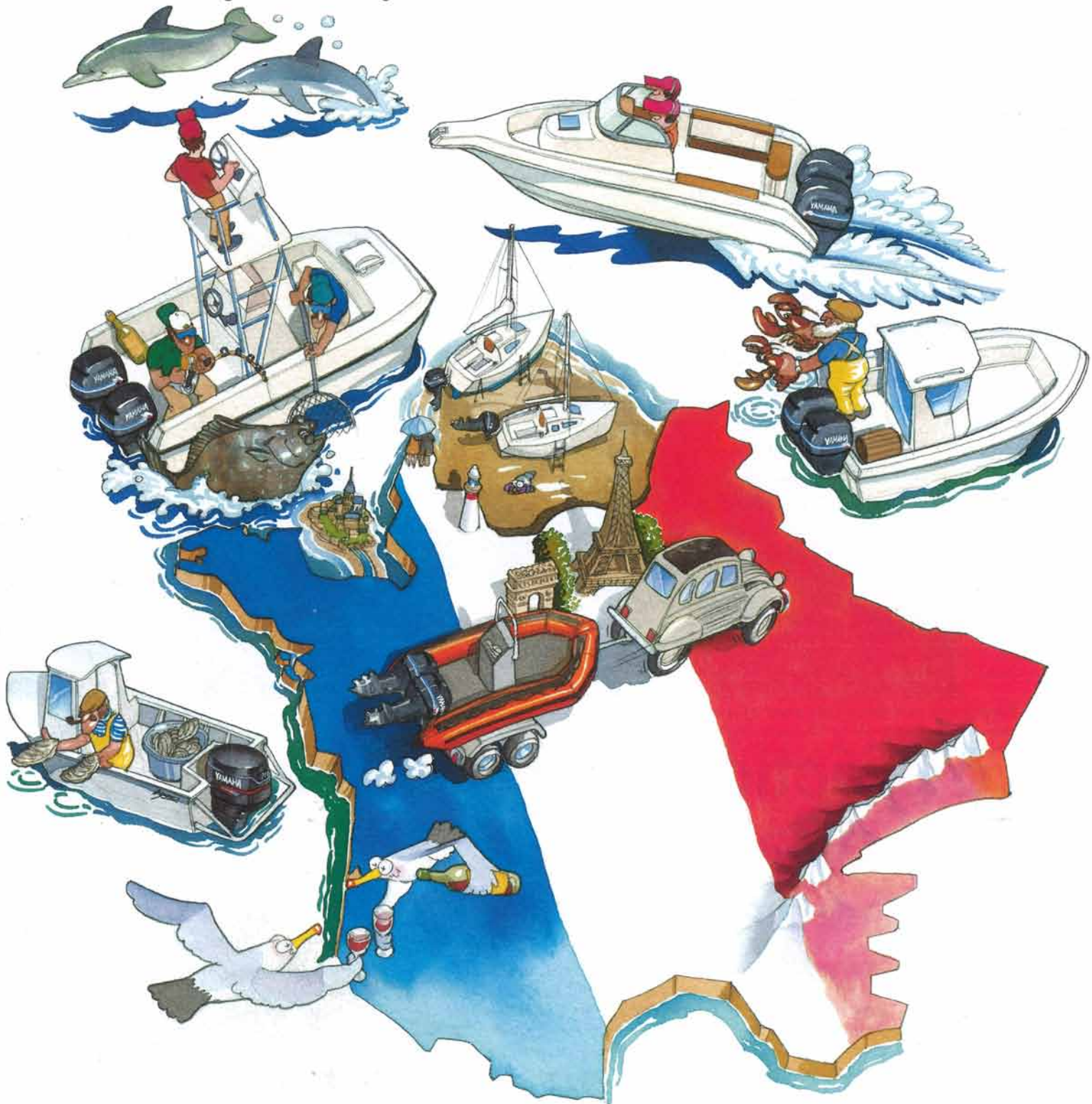
NEWSLETTER FOR YAMAHA MARINE DEALERS

1997 No. 83

ENGLISH/SPANISH VERSION

Chantey Special

Practicality is always in fashion



This issue's cover: France's Normandy region

Practicality is always in fashion

France's Normandy region market

Many people in France today enjoy a unique type of boating that is described in the words "peche promenade" (fishing excursion). As this name implies, the cruising to the fishing spot is enjoyed as a pleasant excursion in itself. The leisurely approach of course continues once the fishing spot is reached, as well. Since days of old the French have been known for their talent for enjoying life. Whether it is finding delicious ways to prepare the seasonal foods or adding a fashionable touch to their apparel or homes or enjoying a holiday, they always seem to have a knack for making the most of the here and now. It is actually a very practical approach to life that is reflected in the kinds of products the French choose to buy. Practicality, value for cost and durability are the qualities they look for before design or outward appearance. These standards hold true for the outboard motors they buy, too.



For many uses 4-strokes are the power of choice. El "cuatro tiempos" es el motor de rigor para muchos usos.

(Photo: G.E.C.C.)

Lo práctico siempre está de moda

El mercado de la región de Normandía, Francia

En Francia mucha gente disfruta de lo que se conoce como «pêche promenade» o excursión de pesca. El ir de pesca se considera en sí una agradable excursión. Esta actitud pausada y de ocio también continúa naturalmente una vez se llega al destino final. Desde antaño, los franceses se han hecho famosos por saber disfrutar de la vida. Tanto sea buscando la forma más exquisita de cocinar los productos de la estación como de añadir un toque moderno a sus vestidos y a la decoración de sus hogares, o de disfrutar de las vacaciones, siempre parecen tener el don de aprovechar al máximo el momento y el lugar en el que viven. Es en realidad una manera muy práctica de vivir que se refleja en la clase de productos que compran. Siempre buscan lo práctico, el valor real de las cosas y la duración antes que el diseño o el aspecto exterior. Estos principios siguen siendo válidos también para sus fuerabordas.

A growing consciousness of 4-strokes

Some seven manufacturers are competing today in the French marine engine market. As of the end of 1996, however, the Yamaha brand has clearly taken the lead with nearly one-third of the market. Although 90% of the overall demand is still for 2-stroke models, recently there has been a steady growth in demand for 4-stroke models. In interviews of 100 users including 74 people with more than 20 years boating experience at our booth at the recent Paris Boat Show, a

full 15% were 4-stroke owners. This fact was evidence that 4-strokes are enjoying a boom in popularity in the French marine market today. Just like with automobiles, fuel economy is a big factor for outboard motor customers. That's a major reason behind today's shift toward 4-strokes, which will always have lower fuel consumption than a 2-stroke of the same horsepower. Today's 4-stroke users fall almost completely in the over-40 age group, an age group that also seems to share a strong concern for the environment, which is another big factor behind the 4-stroke boom. Besides being environment-friendly, these



Mr. Jean-Jacques Felten of Marine 2000 in Ouistreham. The F50 necktie is one of his latest PR items.
El Sr. Jean-Jacques Felten de Marine 2000 en Ouistreham. La corbata con un F50 es uno de sus últimos artículos promocionales.



This user in Caen is 75 and he is still enjoying fishing with a new F50 Yamaha 4-stroke on his boat. "I am a long-life type, just like Yamaha outboards!" he jokes.

Este usuario en Caen tiene 75 años y disfruta todavía de la pesca con un nuevo Yamaha F-50 de 4 tiempos. "¡Soy un tipo de larga duración, igual que los fuerabordas Yamaha!", bromea.



Mr. Hugues Leblond of the Cherbourg dealership Aries and his showroom. He doubled his sales by offering 4, 6 and 50 hp Yamaha outboards at special prices.

El Sr. Hugues Leblond del concesionario Aries en Cherbourg y su nuevo salón de exposición. Aries duplicó sus ventas ofreciendo fuerabordas Yamaha de 4, 6 y 50 caballos a precios especiales.

La creciente importancia del cuatro tiempos

Unos siete fabricantes compiten hoy en el mercado francés de los motores marinos. A finales de 1996, sin embargo, la marca Yamaha tomó claramente la delantera con casi un tercio del mercado. Aunque el 90% de la demanda total es todavía para modelos de dos tiempos, la venta de los cuatro tiempos crece constantemente. Según el resultado de una encuesta realizada en nuestro stand del reciente Salón Náutico de París entre 100 usuarios -donde 74 de los cuales tenían más de 20 años de experiencia en el uso de lanchas- el 15% era propietario de un 4 tiempos. Este hecho puso en evidencia que, actualmente, los cuatro tiempos son muy populares en el mercado francés.

Al igual que con los automóviles, la economía de combustible es un

quiet, low-vibration, smooth-running 4-strokes are also people-friendly; both for their owners and others around them.

The majority of 4-stroke outboards sold in France today are used for pleasure fishing, with other leisure uses like water skiing, diving, sailing and rescue making up the remainder of the demand. Figures from our recent survey show that 33% of users here are considering buying a 4-stroke in the future. And when stiffer pollution regulations set to take effect in 2001 are considered, the trend toward 4-strokes is certain to grow. Estimates predict that 4-stroke model demand will reach 15% by the year 2000 and about 50% by 2004. By the year 2005 it is believed that 4-stroke demand will exceed 2-stroke demand.

Package deals and 4-strokes drive the market

The Normandy region on France's north coast is a market where boats and motors are often sold together as a package and demand for 4-strokes is on the rise. On the average, customers in this region use their outboards for ten years, and it is not unusual to see owners keeping 20-year-old models in good repair and running strong. For example, one dealer in Carteret sells about 60 Yamaha outboards a year in package deals with boats. Of the roughly 70 outboards they sold last year 45 were 9.9 and 50 hp 4-strokes. Thanks in large part to the dealership's excellent after-sale service program, people in this area take good care of their outboards and use them for many years. For people



Mr. Robert Sehier of Carteret Marine in Carteret sells about 60 packages of boats and Yamaha outboards a year. People gather at the show window during its special promotion campaign.

El Sr. Robert Sehier de Carteret Marine en Carteret vende unas 60 parejas de lanchas y fuerabordas Yamaha al año. La gente se para a ver los modelos durante la campaña de promoción.



The coast near Mont St. Michel has a 12-meter tidal drop.

En la costa cerca del monte St. Michel la diferencia de las mareas es de 12 metros.

importante factor para los usuarios de fuerabordas. Esta es la razón principal tras el cambio actual de la tendencia hacia el cuatro tiempos, motor que siempre tendrá menor consumo de combustible que un dos tiempos de igual potencia. Los actuales usuarios del 4 tiempos son en su inmensa mayoría personas de más de 40 años con una gran preocupación por el deterioro medioambiental, otra de las razones del éxito de estos modelos. Además de respetar el medio ambiente, estos silenciosos motores de marcha suave y bajas vibraciones ofrecen ventajas tanto para sus propietarios como para las personas en las cercanías.

La mayoría de los fuerabordas de 4 tiempos que se venden hoy en Francia se emplean para la pesca recreativa, además de otros fines de ocio como el esquí acuático, el buceo y la vela. Los resultados de nuestra reciente

encuesta muestran que el 33% de los usuarios están pensando en comprar un 4 tiempos en el futuro. Esta tendencia crecerá con toda seguridad si tenemos en cuenta que en el año 2001 entrarán en vigor normas antipolución más estrictas. Se estima que la demanda del 4 tiempos alcanzará el 15% del mercado en el 2000, el 50% en el 2004 y superará a la del 2 tiempos en el 2005.

Los motores de 4 tiempos y las lanchas con motor impulsan el mercado

La región de Normandía, en la costa este de Francia, es un mercado en el que las lanchas y motores se venden a menudo simultáneamente y donde la demanda del 4 tiempos va en aumento. Los clientes de esta región usan sus fuerabordas por término medio unos 10 años y no es raro ver propietarios que mantienen modelos de hace 20 años en buen estado. Por ejemplo, un concesionario de Carteret vende unos 60 fuerabordas Yamaha al año junto con sus respectivos modelos de lanchas. De los casi 70 fuerabordas que vendió el año pasado, 45 fueron de 4 tiempos de 9,9 y 50 caballos. Gracias en parte a su excelente programa de servicio postventa, los usuarios de esta zona mantienen bien sus fuerabordas y los usan muchos años. Para los que han estado utilizando sus motores durante casi 20 años y quieren sustituirlos por otros, el concesionario está pensando en sugerir la adquisición de un nuevo 4 tiempos.

Progresando en medio de una dura competencia

Normandía es una región donde la competencia en el mercado marino es muy intensa, razón por la que los distribuidores y concesionarios están

who have used their motors for up to twenty years and are ready for a trade-in, the dealer is thinking of suggesting that they switch to a new 4-stroke.

Coming out ahead in stiff competition

Normandy is a region of intense competition in the marine market and dealers are constantly thinking up business schemes to give them a competitive advantage. The ideas range from PR tools like neckties decorated with a Yamaha F50 4-stroke to package sales of YAM Inflatable boats and Yamaha outboards at special prices. One dealership in Cherbourg doubled its sales in 1997 by offering 4, 6 and 50 hp Yamaha outboards at special prices. Thanks to the reasonable prices customers came from all the way across the English Channel just to buy a

Yamaha. Many users comment that they have often experienced failures in the electrical systems on other brands but that Yamaha outboards have very good electrical components. The outstanding durability of Yamaha outboards is also accredited to the outstanding servicemen who provide reliable after-service. There are also cases like a local sailing school here that is presently using Yamaha 9.9 hp 2-stroke outboards but is now considering switching to 4-strokes in the near future.

From oyster culture to pleasure fishing, a Yamaha for every job

Meanwhile, among local commercial fishermen the 75 hp Yamahas are popular. Because most of their use is in sea water, they are sold on Yamaha's unrivaled anti-corrosion technology. And in Carteret, the



Like other Yamaha dealers, Mr. Daniel Alexandre of Coutainville Plaisance in Countances stresses quality service. Como otros concesionarios Yamaha, el Sr. Daniel Alexandre de Coutainville Plaisance hace énfasis en la calidad del servicio.



An old Yamaha P3C in the shop. Of course, it still runs. Un viejo Yamaha P3C. Naturalmente todavía funciona.



Mr. LeJoly (right) spends 200 hours a year at pleasure fishing. To his left is YMF's C-E Devanneaux. El Sr. Le Joly (derecha) pasa 200 horas al año pescando por placer. A su izquierda está el Sr. C. E. Devanneaux de YMF.



Oyster culturist Henri (left) and Biard (below) in Coutances. Los criadores de ostras Henri y Biard en Coutances.

constantemente ideando nuevos planes comerciales para aumentar sus ventas. Las ideas van desde la preparación de artículos de promoción como corbatas decoradas con un Yamaha F50 de 4 tiempos hasta la venta de lanchas inflables YAM con un fueraborda Yamaha precios especiales. Un concesionario en Cherbourg duplicó sus ventas en 1997 ofreciendo fuerabordas Yamaha de 4, 6 y 50 caballos a precios especiales. Al oír su precio, algunos clientes cruzaron incluso el Canal de la Mancha sólo para comprar un Yamaha. Muchos usuarios comentan que los motores de otras marcas han tenido a menudo averías en el sistema eléctrico, pero que los fuerabordas Yamaha son realmente confiables. La extraordinaria durabilidad de los fuerabordas Yamaha se debe también a los magníficos técnicos del servicio postventa. Se dan casos como el de una escuela de vela de la



Chantey Special

Groupe d'Étude des Cétacés du Cotentin (G.E.C.C.), a group dedicated to preservation of the Normandy dolphin population, recently purchased twin Yamaha 50 hp 4-stroke outboards for the boat they use to chase dolphins at speeds of 30 knots. They say they are extremely satisfied with the quietness, low emissions and speed of their new Yamahas.

In the Coutances area many Yamaha outboards are used in the oyster culture industry. Because gasoline is subsidized for the region's aquaculture operators who raise oysters, lobster, mussels and Omar shrimp, larger outboards sell well here. Being a commercial-use

market, the motors are used an average of ten hours a day, which adds up to about 2,000 hours of use annually. In extremely harsh operating conditions like these, only Yamaha's legendary durability can explain the amazing 90% market share Yamaha outboards enjoy here.

One oyster culture operator says, "I have been using Yamahas for 15 years. Thanks to our success at opening a sales route to local supermarkets we now have the biggest oyster culture fields in the area. During the Christmas season we hire up to 80 people and still can't keep up with the demand."

Another operator comments, "I have used Yamahas continuously

*These quiet Yamaha 4-strokes don't disturb the dolphins at play.
Estos silenciosos cuatro tiempos Yamaha no molestan a los juguetones delfines.*



*Mr. Pierre Villetard in his shop in Rouen
El Sr. Pierre Villetard en su tienda de Rouen*



*Mr. Gérard Mauger of the dolphin watch group, G.E.C.C. chose Yamahas for their quietness, low emissions and speed.
El Sr. Gérard Mauger del grupo de vigilancia de delfines (G.E.C.C.) eligió Yamahas por su regularidad, baja emisión y velocidad.*



*A YMF Water Vehicle campaign poster
Un poster de la campaña de motos de agua de YMF.*

región que está usando fuerabordas Yamaha de 2 tiempos de 9.9 caballos, pero está considerando cambiarlos por motores de 4 tiempos en un futuro cercano.

De la cría de ostras a la pesca por placer: un Yamaha para cada ocasión

Mientras tanto, los Yamahas de 75 caballos son muy populares entre los pescadores comerciales locales. Al ser utilizados principalmente en agua salada, sus ventas se ven favorecidas por la incomparable tecnología anticorrosiva de Yamaha. Y en Carteret, el Groupe d'Étude des Cétacés (G.E.C.C.), un grupo dedicado a la conservación de los delfines adquirió recientemente dos fuerabordas Yamaha de 4 tiempos de 50 caballos para la lancha que usan al seguir a los delfines. El grupo está muy satisfecho con la regularidad, bajas emisiones y velocidad de estos motores.

En la zona de Coutances se usan fuerabordas Yamaha para la cría de ostras. Dado que la gasolina está subvencionada para las empresas dedicadas a la cría de ostras, langostas, mejillones y bogavantes, aquí se venden bien los fuerabordas grandes. Al usarse comercialmente, los motores funcionan una media de diez horas por día, lo que supone unas 2.000 horas al año. En condiciones tan duras de funcionamiento, solo la legendaria durabilidad de Yamaha puede explicar que estos motores se hayan ganado el 90% del mercado.

El director de una empresa dedicada a la cría de ostras afirma: "He usado Yamahas durante 15 años. Gracias a que hemos conseguido abrir una ruta de venta a los supermercados locales, ahora tenemos los criaderos de ostras más grandes de la zona. Durante las Navidades contratamos 80 personas más, pero aún así nos es difícil satisfacer la demanda". Otro comenta: "He utilizado Yamahas continuamente desde 1974. En estos 25 años he cambiado 50 veces mis fuerabordas Yamaha por otros nuevos. En

since 1974. Over these 25 years I've traded in 50 times for new Yamaha outboards. In terms of after-sale service and reliability Yamahas are the best. My dealer and I have built a strong relationship of trust over the years."

Pleasure-use customers have similar things to say: "I use my motor about 200 hours a year for pleasure fishing. I recently upgraded from a 25 hp 2-stroke to a 50 hp 4-stroke and have had no problems at all. I especially like the great fuel economy. Lately my wife comes along and sometimes makes pickled fish from what we catch."

French customers today know that with a Yamaha 4-stroke they are getting assurance of great fuel economy plus long product life, and that is why so many French dealers in this competitive market are waiting with great expectations for the coming release of the new 25 hp Yamaha 4-stroke.

From Charles-Etienne Devanneaux, Yamaha Motor France



A helpful French magazine for boat renovation
Una útil revista francesa sobre renovación de lanchas

Cute window seals
Una decoración excelente



Sales promotion leaflets
Folletos promocionales

cuanto al servicio postventa y a la confiabilidad, Yamaha es sin duda la mejor marca."

Los usuarios que emplean sus fuerabordas para fines de ocio afirman cosas similares: "Utilizo mi motor unas 200 horas al año para pescar en mis ratos libres. Recientemente pasé de un 4 tiempos de 25 caballos a otro de 50 caballos y no he tenido ningún problema. Me encanta especialmente la gran economía de combustible que tiene. Ultimamente me acompaña mi mujer y a menudo prepara pescado escabechado con lo que pesco."



Los consumidores franceses saben ya que con los 4 tiempos de Yamaha tienen garantizada una excelente economía de combustible y una larga vida útil. Por eso, a pesar de la enorme competitividad de este mercado, muchos concesionarios franceses esperan con grandes expectativas el próximo lanzamiento del nuevo 4 tiempos Yamaha de 25 caballos.

Enviado por Charles-Etienne Devanneaux, Yamaha Motor France



Fathers and sons agree: the future is 4-stroke Padres e hijos están de acuerdo: el futuro es del "cuatro tiempos"

In the Netherlands, outboard motors are used almost completely on the canals. A full 20% of the market here is comprised of 4-stroke models. All boats over 15 meters in length and any boat that can reach speeds of 20 km/h must be licensed, so small displacement models are enough for most users. As proof of this fact, between 85 and 90% of the market demand here is for outboards under 25 hp. For this reason, it is expected that in 1998 some 25% of the demand will be for 4-strokes.

En Holanda, los motores fueraborda se usan casi completamente en los canales. Aquí, el 20% del mercado lo acaparan los modelos de cuatro tiempos. Como para conducir lanchas de más de 15 metros de longitud o capaces de desarrollar 20 km/h hay que tener licencia, la mayoría de los usuarios utiliza modelos de pequeña cilindrada. Buena prueba de ello es que los fuerabordas inferiores a 25 caballos representan entre el 85 y el 90% de la demanda total del mercado. Por esta razón, se espera que en 1998 el 25% de la demanda se dirija hacia el cuatro tiempos.



Says Mr. Gary Broekman who works with his father Jan at the father & son dealership De Koppoel, "The positive image of the 4-stroke surely comes from the fact that they are quiet, don't smell and have good fuel economy. From now on I'm sure that Europeans are going to use outboards that fit the European lifestyle." Here are two dealers who have big expectations for the 4-strokes.

Gary Broekman que trabaja con su padre Jan en el concesionario De Koppoel, propiedad de ambos, dice: "La buena imagen del cuatro tiempos se debe a que es silencioso, a que no huele y a su buena economía de combustible. De ahora en adelante estoy seguro que en Europa se usarán fuerabordas que se ajusten al estilo de vida europeo." Tanto él como su padre tienen puestas grandes expectativas en los motores de cuatro tiempos.



At another father & son dealership, Hellas Watersport's Mr. Jan Loumpranos, a longtime boat importer with a shop on one of the canals, has been a Yamaha dealer since 1978. He runs the shop with the help of his son Sitmon Loumpranos. They say, "Inflatable rubber boats are popular now along the canals and the latest trend is to mount them with a 4-stroke outboard. We can't wait for the arrival of the new F25." Here again the expectations are high on 4-strokes for the future.

Otro concesionario manejado por padre e hijo es Hellas Watersport. El Sr. Jan Loumpranos es un viejo importador de lanchas que abrió su tienda en uno de los canales y ha sido distribuidor de Yamaha desde 1978. El atiende la tienda junto a su hijo, Sitmon Loumpranos. Ambos afirman: "Las lanchas inflables de goma son ahora muy populares y la última tendencia es montarlas con un fueraborda de cuatro tiempos. Estamos esperando con impaciencia el nuevo F25." Ellos también tienen grandes expectativas para el 4 tiempos.



Mr. Wiep Torenvliet of the dealership Torenvliet in downtown Amsterdam sells about 100 outboards a year, out of which 60 are 4-stroke models. Recently a customer came in and traded in his '79 model 8A for a 9.9B 4-stroke. "Is there that much difference in horsepower between an 8 and a 9.9?" "You bet there is!" A week later he came back to exclaim, "It sure is something! When I opened up the throttle all the way it tore my transom right off!"

El Sr. Wiep Torenvliet del concesionario Torenvliet en el centro de Amsterdam vende unos 100 fuerabordas al año, 60 de los cuales son modelos de cuatro tiempos. Recientemente vino un cliente y cambió su modelo 8A de 1979 por un cuatro tiempos 9.9B. "¿Hay mucha diferencia de potencia entre mi 8 y el 9.9? ¡Ya va a ver!" Una semana más tarde regresó para exclamar: "¡Vaya potencia! Cuando apreté a fondo el acelerador, se me rompió la última cuaderna de popa."

*From Pieter J. Stalenhoeft, Yamaha Motor
Netherland B.V.
Enviado por Pieter J. Stalenhoeft, Yamaha
Motor Netherland B.V.*

PROPELLER

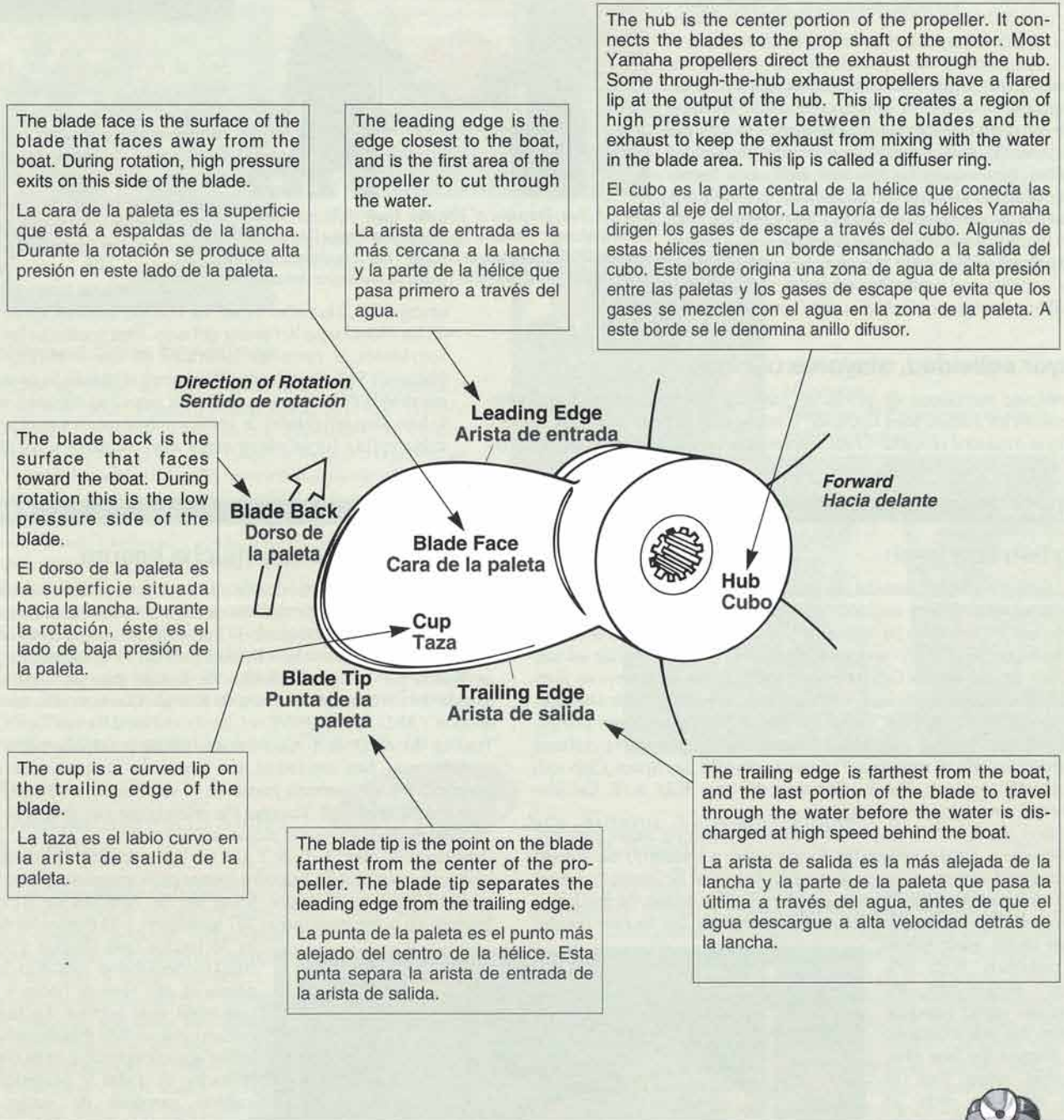
LA HELICE

(1) THEORY OF OPERATION - Part 3

(1) TEORIA DEL FUNCIONAMIENTO - 3ª parte

There are specific names for different areas of the propeller. Changes in the design of these different areas make special propellers suitable for different jobs.

Las diferentes partes de la hélice reciben nombres específicos. Cambiando el diseño de estas partes se consiguen hélices especiales que son adecuadas para diversos trabajos.



Please write to me with any questions about service. Comuníquese conmigo ante cualquier pregunta que tenga sobre servicio y reparaciones.

Dr. Miyamoto
 Chantey Editorial Room
 AD Dept., PR Division
 Yamaha Motor Co., Ltd.
 2500, Shingai, Iwata, Shizuoka, 438, Japan



News Round-up

KOREA

KOREA

Bigger business, bigger offices

South Korea's marine market has shown robust growth in recent years as the country's economy has flourished. Hyundai Trade Company, importer for the northern part of South Korea, has been handling the import and sales of Yamaha outboard motors since 1978. Thanks to the untiring efforts of President Lee, his staff and dealers, the company has managed to double its sales record in 1997 compared to the previous year, winning an unprecedented market share in the commercial-use sector. Anticipating a future of continued growth, Hyundai Trade ventured into the pleasure-use market as well this past year. To accommodate these expanded business activities, the company has also built itself a new 5-story home building premises in Seoul that was officially opened in a ceremony on October 14. Complete with more functional and efficient facilities, the new company headquarters will provide a base for even larger scale sales activities and more comprehensive service aimed at building ever greater Customer and Community Satisfaction.



Mr. B.Y. Lee, President of Hyundai Trade (left) and Senior General Manager Shibata of Yamaha Marine Engine Operations. El señor B.Y. Lee, presidente de Hyundai Trade (a la izquierda), y el señor Shibata, gerente general de Yamaha Marine Engine Operations

Mayor actividad, mayores oficinas

El mercado surcoreano de productos náuticos ha mostrado un fuerte crecimiento en los últimos años siguiendo la buena marcha de la economía del país. La firma comercial Hyundai Trade, importadora para la parte norte de Corea del



Sur, se ha ocupado desde 1978 de la importación y venta de fuerabordas Yamaha. Gracias a los incansables esfuerzos del director Lee y de sus empleados y concesionarios, la empresa ha logrado duplicar su récord de ventas en 1997 con respecto al año anterior y lograr un porcentaje del mercado sin precedentes entre los fuerabordas de uso comercial. Anticipándose a un futuro de continuo

crecimiento, Hyundai Trade ha entrado también en el mercado de los fuerabordas del sector del ocio. Para acomodar las mayores actividades, la firma ha construido un nuevo edificio de cinco plantas en Seúl, inaugurado oficialmente el pasado 14 de octubre. La nueva sede de la empresa con instalaciones más eficientes constituirá la base para actividades de venta a mayor escala y para un servicio más amplio a fin satisfacer mejor a los clientes y a la comunidad.

KUWAIT

KUWAIT

Big fish and trash

Sport fishing is a bit of a national passion in Kuwait, and one that ties into the country's long sea-faring tradition. That enthusiasm was clearly on display when some 172 fishermen on 64 boats left the Kuwait Sea Sports Club at 8:00 a.m. on September, 11, 1997 and spread themselves across the Reksah sea area to contest the 26th Kuwait Grand Fishing Championship. As in previous years YAMAHA MARINE division of the local distributor Kuwait Development & Trading Co. (K.D. & T. Co.) was one of the biggest sponsor's of this championship, supplying a 16-ft. boat outfitted with an Enduro 40 hp outboard and trailer for official support use and decorating the Sea Sports Club with Yamaha PR materials. For the first time this year K.D. & T. Co. also entered its own team of two boats.

Eight days later K.D. & T. Co. was co-sponsor of another big annual event that has become a fixture among the local marine community, the Annual Kuwait Reef Clean-up operation. Some 207 divers and 32 support personnel on 25 boats participated in the clean-up which seeks to protect the fragile reef environment from human carelessness in an area that has become popular among divers, spear fishers and picnickers. With 30% greater participation for divers and added corporate support, this year's clean-up was deemed the best ever, removing many tons of trash from the reefs. In addition to providing a service boat for the clean-up, K.D. & T. Co. also distributed 250 Yamaha caps to the volunteers.

From MD Ashraf, Kuwait Development & Trading Co.



Yousef Rasheed (left) shows off the 40 kg fish that won him a prize. Yousef Rasheed (izquierda) muestra orgulloso el pez de 40 kg. con el que ganó un premio

Grandes capturas y mucha basura

La pesca deportiva es considerada en Kuwait una pasión nacional y es, en parte, fiel reflejo de la larga tradición marítima del país. Ese entusiasmo quedó nuevamente demostrado cuando 172 pescadores salieron en 64 lanchas del Kuwait Sea Sports Club a las 8 de la mañana del 11 de septiembre de 1997 y navegaron por la región marítima de Reksah para participar en la 26ª edición del Campeonato de Pesca de Kuwait. Como en años anteriores, la división YAMAHA MARINE del distribuidor local Kuwait Development & Trading Co. (K.D. & T. Co.) fue uno de los principales patrocinadores, suministrando, para uso oficial, una lancha de 4,8 metros con remolque propulsada por un fueraborda Enduro de 40 caballos y decorando el Sea Sports Club con publicidad de Yamaha. Por primera vez este año, K.D. & T. Co. inscribió también un equipo propio de dos lanchas.

Ocho días más tarde, K.D. & T. Co. fue copatrocinador de otro gran acontecimiento anual que ha llegado a formar parte integrante de la comunidad marítima local: la Limpieza Anual de los Arrecifes de Kuwait. Esta limpieza, en la que participaron 207 buceadores y 32 empleados de servicio en 25 lanchas, está dirigida a proteger el frágil medioambiente coralífero de la negligencia en una zona de buceo y de pesca con arpón muy popular. La limpieza de este año, con un 30% más de participantes y mayor apoyo empresarial, se ha considerado la mejor de todas y permitió eliminar muchas toneladas de basura de los arrecifes. Además de suministrar una lancha de servicio para la limpieza, K.D. & T. Co. distribuyó también 250 gorras Yamaha entre los voluntarios.

Enviado por MD Ashraf, Kuwait Development & Trading Co.

Winning for children's charity

The "MARINISTA '97" Water Vehicle competition held at the Marina Resort on Egypt's North Coast this past August offered an excellent opportunity for Yamaha's importer Egyptian International Motors Co., Ltd. (EIM) to show off its Yamaha Racing Team and the performance of the new GP 1200 WaveRunner while also contributing to a worthy charity. Organized by the Rotaract Club of Giza Metropolitan, the event raised money for the benefit of children with disabilities or chronic illness and EIM-Yamaha was the proud recipient of a special Certificate of Appreciation from the sponsors for its generous contribution and support of the MARINISTA and its charity. After the actual competition where the Yamaha Egyptian Team dominated on their new GP 1200s, a special

demonstration was held to further show off the performance potential of the exciting new machines, which the team pilots described as completely different from any WaveRunner in the past.

From Emad Emile, Egyptian International Motors Co., Ltd.



Ganando con fines benéficos

La competición de motos de agua "MARINISTA '97" celebrada el pasado agosto en el puerto deportivo Marina Resort de la costa norte de Egipto ofreció una excelente oportunidad al importador de Yamaha Egyptian International Motors Co., Ltd. (EIM) de mostrarse orgulloso de su equipo Yamaha de competición y del buen rendimiento de la nueva GP 1200 WaveRunner, mientras contribuía también a un encomiable fin benéfico. El acontecimiento, organizado por el Rotaract Club de Giza Metropolitan, recaudó fondos para ayudar a niños discapacitados y con enfermedades crónicas, y EIM Yamaha fue el orgulloso destinatario de un Certificado especial de Agradecimiento otorgado por los patrocinadores como reconocimiento de su generosa contribución y apoyo a la obra benéfica. Después de la competición, en la que dominó el equipo egipcio Yamaha con sus nuevas GP 1200, se celebró una demostración especial para demostrar aún más el rendimiento de estas apasionantes motos de agua que los pilotos del equipo describieron como completamente diferentes a cualquier WaveRunner anterior.

Enviado por Emad Emile, Egyptian International Motors Co., Ltd.

President celebrates opening

When Yamaha's distributor in El Salvador, Grupo Murillo, celebrated the opening of its new showroom in the exclusive Colonia Escalón area of the capital, San Salvador, this summer, the ceremony was honor with the presence of El Salvador's President Dr. Armando Calderón Sol. In addition to his personal words of warm encouragement, the President's presence also brought up-front coverage of the event in the national TV and press. Fitting with its prestigious location, the new showroom, named "Yamaha Escalón" will specialize in top-of-the-line large-displacement model outboard motors and motorcycles for the pleasure-use market.

From Carlos Hipólito Murillo, Grupo Murillo

El Presidente celebra la inauguración

Cuando el distribuidor de Yamaha en El Salvador, Grupo Murillo, celebró este verano la inauguración de su nuevo salón de exposiciones en la selecta zona "Colonia Escalón" de la capital, la ceremonia contó con la presencia del Presidente de la nación, el Dr. Armando Calderón Sol. Además de dirigir unas afectuosas palabras de ánimo, la presencia del Presidente trajo consigo una amplia cobertura del acontecimiento a nivel nacional en prensa y televisión. Como corresponde a su prestigiosa ubicación, el nuevo salón de exposiciones, llamado "Yamaha Escalón", se especializará en los mejores modelos de fuerabordas y motocicletas de gran cilindrada para uso en actividades de ocio y recreación.

Enviado por Carlos Hipólito Murillo del Grupo Murillo



*The President's speech and the new showroom
Discurso del Presidente y el nuevo salón de exposición*



Mrs. Simone Aldworth Moller JETUP, Brazil

Hello, my name is Simone Aldworth Moller. I take great pride in my position of responsibility at the marine sales outlet "JetUp" launched in 1994 at a shopping center in Porto Alegre by one of Brazil's major Yamaha dealerships, YSP/Cautol of Canoas. My shop is small, but by supplying a full line of quality products to an exclusive clientele who demand special attention and distinctive products, including the latest models from Japan and the U.S., we already account for 50% of all YSP/Cautol's sales. Being in a shopping center our hours run from 10:00 a.m. to 10:00 p.m., including weekends, and we put strong efforts into advertising. Our extra efforts in marine sports and timely updating of service for our products are two more big reasons for the shop's success.



*Chantey lady
La señorita Chantey*

Sra. Simone Aldworth Moller JETUP, Brasil

Hola, me llamo Simone Aldworth Moller. Es para mí un gran orgullo ser responsable de la tienda de productos náuticos "Jetup" inaugurada en 1994 en el centro comercial de Porto Alegre por uno de los más importantes concesionarios brasileños de Yamaha -YSP/Cautol de Canoas. Mi tienda es pequeña, pero al suministrar una amplia gama de productos de calidad a una exclusiva clientela que exige atención especial y productos distintivos, entre ellos los últimos modelos de Japón y EE UU, alcanzamos ya el 50% del total de ventas de YSP/Cautol. Al estar en un centro comercial, nuestro horario es de 10 de la mañana a 10 de la noche incluyendo los fines de semana. También nos esforzamos mucho en nuestras tareas publicitarias. Otras dos razones muy importantes del éxito de nuestra tienda son los esfuerzos adicionales que hacemos en los deportes marítimos y en la reparación y mantenimiento.

Building brand image with successful promotions

Brazilian Market

Covering a great land mass in the central part of the South American continent, Brazil is a country with not only more than 8,000 km of shoreline along the continent's Atlantic coast but also the Amazon river basin, one of the largest in the world with thousands of rivers. These geographical characteristics also make Brazil one of the world's leading outboard motor markets. Especially in the northern part of the country, this wealth of water offers the people many opportunity for leisure boating like sport fishing.

Supplying quality Yamaha products to this vast marine market today are two Yamaha companies. Yamaha Motor do Brasil (YMDB), with head offices in Sao Paulo, began as an

importer in 1970 and started manufacturing Yamaha brand motorcycles in 1974 and Yamaha outboard motors in 1980. In 1983, Yamaha Motor da Amazonia was founded in the interior city of Manaus on the Amazon river as a production base for motorcycles and outboard motors.

In the Brazilian marine market more than 85% of the demand is for smaller displacement outboard motors and small aluminum boats mainly for sport fishing. The remaining 15% consists of the leisure market where there is demand for intermediate and large displacement models upwards of 60 hp. To meet the demand of this leisure market and expand the Yamaha share, CKD assembly lines for 8 hp, 15 hp, 25 hp and 40 hp "Portable Line"

Yamaha outboards were added to our YMDA factory in Manaus in 1991 and a CKD line for Yamaha Water Vehicles was added in 1992. Then in 1995 we began the production of FRP hulls for our Water Vehicles.



The Yamaha booth at the big "Feipisca" show. El stand de Yamaha en la gran feria "Feipisca".



Yamaha Motor do Brasil

Estableciendo la imagen de la marca a través de impactantes promociones

El mercado brasileño

Cubriendo una gran área de tierra en la parte central del continente sudamericano, Brasil es un país que tiene no sólo más de 8.000 kilómetros de costas bordeando el Océano Atlántico, sino la cuenca fluvial del Amazonas, una de las más grandes del mundo con miles de ríos y afluentes. Estas características geográficas hacen que Brasil sea también uno de los más importantes mercados mundiales para los motores fuera borda. Especialmente en el norte del país, esta abundancia de agua ofrece numerosas oportunidades de ocio a bordo de lanchas, como por ejemplo la

pesca deportiva.

El suministro de productos Yamaha de alta calidad a este enorme mercado lo realizan hoy en día dos empresas. Yamaha Motor do Brasil (YMDB), con sede central en San Pablo, empezó como importadora en 1970 e inició la fabricación de motocicletas Yamaha en 1974 y de fuerabordas Yamaha en 1980. En 1983 se creó Yamaha Motor da Amazonia (YMDA) en la ciudad de Manaus a orillas del Amazonas, como base de producción de fuerabordas y, más tarde, de motos de agua.

In 1997, YMDB's promotional efforts centered around our "Challenge '97" campaign aimed at raising quality in the three critical areas of Products, Speedy and Timely Supply and After Sale Service. In practical terms this policy means making the right kinds of products available to the Brazilian consumers, prompt and timely sales activities and delivery and following up with high-quality after-sale service. To realize the goals of this Challenge '97 campaign, YMDB and YMDA began working in two primary directions. The first has been producing a line of models best suited to the Brazilian market. Some good examples are the WaveRaider Water Vehicle and our new 15 hp outboard. In the near future we are also planning to introduce revised versions of our 25 hp and 40 hp models.

The second thing we did was to hold training seminars every two months for sales and service men meeting at our regional dealerships. The combination of these two campaigns brought great results that are translating into bigger market share for Yamaha.



The Technical Group of a Yamaha dealership in the Pantanal region. El Grupo Técnico de un concesionario Yamaha en la región de Pantanal.



Small boat owners gather for free technical assistance in Corumba. Proprietarios de lanchas pequeñas se reúnen para conseguir asistencia técnica gratuita en Corumba.

En el mercado marítimo brasileño más del 85% de la demanda está concentrada en motores fuera borda de pequeña cilindrada y lanchas pequeñas de aluminio que se emplean principalmente en la pesca deportiva. El 15% restante lo acapara el mercado del ocio, donde la demanda abarca modelos de cilindradas intermedias y grandes hasta 60 caballos. Para satisfacer las necesidades de este mercado y ampliar la cuota de Yamaha, YMDA estableció en Manaus en 1991 cadenas de montaje CKD de la "línea portátil" de fuerabordas Yamaha de 8, 15, 25 y 40 caballos, a las que siguió en 1992 una cadena de producción CKD para motos de agua Yamaha. En 1995 iniciamos la fabricación de cascos FRP para motos de agua.

En 1997, los esfuerzos de promoción de YMDB se centraron en la

In Brazil's outboard motor market Yamaha is the leader with an impressive 47% share, which meant sales of more than 10,000 units in 1997. Our challenge for the next two years is to surpass the 50% mark in 1999. As for Water Vehicles, Brazil does not yet have strong demand, but Yamaha is still in a strong position with 23% of the total market (about 1,000 units this year). Our goal is to win more than 30% by the end of 1999.

Although competition is intense, with all the major brands vying for share, YMDB has been successful at rolling out a variety of promotional activities that bring positive results. Here are just three examples of the kinds of programs that have helped keep Yamaha No.1 with Brazil's customers.

SERVICE TRIPS

One of the most important things that characterizes the Brazilian marine market is its sheer size and the distances customers must travel to have their motors serviced. One of YMDB's most successful programs has been the regular service trips that take the service to the customers in all parts of the country. These service campaigns are held in cooperation with a local dealer who invites his customers to gather for the often free inspections and service. Nothing works better for building trust in the Yamaha brand.



A mechanic of a local Yamaha dealership works on one of the bigger outboard models. Un mecánico de un concesionario local Yamaha trabaja en uno de los más grandes modelos de fuerabordas.

campaña "El desafío del 97" encaminada a mejorar la calidad en tres sectores cruciales: productos, suministro rápido y oportuno, y servicio postventa. En la práctica este programa implica tener los tipos de productos apropiados y ponerlos a disposición de los consumidores brasileños, hacer suministros y actividades de venta rápidas y convenientes, y disponer de un servicio postventa de alta calidad. Para conseguir los objetivos de esta campaña, YMDB y YMDA empezaron a trabajar en dos direcciones prioritarias. La primera ha sido fabricar la gama de modelos más adecuados para el mercado brasileño. Algunos buenos ejemplos de ello son la moto de agua WaveRaider y el nuevo fueraborda de 15 caballos. En un futuro próximo tenemos previsto lanzar al mercado versiones revisadas de los modelos de 25 y 40 caballos.

Lo segundo que hicimos fue celebrar cada dos meses seminarios de formación para técnicos de ventas y de servicio en nuestros concesionarios regionales. Estas dos campañas combinadas produjeron grandes resultados, lo que ha hecho aumentar la participación en el mercado de Yamaha.

En el mercado brasileño de los motores fuera borda, Yamaha es líder con una excelente cuota del 47%, lo que supone ventas de más de 10.000 unidades en 1997. Nuestro empeño durante los próximos dos años está en sobrepasar el 50% en 1999. En cuanto a las motos de agua, la demanda del mercado es todavía limitada, pero Yamaha mantiene una fuerte presencia y ocupa el 23% del total (unas 1.000 unidades al año). Nuestro objetivo aquí es superar el 30% a finales de 1999.

Aunque la competencia es intensa, con todas las grandes marcas pugnando por lograr mayor cuota, YMDB ha conseguido grandes éxitos al llevar a cabo diversas actividades de promoción que han dado buenos resultados. He aquí tres ejemplos del tipo de actividades que han hecho que Yamaha continúe siendo n°1 entre los clientes brasileños.

VIAJES DEL PERSONAL DE SERVICIO

El mercado marítimo brasileño se caracteriza por su gran tamaño y las enormes distancias que los clientes deben recorrer para lograr la asistencia técnica y revisión de sus motores. En consecuencia, uno de los

BIG EVENTS

The two biggest events on the annual calendar of the Brazilian marine industry are the "Feipesca," a show for sport fishing enthusiasts, and the "Salão Náutico," the country's largest general marine industry show that covers everything from outboards to larger yachts and the latest Water Vehicles. The Yamaha booths mounted by YMDB at these shows are always one of the main attractions for visitors, while for us at YMDB they also represent an important opportunity for sales. That is why we encourage our dealers to take an active part in the shows as well.

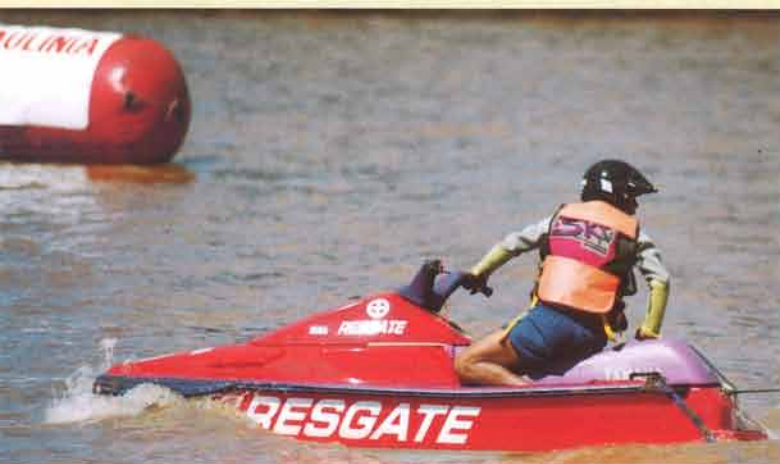


*The "Yamaha Girls" at the Salão Náutico marine show
Las "Chicas Yamaha" en el Salão Náutico*

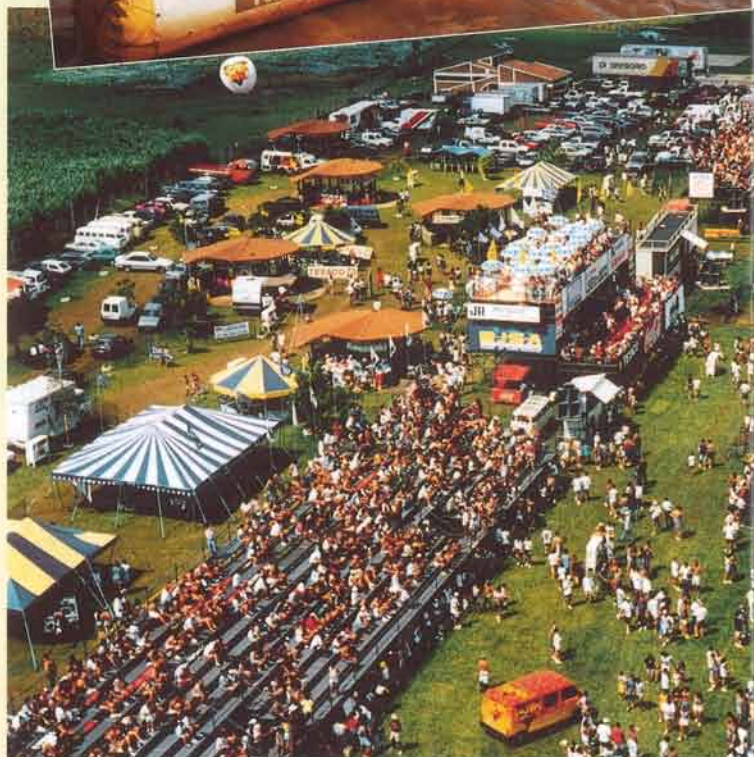
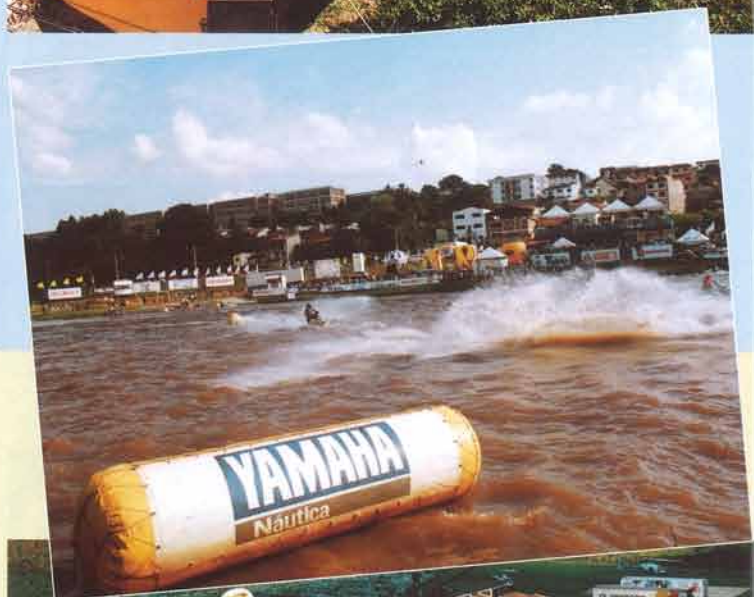
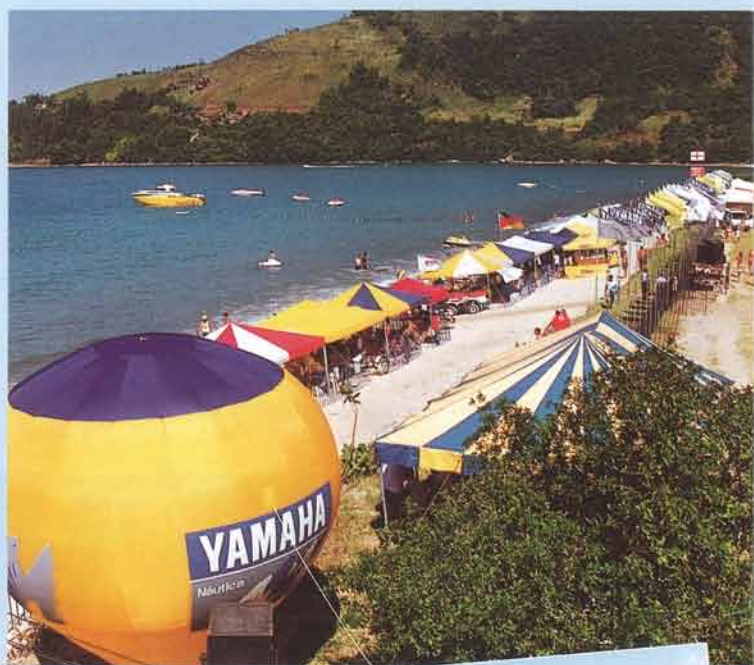
programas de YMDB de más éxito ha sido los viajes periódicos de nuestro personal de servicio para llegar a los clientes en todos los lugares del país. Estas campañas se celebran en cooperación con un concesionario local, que invita a sus clientes a venir a las inspecciones y servicio, a menudo gratuito. No hay nada que inspire mayor confianza entre los usuarios de los modelos Yamaha.

GRANDES ACONTECIMIENTOS

Los dos acontecimientos anuales más importantes del mercado marítimo brasileño son la "Feipesca", un salón para entusiastas de la pesca deportiva, y el "Salão Náutico", el mayor salón del sector en Brasil que abarca toda clase de productos, desde fuerabordas hasta grandes yates y los últimos modelos de motos de agua. Los stands de Yamaha montados por YMDB en estos salones son siempre una de las mayores atracciones para los visitantes, y para nosotros, en YMDB, representan también una importante oportunidad de aumentar las ventas.



*The rescue-use WaveRunner III
La WaveRunner III usada en tareas de rescate*



*Scenes at National Cup races
Escenas en las carreras de la Copa Nacional*

SPORTS ACTIVITIES

Participation in sporting events is another important way YMDB promotes its Yamaha marine products. Since 1993, Yamaha has been a big presence in the Brazilian National Jet Cup, acting both as a sponsor and supporter of many entrants on Yamaha Water Vehicles. The introduction of the new WaveBlaster in 1996 brought on the introduction of a new competitive class, "Formula Blaster" that quickly gained popularity among entry level jet sports enthusiasts. And, to

further expand sales of the WaveBlaster, we have also introduced a Slalom Blaster competition program that is rapidly gaining popularity as well. These sports are receiving great coverage by the media, including the nationwide television network Globo TV. YMDB has also provided the National Cup organizers with a Yamaha WaveRunner III for rescue purposes. Needless to say, activities like these have given Yamaha a very high profile and customers have naturally come to see us as the major brand in this growing new sport.

From Sidney Levy, Yamaha Motor do Brasil □



*The Formula Blaster Cup
La Copa "Formula Blaster"*

*A TV cameraman on a Yamaha-supplied helicopter
Filmación desde un helicóptero facilitado por Yamaha*

Animamos por ello a todos nuestros concesionarios a que tomen parte activa en estos salones.

ACTIVIDADES DEPORTIVAS

La participación en acontecimientos deportivos es otra forma importante que tiene YMDB de promocionar los productos marítimos Yamaha. Desde 1993, Yamaha ha tenido una importante presencia en la Copa Nacional Jet de Brasil, actuando como patrocinador y ferviente hincha de los muchos participantes con motos de agua Yamaha. La presentación de la WaveBlaster en 1996 llevó a la creación de una nueva categoría competitiva, la "Formula Blaster", que rápidamente logró una gran popularidad entre los entusiastas a los deportes náuticos de velocidad. Y, para aumentar más las ventas de las WaveBlaster, hemos creado también el programa de competiciones "Slalom Blaster", que está haciéndose igualmente muy popular. Estas competiciones están recibiendo amplia cobertura informativa, en especial de la red nacional de televisión Globo TV. YMDB ha suministrado también una Yamaha WaveRunner III a los organizadores de la Copa Nacional para su uso en operaciones de rescate. No cabe la menor duda que actividades como éstas han conseguido que Yamaha ocupe un lugar muy destacado y que los clientes vean en nosotros una marca importante en este nuevo deporte, en creciente expansión.

Enviado por Sidney Levy, Yamaha Motor do Brasil □



*Douglas Carvalho at our Amazon region boat exhibition.
He placed second in the free-style category of the world championships on a Yamaha FX-1 in 1993.
Douglas Carvalho en nuestra exposición de lanchas de la región amazónica. Se clasificó segundo en la categoría estilo libre del campeonato mundial a bordo de una Yamaha FX-1 en 1993.*

Good Show! YAMAHA

¡Bien hecho, YAMAHA!

Latin American Distributors Convention in Mexico



Over the two days of October 26 and 27, a total of 17 distributor representatives from 16 countries gathered at the Latin American Distributors Convention in Cancun, Mexico, to establish a solid foundation for the upcoming 1998 season and a mid-term plan. As in other parts of the world today, the countries of Latin America have aligned themselves in free trade agreements like NAFTA, ANCOM, MERCOSUR and CACAM that are functioning to stimulate mutual economic growth in the region. These economic policies are expected to also contribute to an increase in demand for marine products.

The first day of the convention was dedicated to presentations of Yamaha Motor's 1998 business policies and a mid-term marketing

strategy for outboard motors and Water Vehicles based on the current market trends and sales targets toward the year 2000, explanations of products, sales incentives, the service program plan and more. On the 2nd day there was a test-ride event featuring the Enduro outboard model E40X that is expected to be one of the main models for the '98 season. The participants were especially impressed with the E40X which inherits the reputation of the existing E40G and E40J for outstanding durability and serviceability and adds even more power and economical performance. □

Convención de Distribuidores Latinoamericanos

Los días 26 y 27 de octubre, un total de 17 representantes de distribuidores de 16 países se reunieron en Cancún, México, para asistir a la Convención de Distribuidores Latinoamericanos y establecer una sólida base con miras a la temporada 1998 y al lanzamiento del plan de ventas a mediano plazo.

Como en otras partes del mundo, los países latinoamericanos han unido sus fuerzas y han creado acuerdos y zonas de libre comercio como NAFTA, ANCOM, MERCOSUR y CACAM que contribuyen a fomentar el crecimiento económico de la región. Se espera también que con esto aumente la demanda de productos marinos.

En el primer día de la convención se presentó la política comercial de Yamaha Motor para 1998 y la estrategia de comercialización a mediano plazo para fuerabordas y motos de agua basadas en las tendencias actuales del mercado y las metas de venta para el año 2000. También se presentaron diversos productos, un programa de incentivos de ventas, y los planes del servicio postventa. En el segundo día se celebraron pruebas

de conducción con el fueraborda Enduro E40X que se espera sea uno de los productos más importantes del 98. Los participantes quedaron especialmente impresionados del E40X, que hereda la reputación de los actuales E40G y E40J, por su extraordinaria durabilidad y facilidad de servicio que vienen a sumarse a una mayor potencia y economía de combustible. □



The E40X outboard and the WaveRunner at the test rides. El E40X y una WaveRunner puestos a prueba.



Outboards and Water Vehicles were on display. Exposición de fuerabordas y motos de agua



From the chief editor

As 1997 comes to an end I pray that 1998 will be good for you all. In this issue we take yet another look at the 4-stroke market. In France, many users have kept their 2-stroke engines in good repair for many years, but now say they want a 4-stroke next. Since the release of our F4, Yamaha has been steadily building its 4-stroke line-up. 1998 may well be the year the 4-stroke comes into its own in Europe.



Tackle Fujimura, Chief Editor of Chantey

Del editor en jefe

Se acerca el fin de 1997, y hago votos por que 1998 sea un buen año para todos nuestros lectores. En este número examinamos nuevamente el mercado del "cuatro tiempos". En Francia, muchos usuarios han mantenido sus motores de dos tiempos en buen estado de conservación por largos años, pero ahora dicen que su próximo motor ser de cuatro tiempos. Desde el lanzamiento del F4, Yamaha ha venido ampliando constantemente su línea de productos de cuatro tiempos. Mil novecientos noventa y ocho bien puede ser el año en que el "cuatro tiempos" ocupe la posición que se merece en Europa.

Tackle Fujimura, Editor jefe de Chantey