

Bimonthly issued by Yamaha

Chantey

1999 No. 89

ENGLISH/SPANISH VERSION

NEWSLETTER FOR YAMAHA MARINE DEALERS

Chantey Special

Sport fishing rides a new tide of popularity



This issue's cover: Italy

Sport Fishing Rides a New Tide of Popularity

- The Italian Outboard Motor Market

It has been just over 13 years since the Italian Yamaha Distributor Belgarda began marketing Yamaha outboard motors in Italy, but in this relatively short period of time they have already succeeded in capturing a 27% share of the Italian market. This makes Yamaha the single largest brand in the country. Credit for winning this position of leadership belongs to the staff of Belgarda's Marine Division and their dealers throughout the country.

There has recently been a change of the guard at Belgarda's Marine Division and the new Manager, Mr. Lorenzo Zanaboni, has begun the job of building toward the future.



The Belgarda home office
La sede de Belgarda



Italian people love marine life
Los italianos aman el mar

La pesca deportiva en una nueva oleada de popularidad

- El mercado italiano de los fuerabordas

Ha ce algo más de 13 años que Belgarda, el distribuidor italiano de Yamaha, comenzó a vender motores fueraborda Yamaha en Italia y en este período de tiempo relativamente corto ha conseguido hacerse con el 27% del mercado italiano y convertir a Yamaha en la primera marca del país. Sin duda, el secreto de este éxito está en el personal de la División Marina de Belgarda y en sus concesionarios repartidos por todo el país.

Recientemente ha habido un cambio de timón en la división marina de Belgarda y su nuevo director, Lorenzo Zanaboni, ha empezado ya a trabajar con la vista puesta en el futuro.

The Belgarda Approach and the Yamaha Brand Image

Ever since its founding, the Marine Division of Belgarda has devoted itself to building an effective sales network while at the same time ensuring the highest possible level of customer support. This two-pronged policy was the result of an understanding that it is not enough to merely win the trust of the dealers and customers in the Yamaha products. The only foundation upon which greater business success can be built is the ability to keep that trust once it is won. Of course, the vital link for achieving this kind of lasting trust is the effective and timely supply of support service to the customers by capable and informed staff from the dealerships. That is why Belgarda has placed special importance on making sure that the technical capabilities of the dealer network are always up to date and thorough training conducted on a regular basis.

As for the products, no one can refute the fact that the brand image associated with Yamaha outboards is one of the highest quality. That image is further heightened by the breadth and quality of the Yamaha marine product lineup we offer. What's more, to ensure that our customers derive the greatest possible satisfaction from their Yamaha products, we intend to work to strengthen that brand image even more.



Ms. L. Gaviraghi and Mr. B. Terzano busily processing orders

L. Gaviraghi y B. Terzano muy atareados tramitando pedidos



Special application of our outboards at a dealer's premises

Exhibición especial de nuestros fuerabordas en concesionarios



A Bass Tracker Boat with 40 hp Yamaha outboard

Lancha rastreadora de róbalo con un Yamaha de 40 C.V.



The new manager of Belgarda's Marine Division, Mr. L. Zanaboni

El nuevo director de la División Marina de Belgarda, L. Zanaboni



Belgarda's service staff: From left, Mr. A. Giancarlo, Mr. L. Adriano, Mr. T. Daniele

Personal de servicio de Belgarda. De izquierda a derecha: A. Giancarlo, L. Adriano y T. Daniele

A Market Where Pleasure Use Dominates

Being a peninsular country where one is never very far from the sea, it is perhaps only natural that so many Italians love the water. By far the largest share of the Italian outboard motor market is the pleasure-use sector where owners enjoy boating almost year-round, be it cruising, fishing or water skiing. In fact, there are many people who will find the time to get out on the water as much as three times a week, even if it is just for half an hour or so. During the vacation season, it can be said that virtually 100% of the outboard motors in this market are used for leisure boating and marine sports. Since an operator's license is not required in Italy for motors up to 40 hp, this class is the most popular.

While the commercial-use share in the Italian outboard market stands at only 5%, in some parts of northern Italy where clamming and small-fish fishery is actively conducted, as many as 40% of the Yamaha outboards are used for commercial fishery. Since tax-free financial support is available from the government for commercial-use outboards up to 25 hp, this is the class with the highest demand.

El enfoque de Belgarda y la imagen de Yamaha

Desde su fundación, la División Marina de Belgarda se ha dedicado a construir una efectiva red de ventas y a asegurar, al mismo tiempo, el mayor apoyo posible al cliente. Este doble enfoque fue el resultado de haber comprendido que ganar la confianza de concesionarios y clientes es importante, pero mantener la confianza ganada a través de los años lo es más. Desde luego, lo esencial para lograr una confianza duradera es ofrecer, de forma eficaz y oportuna, un buen servicio al cliente mediante personal capaz y bien informado. Por eso, Belgarda ha otorgado una importancia especial al conseguir que la capacidad técnica de la red de distribuidores esté siempre actualizada y la capacitación del personal se lleve a cabo periódicamente.

En cuanto a los productos, nadie puede negar el hecho de que la imagen de marca asociada a los fuerabordas Yamaha es una de las de más alta calidad. Esta imagen se ve realzada por la gran variedad y alta calidad de la gama de productos marinos Yamaha. Y además, para estar seguros de que nuestros clientes obtienen la mayor satisfacción posible de Yamaha, nos proponemos trabajar para reforzar esa imagen de marca aún más.

Un mercado en el que predomina el ocio y la diversión

Al ser un país peninsular en el que nunca se está muy lejos del mar, es natural que a muchos italianos les encante el agua. El mercado italiano de los fuerabordas se circunscribe en su mayor parte al sector del ocio, en el que los propietarios de lanchas disfrutan casi todo el año pescando o haciendo esquí acuático. De hecho hay mucha gente que encuentra tiempo, a veces hasta tres veces por semana, para salir a divertirse sobre el agua, aunque sólo sea media hora o algo más. Durante las vacaciones puede afirmarse que prácticamente el 100% de los fuerabordas se usan para actividades de ocio y deportes marinos. Dado que en Italia no se requiere ninguna licencia para manejar motores de hasta 40 caballos, esta categoría es la más popular. Mientras que el porcentaje de fuerabordas usados para uso comercial en el mercado italiano es de sólo el 5%, en algunas partes del norte de Italia donde la captura de almejas y peces pequeños es grande, hasta el 40% de los fuerabordas Yamaha se destinan a la pesca comercial. Como la compra de fuerabordas de hasta 25 C.V. para uso comercial es libre de impuestos, ésta es la categoría que goza de mayor demanda.

The New Rage is Sport Fishing

For a long time, this is the way things were in the Italian boating market. Now, however, an exciting new trend has emerged, sport fishing. As in several other markets around the world, game fishing has become the rage in Italy, where now some two million people are said to enjoy the sport. Although the large majority fish close to shore, more and more people are feeling the desire to equip their boats with more power so they can search out spots farther offshore with better fishing than inshore areas where catchable fish are rather scarce and wary. What put the flame under the present market boom in boats outfitted with sport fishing type outboards has been local black bass fishing competitions very similar in nature to the organized bass tournament tours that have been popular for some time in the USA. In Italy as in the US, most of these competitions are held on lakes, and the clubs that organize them are the same organizations that are responsible for deciding which water areas are open to powerboat use.



*A boat outfitted for tour fishing
Lancha equipada para excursiones de pesca*



*Most of the boats used in fishing competitions are still outfitted only with electric motors
La mayoría de las lanchas usadas en competiciones de pesca están todavía equipadas sólo con motores eléctricos*



*For environmental reasons the bass caught are weighed live
Por razones medioambientales, los robalos capturados se pesan vivos*



*The results achieved with a new-design boat are clear!
¡Los resultados conseguidos con las nuevas lanchas son evidentes!*



*Northern Italian dealer Mr. G. Magni is a sport fishing enthusiast himself
G. Magni, uno de los concesionarios del norte de Italia, es un entusiasta de la pesca deportiva*

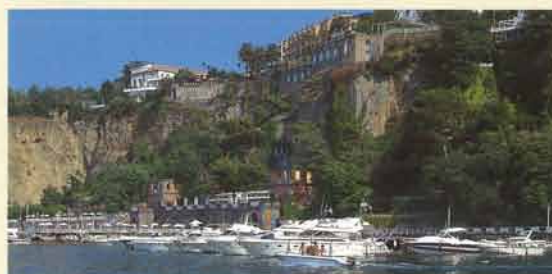
La pesca deportiva hace furor

Durante mucho tiempo éste había sido más o menos el panorama en el mercado italiano, pero ahora ha surgido una nueva y apasionante tendencia cada vez más popular.

Como en otros mercados de todo el mundo, la pesca deportiva se ha puesto de moda en Italia, en donde se calcula que unos dos millones de personas disfrutan ahora de este deporte. Aunque la inmensa mayoría pesca cerca de la costa, cada vez son más las personas dispuestas a equipar sus lanchas con mayor potencia para poder pescar en alta mar, donde las capturas son mejores y hay más peces que en las zonas costeras. El actual boom del mercado en lanchas con fuerabordas para pesca deportiva es consecuencia del éxito de las competiciones locales de róbalo, muy similares a las series de torneos de róbalo y lubina que tan populares son desde hace algún tiempo en EE.UU. En Italia, como en Estados Unidos, la mayoría de estas competiciones se celebran en los lagos y los clubes que las organizan son los responsables de decidir las zonas en que pueden usarse lanchas a motor.



*Awarding the top competitors
Premios para los ganadores*



Good-bye to Old-concept Boats

Through Belgarda, Yamaha has been an active supporter of one of the representative cast-fishing clubs, the Italian Spinning Club. It was for this club that the first boat specifically outfitted for freshwater game fishing was prepared. This 5-meter aluminum boat (Selva brand) mounted a specially designed 25 hp Yamaha outboard and an electric motor. This size of rig with outboard motors of these specifications has proven to be the ideal combination for most Italian domestic waters where boating with internal combustion engines is permitted. This rig has already been successfully tested in use in black bass competitions, drawing the attention of many fishermen who still use old-concept boats and motors. As Italian sport fishing prepares to enter the new Millennium, there is still plenty of potential for development, both for fishing enthusiasts and the small-displacement outboard market.

From Mr. Lorenzo Zanaboni, Belgarda

*The popular Italian outboard championships 1997
El popular campeonato italiano para fuerabordas 1997*



*In Italy, most outboards
are for pleasure use
En Italia, la mayoría de
los fuerabordas se usan
para el ocio*

Adiós a las lanchas de años atrás

A través de Belgarda, Yamaha ha apoyado activamente a uno de los clubes de pesca más famosos, el Italian Spinning Club. Para este club se preparó la primera lancha equipada específicamente para la pesca deportiva en agua dulce. Esta lancha de aluminio de 5 metros (marca Selva) fue equipada con un fueraborda Yamaha de 25 caballos especialmente diseñado y un motor eléctrico. Este tipo de embarcación con motores fueraborda similares a éste ha demostrado ser la combinación ideal para las aguas italianas, donde se pueden usar motores de combustión interna. Esta lancha ha demostrado su valor en competiciones de róbalo y ha llamado poderosamente la atención de muchos pescadores que todavía usan lanchas y motores antiguos. Mientras la pesca deportiva en Italia se prepara para entrar en el nuevo milenio, existe todavía un gran potencial de crecimiento tanto entre los entusiastas a la pesca como en el mercado de fuerabordas de pequeña cilindrada.

Enviado por Lorenzo Zanaboni, Belgarda

New Manager Outlines Aggressive '99 Program

At the recent YMENV Water Vehicle Workshop for the '99 season held at YMC's Communication Plaza, Belgarda's Marine Division Manager, Mr. Lorenzo Zanaboni gave the following description of their active policy for the coming season.

In Italy, the large majority of Water Vehicle sales are to rental operators. For this season Belgarda has created blank ads for use by local dealers, supported local races and issued petrol coupons as some of their measures to promote Yamaha Water Vehicle sales. Another part of their marketing program includes active approaches to yacht owners and motorcycle magazines.

Since Italy has national race series competed in eight categories in three classes, Belgarda is also active in racing as a means to promote Yamaha Water Vehicles.



*Mr. Zanaboni talks about Belgarda's '99 policy at the meeting
Zanaboni habla de la política comercial de Belgarda para 1999*



*Test riding the new SUV
La prueba de manejo de la nueva SUV*

Agresivo programa del nuevo director para 1999

En el reciente Taller de Motos de Agua de YMENV para la temporada 1999 celebrado en la Communication Plaza de YMC, el director de la División Marina de Belgarda, Lorenzo Zanaboni, describió la política comercial para esta temporada.

En Italia, la gran mayoría de las ventas de motos de agua se hacen a empresas de alquiler. Para esta temporada, Belgarda ha puesto en marcha ciertas medidas para promover las ventas de motos de agua Yamaha como la creación de anuncios para que puedan usar los concesionarios locales, el patrocinio de diversas carreras y la emisión de vales de gasolina. Otra parte de su programa de marketing consiste en contactar a los propietarios de yates y a las revistas de motos.

Dado que el campeonato nacional italiano consiste de ocho categorías en tres clases diferentes, Belgarda también participa en las carreras como otra forma de promocionar las motos de agua Yamaha.

Comments by main dealers

Our Italian markets

Comentarios de nuestros principales concesionarios

Nuestros mercados italianos



Mr. Piergiulio Magni (Northern Italy)

"Yamaha products carry the image of high quality in our market. The Yamaha 4-stroke F40, F50 and the new F100 can be seen often now on Lake Garda.

For Water Vehicles we have an Italian national championship series competed in two classes, one of which is exclusively for the Super Jet. Here in northern Italy 90% of the Water Vehicle demand is for racing."

Piergiulio Magni (Italia settentrional)

"Los productos Yamaha tienen una imagen de gran calidad en nuestro mercado. Los F40 y F50 de 4 tiempos, así como el nuevo F100, pueden verse ahora a menudo en el Lago Garda.

En cuanto a las motos de agua, una de las dos categorías del campeonato nacional italiano es exclusivamente para las Super Jet. Aquí, en el norte de Italia, el 90% de la demanda de motos de agua es para competir."

Mr. Giuseppe Cusimano (Southern Italy)

"In my territory, pleasure boating is popular. In the adjacent Adriatic Sea big game fishing for tuna is also popular. The motors used are at least twin 100 hp outboards. One recent trend is the increase in requests for 4-strokes."

Giuseppe Cusimano (Italia meridional)

"En mi región son muy populares las lanchas de recreo. En el Mar Adriático, la pesca deportiva del atún es también popular. Las lanchas están equipadas por lo menos con dos fuerabordas de 100 caballos. Una tendencia reciente es el aumento de pedidos de 4 tiempos."

Mr. Antonio Sorano (Sicily)

"My market is about half and half, tourism and sport fishing. Until a few years ago most of the demand was for 25 hp outboards but now it has risen to 40 to 100 hp or above. Italians know how to enjoy life. I myself like to get out on the weekends and enjoy any kind of vehicle with speed; cars, motorcycles and of course boats."

Antonio Sorano (Sicilia)

"Mi mercado se divide por igual entre el turismo y la pesca deportiva. Hasta hace pocos años, la mayoría de la demanda era por fuerabordas de 25 caballos pero ahora predominan los de 40 a 100 o más. Los italianos saben cómo disfrutar de la vida. A mí, por ejemplo, me gusta salir por ahí los fines de semana y disfrutar con cualquier tipo de vehículo: autos, motos y por supuesto lanchas."

Mr. Alberto Toffoloni (Sardinia)

"In the territory I am in charge of, about 80% of the outboards are used for pleasure boating and my intention is to build on this demand even more with a working motto that 'customer satisfaction is the best PR.' Our biggest sellers are the 25 hp to 40 hp 2-strokes. And the F40 and F50 4-strokes are coming along too. Ours is an area with lots of islands and many people like to tour from one island to another."

Alberto Toffoloni (Cerdeña)

"En la región a mi cargo casi el 80% de los fuerabordas se usa en lanchas de recreo y mi intención es aumentar esta demanda aún más bajo el lema 'la satisfacción del cliente es la mejor política de relaciones públicas'. Los motores que más vendemos son los 2 tiempos de 25 a 40 caballos y luego los 4 tiempos F40 y F50. La nuestra es una zona con muchas islas y a la gente le gusta mucho ir de una isla a otra."



Mr. Piergiulio Magni
Piergiulio Magni



Mr. Giuseppe Cusimano
Giuseppe Cusimano



Mr. Antonio Sorano
Antonio Sorano



Mr. Alberto Toffoloni
Alberto Toffoloni

Building Ever Stronger Family Bonds

At the end of last year 26 outstanding Italian dealers were invited on a trip to Japan, and as part of their itinerary they visited Yamaha outboard motor manufacturer Sanshin Industries where they were given a tour and a welcoming reception by the employees. Here is a summary of their unanimous impression of the factory: "Everything was so well organized. We never thought it would be such a large plant. The organization looked perfect in every aspect; from testing of the motors for exhaust gas and performance tests in a water tank, all the way to propeller inspections. We got so involved in watching the final inspections for a number of models that we went way over our scheduled time. Having seen these production lines, we feel much closer to Yamaha and will be able to recommend their products with even more confidence than before."



The factory tour Visitando la fábrica

Accompanying the Italian dealers on this trip were Yamaha Motor Netherlands BV's Mr. Ferdinand Altenburg, Sales Promoter for Marine Products, and Yamaha Motor Europe NV's Mr. Sander Van de Ven, Area Manager, Marine Marketing & Sales. They commented: "This Japan trip was the first time for both of us. We visited a lot of interesting sites with the Italian dealers and Belgarda staff. The highlight of this trip was the Yamaha head office in Iwata and the visit to the Sanshin outboard factory. Especially, we greatly appreciated the visit to the Communication Plaza and the Welcome party by the Yamaha staff.

The chance to see the birth of Yamaha outboards at Sanshin impressed us a lot. The Sanshin employees gave us thorough explanations on all kind of questions, their answers clearly showed their great love for the Yamaha products.

Another big benefit was interacting with the Italian dealers. At first we were a bit worried because most of them only speak Italian, but as we found out we could manage very well with German, English and the International language of humor. During the trip, friendship was born and we look forward to meeting everybody again to deepen the relationship!"



Mr. S. Van de Ven (left) and Mr. F. Altenburg
S. Van de Ven (izquierda) y F. Altenburg



Fortaleciendo aún más los lazos familiares

A finales del pasado año, 26 destacados concesionarios italianos fueron invitados a viajar a Japón y, dentro de su itinerario, a visitar Sanshin Industries, donde se fabrican los fuerabordas Yamaha. He aquí algunas frases que resumen sus impresiones de la fábrica: "Todo estaba muy bien organizado. Nunca pensamos que sería tan grande. La organización era perfecta en cada aspecto: desde las pruebas de gases de escape y verificaciones de rendimiento en un tanque de agua hasta las inspecciones de las hélices. Estábamos tan absortos observando la inspección final de varios modelos que no nos dimos cuenta que se nos había pasado tanto la hora. Después de ver las líneas de montaje nos sentimos más cercanos a Yamaha y podemos recomendar sus productos con mayor confianza que antes."

Ferdinand Altenburg, promotor de productos marinos de Yamaha Netherlands BV, y Sander Van de Ven, gerente regional de Yamaha Motor Europe NV, acompañaron a los concesionarios italianos en

este viaje. Altenburg comentó: "Este fue nuestro primer viaje a Japón. Visitamos muchos lugares interesantes junto a los concesionarios italianos y al personal de Belgarda. Las visitas a la sede de Yamaha en Iwata, a la planta de fuerabordas de Sanshin y al Communication Plaza fueron las más destacadas del viaje. Estamos muy agradecidos por la fiesta de bienvenida que nos dio el personal de Yamaha. Poder ver el nacimiento de los fuerabordas Yamaha en Sanshin nos impresionó mucho. Los empleados de Sanshin respondieron a todas nuestras preguntas y a través de sus respuestas pudimos ver la pasión que sienten por los productos Yamaha.

Otro hecho positivo fue la interacción con los concesionarios italianos. Al principio nos preocupamos porque la mayoría sólo hablaba italiano, pero luego nos dimos cuenta que podíamos arreglárnoslas muy bien con alemán, inglés y un poco de buen humor. Durante el viaje abundó la amistad y esperamos volver a verlos a todos pronto para profundizar nuestra relación.

The Basics of 4-Stroke Engines - Part 1

Conocimientos básicos de los motores de 4 tiempos - Primera parte



Introduction

In recent years increasing attention is being brought to bear on the deterioration of the world environment. While until recently outboard motors have been powered by 2-stroke engines, there are now a growing number of 4-stroke outboards, with their inherently cleaner exhaust.

Considering this trend, we will devote our coming installments of this One-Point Advice column to a review of basic knowledge of 4-stroke engines.

Heat Engine

A heat engine is one that changes the heat energy resulting from the combustion of fuel into kinetic energy. If expressed as a diagram it looks like this:



The end product is kinetic energy harnessed as a power source.

In order to convert heat energy into kinetic energy (power) some kind of fluid that serves as a medium is necessary. In other words, a working fluid is necessary. Heat engines can be divided into two main categories depending on how the heat is applied to the working fluid. The first is the type you see in many kinds of engines where the combustion of fuel occurs in a cylinder. Since in this case the working fluid (fuel) itself creates the heat-producing reaction, this type is called the internal combustion engine. The other category is one in which, as with a steam engine, heat energy produced outside the engine is conveyed to the working fluid (water → steam). This type is thus called the external combustion engine.

Introducción

En los últimos años se presta cada vez más atención al deterioro del medio ambiente. Hasta hace poco, los fuerabordas más usados eran de 2 tiempos, pero ahora, debido a gases de escape más limpios, la demanda de fuerabordas de 4 tiempos es cada vez mayor.

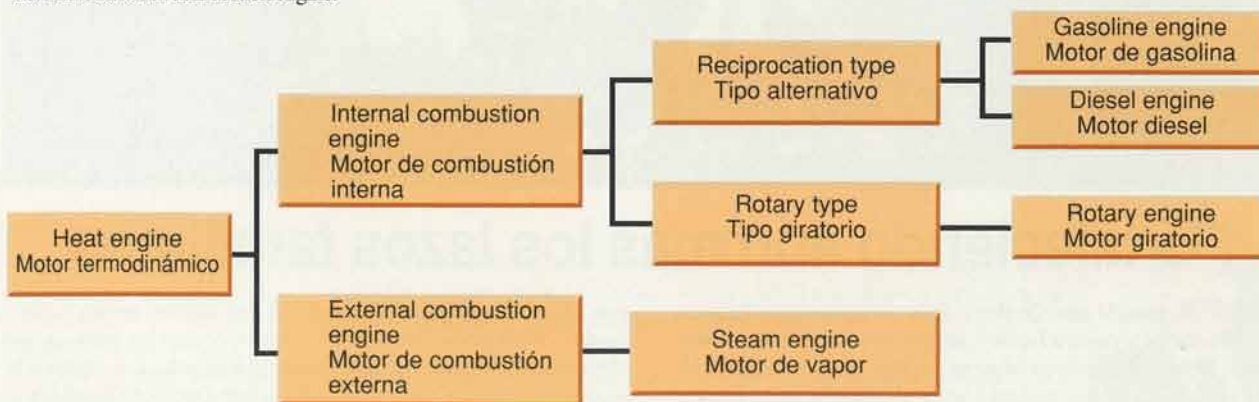
Teniendo en cuenta esta tendencia dedicamos esta página y las siguientes de esta serie a una revisión de los conocimientos básicos de los motores de 4 tiempos.

Motor termodinámico

Llamamos motor termodinámico a aquél que transforma el calor resultante de la combustión de un cierto combustible en energía cinética. Si se utiliza un diagrama es de la siguiente forma:

El producto final es energía cinética aprovechada como fuente de movimiento.

Para convertir energía térmica en cinética hace falta un medio de transmisión. Los motores termodinámicos pueden dividirse en dos categorías dependiendo de cómo se transfiera el calor al medio de transmisión. En la primera, la fuente de calor es interna como ocurre cuando se quema combustible dentro de los cilindros. Como en este caso el calor es aplicado al medio de transmisión, los motores pertenecientes a esta categoría se llaman de combustión interna. En la segunda, la fuente de calor es externa como ocurre cuando se calienta agua con calor del exterior. Los motores pertenecientes a esta segunda categoría se llaman de combustión externa.



With respect to these classifications of heat engines, most outboard motor engines fall in the gasoline engine category, and these are further subdivided into 2-stroke and 4-stroke engines. In this series we will be explaining the 4-stroke gasoline engine. (To be continued in the next issue)

Con respecto a esta clasificación, la mayoría de los fuerabordas son motores de gasolina que, a su vez, se dividen en motores de 2 y 4 tiempos. En esta serie explicaremos el motor de gasolina de 4 tiempos. (Continúa en la próxima edición)

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

Dr. Ikoma
 Chantey Editorial Room
 AD Dept., PR Division
 Yamaha Motor Co., Ltd.
 2500, Shingai, Iwata, Shizuoka, 438-8501, Japan



News Round-up



USA

EE UU

US-made SUV1200 "Watercraft of the Year"

The USA's *Watercraft World* magazine recently named the Yamaha WaveRunner SUV1200 its 1999 American "Watercraft of the Year." The winner of this coveted award is selected from among the new models released during the previous year by the editors of *Watercraft World*. In the seven years since the awards' inauguration in 1993, Yamaha Water Vehicles have been named "Watercraft of the Year" five times. The SUV1200 is manufactured in the USA by Yamaha's new U.S. Water Vehicle manufacturing subsidiary, Tennessee Watercraft Inc. (TWI). It was developed and designed at YMC in cooperation with YMUS and TWI, and is as good as it is thanks to the solid teamwork of the 3 companies. This model is a very innovative, an outstanding example of forward-looking teamwork between Yamaha and TWI's Engineering Group, led by Mr. R. Bills.

From Mr. Tsutomu Hattori, YMC, Japan

Mr. Mabuchi, President of Yamaha Motor Corp., USA and Mr. Sano, Senior General Manager of YMC's Water Vehicle Operations cut the tape on the new Yamaha Water Vehicle line-off in January



La SUV1200 elegida "Embarcación del Año"

La revista norteamericana *Watercraft World* ha nombrado recientemente a la WaveRunner SUV1200 "Embarcación del Año 1999" en EE UU. Los redactores de la revista eligen el modelo ganador entre todos los nuevos modelos presentados en el país durante el año anterior. En los siete años transcurridos desde que se otorgó el primer premio en 1993, las motos de agua Yamaha fueron cinco veces ganadoras. La SUV1200 se fabrica en Estados Unidos por Tennessee Watercraft Inc. (TWI), la nueva filial norteamericana dedicada a la fabricación de motos de agua Yamaha. Creada en YMC con la cooperación con YMUS y TWI, la SUV1200 es tan buena como su reciente premio indica. Este original modelo es un ejemplo notable del buen trabajo conjunto realizado entre Yamaha y el grupo de ingeniería de TWI liderado por R. Bills.

Enviado por Tsutomu Hattori, YMC, Japón

El director Mabuchi de Yamaha Motor Corp., USA y el director general Sano, de la sección de Motos de Agua de YMC, cortan la cinta de la nueva fábrica de motos de agua Yamaha

TAIWAN

TAIWAN

Aiming to Grow Water Vehicle Market

Mr. Sung Nong-Chin of Yamaha Motor Taiwan was a special guest recently at the Western Japan regional meeting of Yamaha Motor Marketing Japan's '99 National Water Vehicle Business Meetings for dealers. He was there to pick up hints about organizing dealer meetings that could be put to use back in Taiwan. "I came to learn ways to expand and strengthen the functions of our dealer meetings in Taiwan.

Japan's is a more mature market than Taiwan's, so there is lot we can learn. Also the sites were great; briefings in a hotel conference center, test rides on a Water Vehicle recreation area. Taiwan's market is still small but I hope to use this kind of meeting and test rides to help develop it."



Dispuesto a ver crecer el mercado de las motos de agua

Sung Nong-Chin de Yamaha Motor Taiwán fue recientemente un invitado especial en la reunión regional 1999 de los concesionarios de motos de agua del oeste de Japón. Sung fue invitado para que tenga la oportunidad de sacar ideas sobre la forma de organizar las reuniones de concesionarios de Taiwán.

"Vine a ver de qué forma podemos expandir y reforzar nuestras reuniones de concesionarios en Taiwán. Japón es un mercado más maduro que el de Taiwán y hay muchas cosas que aprender. Incluso los lugares donde se celebran son magníficos: las reuniones en las excelentes instalaciones de un hotel y las pruebas de manejo en la zona reservada para motos de agua. El mercado en Taiwán es todavía pequeño pero espero usar mi experiencia en este tipo de reuniones y pruebas de manejo para ampliarlo."

FRANCE

FRANCIA

Dealer Meeting in Bandol

In four two-day sessions over the period from January 19 to 29, Yamaha Motor France welcomed some 140 representatives from 85 marine dealerships nationwide to its '99 dealers meeting in Bandol near Marseilles on France's Mediterranean coast. In addition to introductions of the new '99 models, 17 different boats ranging from inflatables and open boats to cabin fishing boats were prepared with different motors for test rides, including six units of the hot 4-stroke F100. Weather was fine but windy and the dealers seemed pleased to be able to put the motors through their paces and experience their performance firsthand. Another special session was also held exclusively for the press, with 25 journalists attending. In the dealer meetings particular attention was brought to bear on the new Yamaha Visual Identity standards that are being promoted throughout Europe.

From Mr. Charles-Etienne DEVANNEAUX, Yamaha Motor France

Convención de concesionarios en Bandol

Del 19 al 29 de enero en Bandol, sobre la costa francesa del Mediterráneo cerca de Marsella, Yamaha Motor de Francia celebró la Convención de Concesionarios 1999 con la presencia de 140 representantes de 85 concesionarios de productos marinos de todo el país. Además de presentar los nuevos modelos 1999, 17 embarcaciones, desde botes inflables hasta lanchas con pesca con cabina, equipadas con diferentes motores, incluso seis F100 de cuatro tiempos, estuvieron disponibles para pruebas de manejo. Los concesionarios estuvieron satisfechos de poder probar a fondo los motores personalmente. También hubo una sesión especial dedicada exclusivamente a los medios de comunicación en la que participaron 25 periodistas. El tema principal de la convención, dividida en cuatro sesiones de dos días cada una, fue la nueva imagen visual de Yamaha y las nuevas normas a seguir en Europa.

Enviado por Charles-Etienne DEVANNEAUX, Yamaha Motor France



News Round-up

HONG KONG

HONG KONG

Rescue Training with Personal Watercraft

From January 25 to 29 the 1st Asia Pacific Rescue Training Camp focusing on rescue activities using personal watercraft was held at Hong Kong's Shek O Beach. The event was organized by the Hong Kong Life Saving Society with Yamaha Motor China Ltd. serving as one of the sponsors and supplying a WaveVenture 700 Yamaha Water Vehicle as training craft.



From Mr. Jun Nakata, Water Vehicle Operations, YMC

Some 50 participants from Hong Kong, Japan, Macao, Malaysia and Taiwan received training in equipment maintenance and spinal injury treatment, as well as trouble shooting, rescue techniques, physical training, etc. The training the participants received will surely contribute to proper riding and education concerning personal watercraft while enhancing their role as rescue craft.

Prácticas de salvamento con embarcaciones personales

Del 25 al 29 de enero en la playa Shek O Beach de Hong Kong tuvieron lugar las Primeras Prácticas de Salvamento Asia-Pacífico con embarcaciones de uso personal. El acontecimiento fue organizado por la Asociación de Salvavidas de Hong Kong con el patrocinio de Yamaha Motor China Ltd. que suministró una moto de agua Yamaha Wave Venture 700 para el desarrollo de la instrucción.

Unos 50 participantes de Hong Kong, Japón, Macao, Malasia y Taiwán recibieron instrucción en mantenimiento de equipos y tratamiento de lesiones a la columna así como reparación de averías, técnicas de salvamento, preparación física, etc. La capacitación recibida por los participantes contribuirá sin duda a una adecuada conducción y conocimiento de las embarcaciones de uso personal y a subrayar la importancia de estas embarcaciones como vehículos de salvamento. Enviado por Jun Nakata, Div. de Motos de Agua, YMC, Japón

Ms. Patricia Kost-Hermanns Marketing Assistant, Marine Engines, Yamaha Motor Europe NV, Netherlands

Hi there! My name is Patricia Kost-Hermanns. My job consists largely of handling orders, forecasting intake and preparing sales/marketing reports on the central stock of V4 and V6 outboards. I think my strong points are that I'm optimistic and spontaneous. My hobbies are movies and reading and enjoying holidays. What interests me most is getting to know other peoples and cultures. That's part of the reason I enjoy being part of the worldwide Yamaha family. Our mottos at work are "Kando" and believing in the "new standard of performance." That was quite evident in such events as when we introduced the Yamaha F100 to the press in Germany last year; we heard only positive comments about this new outboard.



Patricia Kost-Hermanns Auxiliar de Márketing, Motores marinos, Yamaha Motor Europe NV, Holanda

¡Hola a todos! Me llamo Patricia Kost-Hermanns. Mi trabajo consiste principalmente en atender pedidos, hacer pronósticos y preparar informes de ventas y marketing de acuerdo con el inventario central de fuerabordas V4 y V6. Creo que mi punto fuerte es que soy optimista y espontánea. Me gusta mucho el cine y la lectura, y disfruto mucho de las vacaciones. Lo que más me interesa es conocer a otras personas y otras culturas, y por eso me encanta formar parte de la familia Yamaha. Los lemas de nuestro trabajo -"Kando" y creer en "la nueva norma del rendimiento"- fueron demostrados en muchas ocasiones, como cuando presentamos el Yamaha F100 a la prensa alemana el año pasado: sólo oímos comentarios favorables sobre este nuevo fueraborda.

Chantey lady
La señorita Chantey

SAUDI ARABIA

ARABIA SAUDITA

Third Dealers Meeting Held

On January 30, Sheikh Saad Al Khorayef, owner and president of Yamaha's marine distributor in Saudi Arabia, Al-Khorayef Commercial Co., Ltd., presided over the company's 3rd Dealer Meeting along with the company's Marine Division General Manager, Mr. Abdulatif Al Dalgan and Sales and Marketing Manager, Mr. Ferid Jebiniani and department heads from Parts, Service and Finance. Also in attendance from Japan's YMC were Mr. M. Oshio of Marine Operations and Service Operations representatives Mr. T. Himeno and Mr. W. Adel. The meeting included presentations on 1998 business results and sales/marketing plans for '99. Mr. Himeno gave a talk on the Yamaha four strokes and the strategy for these models in the Gulf region.



From Mr. Ferid Jebiniani, Al-Khorayef Commercial Co., Ltd.

Tercera reunión de concesionarios

El 30 de enero, el jeque Saad Al Khorayef, propietario y director del distribuidor de productos marinos Yamaha en Arabia Saudita, Al-Khorayef Commercial Co., Ltd., presidió la tercera reunión de concesionarios junto con el director general de la División Marina Abdulatif Al Dalgan, el director de Marketing Ferid Jebiniani y los jefes de los departamentos de Componentes, Servicio Técnico y Finanzas. Por parte de YMC Japón asistieron M. Oshio del departamento marino y los representantes del departamento de servicio técnico T. Himeno y W. Adel. La reunión incluyó la presentación de los resultados 1998 y los planes de ventas y marketing para 1999. El Sr. Himeno dio una charla informal sobre motores de 4 tiempos y la estrategia a seguir con estos modelos en la región del Golfo.

Enviado por Ferid Jebiniani, Al-Khorayef Commercial Co., Ltd.

JAPAN

JAPON

YAM380F Chosen as Fire Dept. Rescue Craft

The thirteen local Fire Departments of Kochi City on the island of Shikoku have recently acquired YAM380F inflatable boats outfitted with Yamaha outboards as lifesaving craft.

Last September, several days of intense rain caused severe flooding in Kochi, and since then the city has undertaken a number of measures to strengthen its disaster preparedness. One of these was the acquisition of inflatable boats to serve in rescue operations. The YAM380F, which is sold as a set with a Yamaha 9.9 two-stroke outboard, was chosen for its ease of use, stable floatability and ample mobility. After the official delivery ceremony on March 19, Fire Department personnel were given a training course in the use of the YAM380F and the Yamaha outboard on the Kagami River that flows through Kochi.

La YAM380F elegida Embarcación de Salvamento del Cuerpo de Bomberos

Los trece Cuerpos de Bomberos locales de la ciudad de Kochi, en la isla de Shikoku, han adquirido recientemente botes inflables YAM380F equipados con fuerabordas Yamaha destinados a operativos de rescate y salvamento.

Desde las graves inundaciones ocurridas el pasado septiembre en Kochi tras varios días de intensas lluvias, la ciudad ha tomado una serie de medidas para reforzar la preparación frente a los desastres naturales. Una de éstas fue la adquisición de botes inflables YAM380F, vendidos junto con un fueraborda Yamaha de 2 tiempos de 9,9 caballos. Estos botes fueron elegidos por su facilidad de uso, gran estabilidad y amplia movilidad. Después de la ceremonia de la entrega oficial del 19 de marzo, el personal del Cuerpo de Bomberos recibió un curso de capacitación sobre el uso de los YAM380F y del fueraborda Yamaha en el río Kagami de Kochi.



Big Turnout for Dealer Meeting

When Yamaha's Turkish distributor Burla Machinery held its 10th Dealer Meeting at the Adonis Hotel in Antalya on Feb. 12 and 13, some 52 representatives gathered from 38 dealerships nationwide. The theme was "Yamaha Spirit" and the goal was maintaining Yamaha's position of leadership in the Turkish marine market, as the dealers listened to reports on the important political, economic and maritime market developments, followed by presentations on the Yamaha marketing strategies and objectives for 1999. There were also introductions of the 1999 models, including the new 4-stroke outboard motors and the XL700X and XL1200XA-Limited Water Vehicles, along with CD-ROM shows.

Dealer solidarity had also been highly visible two months earlier when Burla launched a booth at the 18th Istanbul International Boat Show held at that city's World Trade Center from Dec. 11 to 20. Nine authorized dealers in matching uniforms had joined the Burla staff to welcome and talk to visitors to the Yamaha booth.

From Mr. Orhun Şentürk, Burla A. Ş.

Gran concurrencia en la reunión de concesionarios

El 12 y 13 de febrero, 52 representantes de 38 concesionarios turcos asistieron a la décima edición de la Reunión de Concesionarios organizada por Burla Machinery, el distribuidor de Yamaha en Turquía, en el hotel Adonis de Antalya. El lema fue "El espíritu de Yamaha" y el objetivo mantener la posición dominante de la marca en el mercado turco. Los asistentes escucharon informes sobre importantes acontecimientos políticos, económicos y del mercado marítimo, además de presentaciones de las estrategias y objetivos de marketing de Yamaha para 1999.

También se presentaron los modelos 1999, entre ellos los nuevos fuerabordas de 4 tiempos y las motos de agua XL700X y XL1200XA-Limited, y publicidad en CD-ROMs.

La solidaridad entre los concesionarios se había hecho evidente dos meses antes cuando Burla presentó un stand en el XVIII Salón Náutico Internacional de Estambul, celebrado en el World Trade Center de la ciudad del 11 al 20 de diciembre. Nueve personas de los concesionarios perfectamente uniformados se unieron al personal de Burla para dar la bienvenida y hablar con los visitantes en el stand de Yamaha.

Enviado por Orhun Şentürk, Burla A.Ş.



North Africa Distributor Meeting & Moped Conference

On March 18 and 19, a North Africa Distributor Meeting & Moped Conference was held in the Tunisian capital, Tunis. Nineteen distributor representatives from 15 African countries joined staff from Yamaha's Turkish production base, Beldeyamah and YMENV, including its president, Mr. Hiroshi Tanaka, for a total of 40 people. The attendants heard an OMDO presentation on sales and service policies for the Yamaha 2- and 4-stroke outboards, comparisons of 2- and 4-strokes, introduction of the new Arabic outboard leaflets prepared specially for North Africa and introductions of the '99 Water Vehicle line-up and a review of the ordering process for them. During the course of the conference there was also opportunity for the participants to visit the Al-Kartaoui Yacht Harbor at Sousse, a tourist center where Yamaha has a commanding 90% market share, for a firsthand look at pleasure boats mounted with Yamaha outboards.

From Emiko Tanaka, OMDO, YMC



Convención y reunión de distribuidores norteafricanos

El 18 y 19 de marzo tuvo lugar en Túnez la convención y reunión de distribuidores del Norte de África, a la que asistieron diecinueve representantes de 15 países y personal de la base de producción turca Beldeyamah de Yamaha y de YMENV, entre ellos su director, el Sr. Tanaka.

Los asistentes, 40 en total, escucharon presentaciones de OMDO sobre política de ventas y servicio técnico de los fuerabordas de 2 y 4 tiempos, comparaciones entre los modelos de 2 y 4 tiempos, presentaciones de los nuevos folletos de fuerabordas en lengua árabe preparados especialmente para África del Norte así como una presentación de las motos de agua para 1999 y un repaso de cómo procesar los pedidos. Durante la convención, los participantes tuvieron también la oportunidad de visitar el puerto de lanchas de Al-Kartaoui en Sousse, un centro turístico donde Yamaha tiene el 90% del mercado, y observar en directo las lanchas de recreo equipadas con fuerabordas Yamaha.

Enviado por Emiko Tanaka, OMDO, YMC

Emergency Aid to Colombia from Sanshin

On March 5, representatives of Yamaha's marine engine manufacturer, Sanshin Industries, visited the Colombian Embassy in Tokyo to deliver to Colombia's Ambassador to Japan, Mr. Ricardo Gutiérrez, a donation toward the disaster relief work now going on in Colombia in the wake of the devastating January 25 earthquake that left many homeless and some 200,000 citizens without vital life-support infrastructure.

The donation collection began spontaneously among Sanshin employees on the first news of the disaster. Upon receiving the Sanshin donation the Ambassador expressed his gratitude, commenting that much time and money will be necessary to rebuild and restore life to normal in the stricken area and that every effort is being made to make sure that donations like this are put to effective use.

From Mr. Hideki Aoyama, Marine Engine Operations, YMC

Sanshin's Mr. Ueno and Mr. Nakamura present the donation to Ambassador Gutiérrez.



Ayuda de emergencia a Colombia

El 5 de marzo, representantes del fabricante de motores marinos de Yamaha, Sanshin Industries, visitaron la embajada colombiana en Tokio para entregar al Embajador Sr. Ricardo Gutiérrez una donación con el fin de ayudar al país tras el devastador terremoto del 25 de enero. El terremoto dejó a muchas personas sin techo y destruyó la infraestructura de servicios básicos afectando a unos 200.000 ciudadanos.

La recolección de fondos empezó espontáneamente entre los empleados de Sanshin no bien se oyeron las primeras noticias del desastre. Al recibir la donación, el embajador expresó su gratitud y comentó que hace falta mucho tiempo y dinero para reconstruir la zona devastada, pero aseguró que se está haciendo todo lo posible para que donaciones como ésta se usen de forma efectiva para paliar la catástrofe.

Enviado por Hideki Aoyama, Div. de Motores Marinos, YMC

El Sr. Ueno y el Sr. Nakamura de Sanshin presentan la donación al embajador Gutiérrez.

Good Show! YAMAHA ¡Bien hecho, Yamaha!



European Water Vehicle Workshop for '99

Taller europeo de motos de agua 1999

Just as Japan's famous sakura, or cherry blossoms, were starting to bloom on the 25th and 26th of March, Water Vehicle department representatives from European distributors gathered at the "YMENV Water Vehicle Workshop Meeting for '99 Season" hosted by YMC's Water Vehicle Operations. The participants included Mr. Tarmo Vuojarvi of Finland's KESKO, Mr. Denis Ricard and Mr. Guillaume Verbrugge of Yamaha



*In front of the Communication Plaza monument
Delante del monumento en Communication Plaza*

Motor France, Mr. Nikos Chatzinikolaou of Greece's Yamaha Motor Hellas, Mr. Pieter Stalenhoeft of Yamaha Motor Netherlands B.V., Mr. Lorenzo Zanaboni of Italy's Belgarda, Mr. Victor Gonzales and Mr. Miquel Guarnier of Yamaha Motor España and Mr. David Pougher of Yamaha Motor UK along with YMENV's Mr. Hans Niewenhuis, Mr. Jean-Christophe Van Acker and Ms. Ria van Beek. On the 25th, Mr. Akira Sano, YMC Senior General Manager, Water Vehicle and Marine Engine Operations, joined the participants at a casual dinner and spoke of future business development.

First on the agenda when the meetings convened at YMC's Communication Plaza were an introduction by Mr. Niewenhuis followed by a presentation of the overall European business results for 1998 and prospects for '99 by Mr. Van Acker. The reports that followed from each country on '98 results and programs for the future went well past the allotted time and the closing presentation had to be rescheduled for the following day, before the new-product test rides. The closing discussion helped bring a consensus that the importers and distributors in each country are market leaders but also challengers at the same time, with a need for strengthened communication and new programs. Participant enthusiasm was evident again at the test rides on Lake Hamana-ko of models including the XL1200 Ltd., WB800 and the Super Venture SUV. Mr. Vuojarvi commented, "The speed is really exciting. The XL1200 and SUV are so stable, too. The WB800 is so quiet and great fun to do turns on. When I take my 4-year-old son to the cottage in the summer it is hard to get him to sleep at night, but when I take him out cruising on a Yamaha Water Vehicle he falls asleep right away!"

After the 2-day conference that participants enjoyed a tour of Kyoto.



*At the marina just after the test rides
Los visitantes justo después de las pruebas de manejo*

Motor Francia, Nikos Chatzinikolaou de Yamaha Motor Hellas (Grecia), Pieter Stalenhoeft de Yamaha Motor Netherlands B.V., Lorenzo Zanaboni de Belgarda (Italia), Víctor González y Miguel Guarnier de Yamaha Motor España y David Pougher de Yamaha Motor UK, junto a Hans Niewenhuis, Jean Cristophe Van Acker y Ria van Beek de YMENV, El 25, el Sr. Akira Sano, Director General de Vehículos de Agua y Motores Marinos de YMC, se unió a los participantes en una cena informal y habló sobre el desarrollo futuro de Yamaha.

La reunión empezó con una introducción del Sr. Niewenhuis y la presentación, por parte del Sr. Van Acker, de los resultados globales de las actividades europeas durante 1998 y de las perspectivas para 1999. Los informes que siguieron de cada país sobre los resultados del pasado año y los programas para el futuro duraron más allá del tiempo programado, por lo que la sesión de clausura tuvo que retrasarse hasta el día siguiente, justo antes de las pruebas de manejo de los nuevos modelos. El debate final ayudó a unificar la opinión de que los importadores y distribuidores de cada país son líderes del mercado pero a la vez rivales, y que por lo tanto es necesario reforzar las comunicaciones y los nuevos programas.

El entusiasmo de los participantes volvió a ser evidente en el lago Hamana-ko donde se realizaron las pruebas de manejo de varios modelos, incluso la XL1200 Ltd., la WB800 y la Super Venture SUV. El Sr. Vuojarvi comentó: "La velocidad es realmente emocionante. La XL1200 y la SUV son también muy estables. La WB800 es silenciosa y muy divertida al hacer giros. Cuando llevo a mi hijo de cuatro años en verano a mi casa de campo es difícil hacer que duerma por las noches, pero cuando lo saco de paseo en la moto de agua se duerme de inmediato." Terminados los dos días de conferencia, los participantes disfrutaron de un viaje a Kioto.



*Mr. Niewenhuis gives the closing speech
El Sr. Niewenhuis pronunciando el discurso de clausura*

From the chief editor

Although "brand" is an intangible thing, it is often the final factor influencing a customer's decision when buying a product. I believe it is often the case that the customer's final decision is affected by such direct or indirect information as "I heard that it has good durability," or "a friend told me they make good products." If brand image is the reputation that spreads based on the actual impressions of the customers, what is the brand image that causes people to choose our products? Does it change by country or by age group? Is there a unified worldwide Yamaha brand image? Write to me about the biggest reason people in your market choose the Yamaha brand, by mail, fax or e-mail at:

<nagasato_masanori@ccgw.yamaha-motor.co.jp>

Masanori Nagasato, Chief Editor of Chantey

Del redactor jefe

Aunque la marca del producto es algo intangible, es a menudo el factor decisivo a la hora de comprar un producto. Personalmente creo que muchas veces el comprador toma la decisión final influenciado por cosas que oyó sobre la marca, como por ejemplo: "escuché que su durabilidad es excelente" o "un amigo me dijo que fabrican muy buenos productos". Si la imagen de una marca es la reputación creada por las impresiones actuales de los clientes, la pregunta es: ¿qué imagen de marca hará que los clientes compren nuestros productos? ¿Cambia según el país y según la edad? ¿Existe una imagen mundial de la marca Yamaha? Escríbanme contándome cuál es la razón principal que tiene la gente de su país al elegir la marca Yamaha.

Escríbanme por carta, fax o correo electrónico a:

<nagasato_masanori@ccgw.yamaha-motor.co.jp>

Masanori Nagasato, redactor jefe de Chantey

