

Bimonthly issued by Yamaha

# Chantey

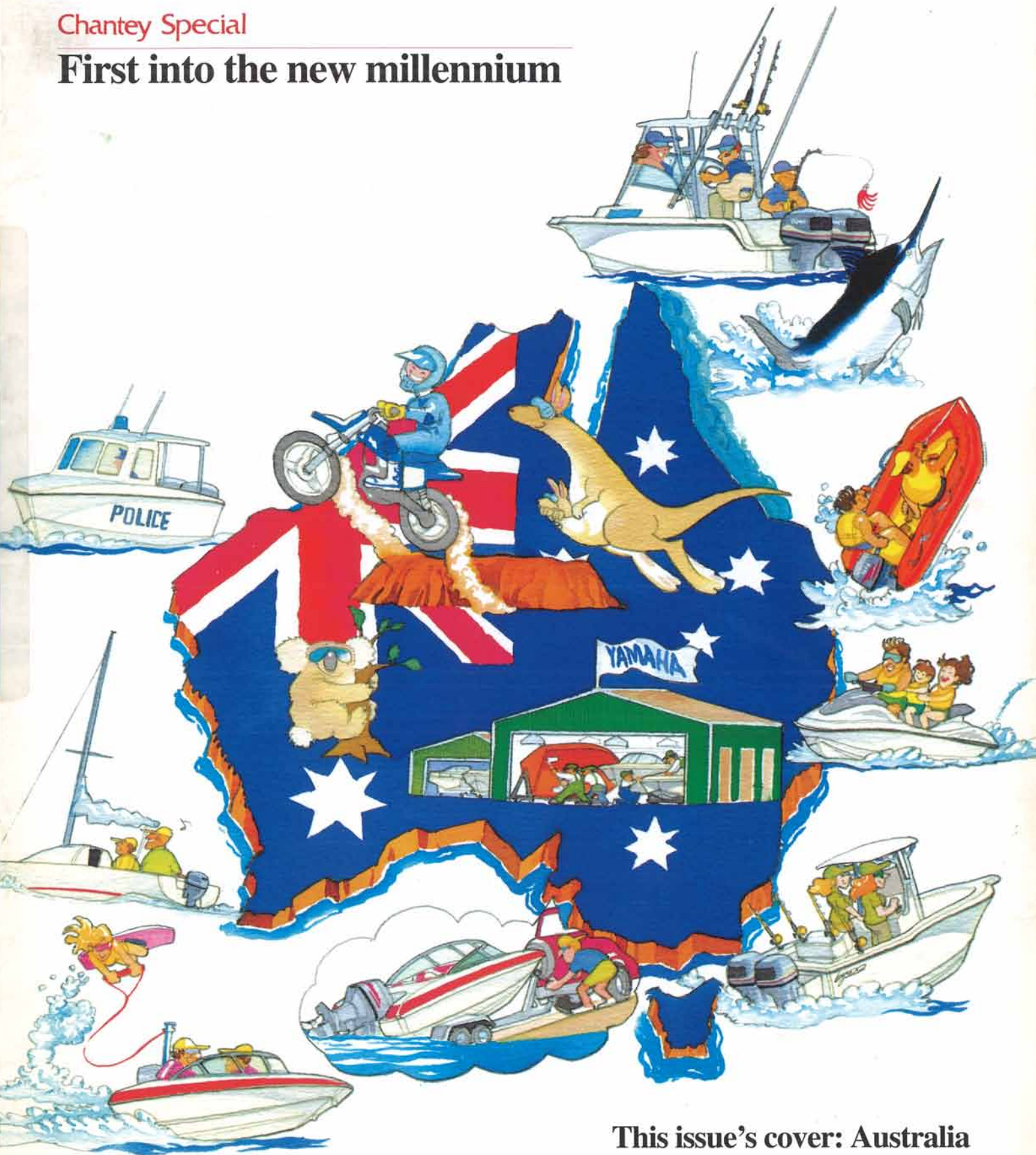
1999 No. 90

ENGLISH/SPANISH VERSION

NEWSLETTER FOR YAMAHA MARINE DEALERS

Chantey Special

**First into the new millennium**



**This issue's cover: Australia**



# First into the New Millennium

Australia is the world's only nation that is a continent unto itself. Stretching some 4,000 km from east to west and 3,200 from north to south, its total area of 7,680,000 square kilometers is roughly the same as the United States. From its coral reef islands and tropical rain forests to its vast expanses of desert and great cities, Australia is a land of rich variety in its geography, climate and the lives its people lead. And with next year's Sydney Olympics fast approaching, life in the "down under" is more exciting than ever.



*The YMA home office  
La sede de YMA*



*Marine leisure is an integral part of life in Australia*

*Las actividades náuticas son parte integral de la vida en Australia*

## En cabeza hacia el nuevo milenio

Australia es el único país del mundo que es a la vez un continente. Tiene 4.000 km. de este a oeste y 3.200 de norte a sur y una superficie de 7.680.000 km<sup>2</sup>, aproximadamente la de Estados Unidos. Desde islas con arrecifes de coral y selvas tropicales hasta enormes desiertos y grandes ciudades, Australia es cuna de una amplia variedad de rasgos geográficos, climas y estilos de vida. Y con los Juegos Olímpicos 2000 acercándose a gran velocidad, la vida en las antípodas es más apasionante que nunca.



## YMA's Corporate History

Founded in 1983, Yamaha Motor Australia PTV Ltd. is a company that today employs about 100 people and boasts six subsidiaries: the boat building company Southwind PTV Ltd., three motorcycle accessory related companies, a marina and a restaurant. The Yamaha brand name is well known throughout Australia and all the major product categories command high levels of market share. Anywhere you go in the country today Yamaha products are at work and play in many different ways, from outboard motors and boats for cruising on scenic bays and golf cars for getting around the course at resorts to ATVs for rounding up cattle or sheep on the open ranges.

## The Marine Division and its Strategies

YMA's Marine Division started operations with the company's founding in 1983. Besides handling Yamaha outboards annually and Water Vehicles, we also manufacture about 200 FRP boats at the Southwind factory in New South Wales. Offering these boats in package deals with Yamaha outboards helps further expand sales.



People enjoying the boating life  
Una escena típica de un puerto deportivo.



Yamaha outboards are used for sports like scuba diving  
Los fuerabordas Yamaha se usan en muchas actividades, por ejemplo para bucear.

## El historial de YMA

Fundada en 1983, Yamaha Motor Australia PTV Ltd. tiene actualmente 100 empleados y seis filiales: la constructora de lanchas Southwind PTV Ltd., tres compañías de accesorios para motos, un puerto deportivo y un restaurante. La marca Yamaha es conocida en toda Australia y en cada una de sus gamas de productos tiene una buena porción del mercado. En cualquier lugar del país se puede encontrar hoy en día productos Yamaha, desde fuerabordas, lanchas de placer y coches de golf hasta todoterrenos anfibios para juntar el ganado vacuno u ovino en vastas praderas.

## La División de Productos Marinos y su estrategia

La División de Productos Marinos empezó a funcionar desde la fundación de YMA en 1983. Además de vender fuerabordas y motos de agua Yamaha, supervisa la fabricación de unas 200 lanchas de fibra en la factoría de Southwind, Nueva Gales del Sur. Estas lanchas se venden equipadas con fuerabordas Yamaha para aumentar aún más su atractivo.

For products like outboards we have built up a retail sales network of 130 shops nationwide, most of which are located along the coasts. By offering our unique Y-Loan and Y-Lease finance systems we help these dealers answer diverse user needs. As for parts service, the adoption of an on-line ordering system has made possible next-day shipment on parts orders. We are also devoting efforts towards dealer education by offering a variety of seminars and distributing our new dealer-oriented marketing manual. These sorts of activities not only build customer satisfaction but also give the dealers a greater sense of satisfaction and trust in Yamaha.

At YMA, our two guiding publicity and advertising goals are to see that Yamaha maintains its advantage as market leader in the 2-stroke outboard market and impressing people with the fact that Yamaha also has the best products in the 4-stroke market. In an effort to increase the effectiveness of our media advertising at the time of the F100 4-stroke outboard release, journalists from eight domestic boating and fishing magazines were invited to a special press introduction that resulted in big exposure in many magazines and newspapers.



An FRP boat built by Southwind mounting a Yamaha outboard (above and below)  
Lancha de fibra construida por Southwind equipada con un fueraborda Yamaha (arriba y abajo)



La venta de fuerabordas se realiza a través de una red de 130 tiendas que abarca todo el país, la mayoría situadas a lo largo de la costa. Planes de financiación preparados exclusivamente por Yamaha y un sistema de leasing permiten a los concesionarios responder a las diversas necesidades de los usuarios. Por otro lado, la adopción de un sistema de pedidos en línea hace posible enviar las piezas y repuestos solicitados al día siguiente. También se están haciendo esfuerzos para mejorar la capacitación del personal de los concesionarios ofreciendo seminarios y la distribución gratuita de un nuevo manual de marketing preparado especialmente para Australia. Esta clase de actividades hace aumentar la satisfacción y confianza de los concesionarios en la marca Yamaha, satisfacción y confianza que también llega a los clientes.

En publicidad, YMA tiene dos objetivos: mantener la ventaja de Yamaha como líder del mercado de fuerabordas de 2 tiempos y destacar el hecho de que los mejores fuerabordas de 4 tiempos del mercado son también Yamaha. Para mejorar la eficiencia de la publicidad del fueraborda F100 de 4 tiempos, se invitó a periodistas de



## Outboard use, Aussie style

Statistics indicate that one in every 25 people in Australia's population of 18 million is a boat owner, making this one of the world's leading marine markets. Here it is quite common to see people driving through town pulling a trailered boat with the family sedan or a pickup truck on their way to the beach.

The biggest single use for outboard motors in Australia is recreational fishing, including everything from trout fishing on the country's rivers and lakes to deep-sea sport fishing for the great marlins or baraumundi. Popular tourist industry uses include hopping between islands with their beautiful coral reefs and cruising the inlets of some of the world's most beautiful natural harbors.

In this highly varied market, Yamaha outboards boast the largest unit-sales volume of any single brand. And the high rate of use among agencies like maritime police also speaks of Yamaha's reputation for unparalleled reliability.



*Thanks to their reputation for reliability marine police also use Yamahas (left and above)  
Gracias a su reputación de ser extremadamente confiables, la policía marítima también usa Yamahas (izquierda y arriba)*



*The SUV1200 Water Vehicle is fast gaining popularity  
La SUV1200 se está haciendo muy popular.*



*Outboards are also used in lifesaving  
Los fuerabordas también se usan para salvamento y rescate.*



*Seasoned old boats like this still have a vital role to play  
Botes viejos como éste todavía cumplen una función vital*

ocho revistas nacionales de náutica y pesca a una presentación especial del modelo previa a su lanzamiento, que tuvo amplia cobertura en los medios de comunicación locales.

## Los fuerabordas en Australia

Las estadísticas indican que en este país de 18 millones de habitantes, una persona de cada 25 tiene una lancha, lo que hace de Australia uno de los mayores mercados náuticos del mundo. En las ciudades australianas, es muy común ver berlinas o furgonetas remolcando lanchas, especialmente en las calles que conducen hacia el mar.

En Australia, los fuerabordas se usan principalmente para salir a pescar desde truchas en los ríos y lagos del país hasta grandes peces espada en alta mar. Es muy popular que la gente de vacaciones vaya de una isla a otra visitando preciosos arrecifes de coral y naveguen alrededor de los puertos naturales más bellos del mundo.

En un mercado tan variado, los fuerabordas Yamaha son los más vendidos y su uso frecuente por instituciones gubernamentales como la policía marítima es fiel reflejo de la excelente reputación y confiabilidad de que goza la marca.

The five major boat shows that are held in the country's five largest cities each year are another unique aspect of Australia's marine market. Unlike other countries' boat shows, many people come to these shows specifically to make their final decisions about what brand and model to buy. This makes each show an important sales season in itself for the distributors and dealers, and their booths are highly competitive showplaces where sales negotiations can begin with the arrival of each new visitor.

## Supporting a Year-round Water Vehicle Market

As part of its sales network for Water Vehicles, YMA has 40 exclusive dealerships concentrated in the coastal regions around the country where, thanks to Australia's warm climate, they are a popular form of leisure recreation all

Los salones náuticos que se celebran cada año en las cinco mayores ciudades del país son otro aspecto único del mercado náutico australiano. A diferencia de otros países, mucha gente se acerca expresamente a estos salones para tomar la decisión final sobre qué marca y qué modelo comprar. Esto hace de cada salón una "importante temporada de ventas" para distribuidores y concesionarios y sus stands son lugares de exposición altamente competitivos donde las ventas pueden empezar con la llegada del primer visitante.

## Apoyo continuo al mercado de las motos de agua

YMA tiene 40 concesionarios que se dedican exclusivamente a vender motos de agua. Gracias al cálido clima australiano, las motos de agua son una forma popular de ocio y entretenimiento durante todo el año. Los concesionarios están muy entusiasmados ahora con la nueva SUV1200 de 4 pasajeros, cuyo lanzamiento está previsto para el último trimestre.

Recientemente, YMA también inició un programa de apoyo a los clubes de motos de agua con objeto de informar sobre su uso correcto y al mismo tiempo fomentar su demanda. La organización de cursos de conducción y de servicio técnico tuvo una excelente acogida entre



year' round. At the dealerships expectations are especially high for the new 4-passenger SUV1200 scheduled for release this autumn.

YMA recently started a program of support for club activities we call our "Club Wave Concept" as a means for informing the market and promoting sound use of the Water Vehicles while at the same time helping build new demand. The Water Vehicle riding courses and service consultation courses that are organized along with the club activities have been extremely well received by the customers.

### Building for the New Millennium

As we look forward to the year 2000 Sydney Olympics, expectations are high for big new developments across Australia. We at YMA are also looking to the future as we pour our energies into the tasks of continued expansion of our sales network, supporting our dealers' sales promotions and developing products tailored to the unique needs of the Australian market, all aimed at making sure we maintain and strengthen our market advantage.



*Cruising in view of Sydney's symbol, the Opera House  
Navegando frente al teatro de la ópera, el símbolo de Sydney*



*Public ramps for launching boats can be found throughout the country  
Rampas públicas para poner lanchas y embarcaciones en el agua pueden encontrarse en todo el país.*

los usuarios.

### Preparados ante el nuevo milenio

Las Olimpiadas de Sydney del año 2000 presentan una oportunidad de un gran desarrollo para Australia. YMA se prepara volcando todas sus energías para continuar expandiendo su red de ventas, apoyando las campañas de promoción de las ventas que realizan los concesionarios, y desarrollando productos que respondan específicamente a las necesidades del mercado australiano. Todo ello con la finalidad de mantener y consolidar su ventaja en el mercado.

### Top Dealer Keeps Getting Better

One of the top marine dealers in Australia in 1998, Terrace Boating & Leisure Centre, got its start 23 years ago with one home berth in the front yard of John and Paulette Padmos. Two years of good sales led John to acquire more land and build an enormous shed as well as a workshop and a spare parts facility. John's brother Peter joined the business 17 years ago, about the time they began handling Yamaha outboards. For the past two years Peter has handled the management role with his wife Jeanette.

In 1998 Terrace Boating faced a loss of some of their water frontage and a drop in sales due to increased difficulty of shop access. Despite these adversities, Peter decided to take Terrace Boating into the year 2000 with a major revamp. The shed was transformed into a spectacular showroom, which has already been the site of a boat show that will become an annual event. They also hope to have product launches in the future.

Throughout the revamp, sales held strong and today Terrace Boating proudly calls itself "The Boss" in the boating industry. To them that means a one-stop boating shop with a full line of top products and service.



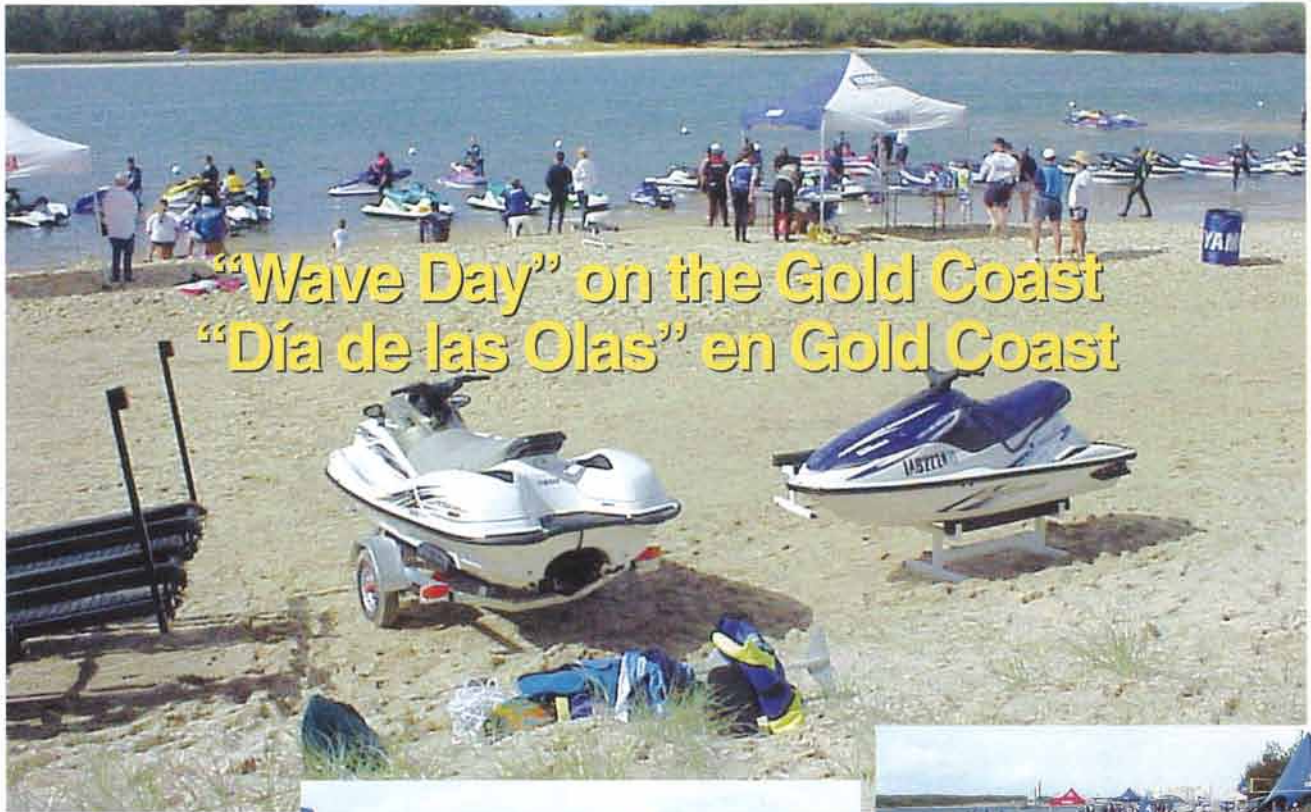
### Nunca hay que darse por vencido

Uno de los concesionarios australianos más destacados de 1998 fue Terrace Boating & Leisure Centre, fundado hace 23 años en el jardín delantero de John y Paulette Padmos. Dos años de excelentes ventas llevaron a John a comprar más terreno y construir una nave de ventas, un taller y un local de venta de repuestos. El hermano de John, Peter, se unió al negocio hace 17 años, justo cuando empezaron a vender fuerabordas Yamaha. En los dos últimos años, Peter y su esposa Jeanette han estado al frente de todas las actividades.

En 1998, una buena parte de la vista y acceso directo al mar de las instalaciones de Terrace Boating resultó bloqueada por otra construcción y las ventas cayeron enormemente. Pero Peter, sin resignarse a su suerte, decidió reformar y modernizar el concesionario pensando en el año 2000. La nave se transformó en una magnífica sala de exposición y ventas que ya ha sido escenario de un pequeño salón náutico que ahora pasará a ser un acontecimiento anual. También esperan poder lanzar nuevos productos en el futuro.

Con esta reforma, las ventas han crecido y hoy Terrace Building se considera con orgullo "el jefe" del sector náutico de la zona. Para ellos esto significa tener instalaciones integradas con una completa gama de destacados productos y un buen servicio.





## “Wave Day” on the Gold Coast “Día de las Olas” en Gold Coast

**Y**amaha Motor Australia teamed up with Gold Coast WaveRunners, Custom Jet Skis of Brisbane and North Coast Jet Skis of Maroochydore to host the inaugural Yamaha “Wave Day” Event at The Spit in Queensland on May 9. The event was put on to give Yamaha WaveRunner customers a fun, non-competitive family-oriented day of on-water activities. Over 100 customers showed up, filling the shore with an impressive display of 44 Yamaha Water Vehicles.

There was a full schedule of activities and things to do for everyone, from ski demonstrations and tips through a timed slalom course and a tour ride on the Broadwater. And while all the Water Vehicles were out on the water there was even volleyball and cricket on the beach. Seven-time National Stand-Up Champion Todd Ross gave his professional tips on riding and Rod Kamp from North Coast Jet Skis gave a brief demonstration on craft troubleshooting.

The whole family could participate in tandem events like a ring toss and the tandem category of the slalom events. All took a break to enjoy a huge pit roast before getting back on the water for more activities.

From all the smiles and the great level of event participation it was clear that everyone thoroughly enjoyed the first Yamaha “Wave Day.” Topping it all off were heaps of prizes and giveaways at the end of the day. For YMA, it was also important that many participants gained more knowledge about and experience on their Yamaha Water vehicles, and gratifying that they can't wait to do it again.

The success of the event also owed much to the support of Queensland Transport, who provided the excellent venue, while the Queensland Water Police showed their commitment to personal watercraft riding by attending the event.



**Y**amaha Motor Australia se asoció con Gold Coast WaveRunners, Custom Jet Skis de Brisbane y North Coast Jet Skis de Maroochydore para celebrar el 9 de mayo el primer “Día de las Olas Yamaha” en la localidad de The Spit, Queensland. El

acontecimiento tuvo como finalidad ofrecer un día divertido a todos los propietarios de WaveRunners Yamaha y sus familias. Unas 100 personas tomaron parte en las actividades llenando la costa con 44 motos de agua Yamaha.

Hubo actividades para todos, desde demostraciones de esquí acuático hasta carreras de eslalom y un viaje por mar abierto. Y mientras unos se divertían sobre el agua, los que se quedaron en la playa se divertían jugando al balonvolea y al cricket. El heptacampeón nacional Todd Ross dio consejos prácticos sobre conducción y Rod Kamp de North Coast Jet Skis una breve demostración sobre reparación de embarcaciones.

Para las familias hubo actividades como lanzamiento de aros y carreras de eslalom en tándem. Después de una pausa al mediodía para comer un gran asado, todos volvieron a disfrutar de más actividades sobre el agua.

Las sonrisas y el alto nivel de participación demostraron que el primer “Día de las Olas Yamaha” fue un verdadero éxito. El día culminó con la entrega de montones de premios y regalos. YMA logró que muchos participantes conocieran más y mejor las motos de agua Yamaha y fue muy gratificante saber que todos no podían esperar para repetir la experiencia.

El éxito se debió en gran medida al apoyo de las autoridades locales y la policía náutica de Queensland demostró gran profesionalismo asistiendo al acontecimiento.



**W**idely recognized as the largest marine exhibition in the southern hemisphere, the Sydney International Boat Show was staged this year from July 22 to 27 on the grandest scale in recent memory, filling all five halls of the Sydney Convention and Exhibition Centre and a generous area of the beautiful Cockle Bay Marina in Sydney Darling Harbour just a few minutes walk from the Centre. Besides being probably the most complete display of marine industry products from boats to marine engines and apparel to be assembled in one place south of the Equator, the Sydney International Boat Show is a total marine happening with plenty of interesting attractions to please the entire family, including everything from fishing clinics and an accessories mall to humorous boat-building contests and thrice-daily fashion parades of marine wear.

Over 70,000 visitors turned out this year to see the on- and off-water exhibitions by hundreds of domestic and international makers, and as

Australia's leading brand in a number of product categories, Yamaha was of course well represented. Besides the Yamaha corporate booth staged by Yamaha Motor Australia (YMA) with its full display of 2-stroke and 4-stroke outboards, seven major Yamaha dealerships from the New South Wales area also put up their own booths. Together with these dealer displays, an impressive total range of 94 Yamaha outboard models were on view mounted on a variety of boats, including 14 models like the new UB770 of YMA's boat-building affiliate Southwind. Three of the dealers also displayed a total of 18 Yamaha Water Vehicles like the new 4-passenger SUV1200, the XL1200Ltd and WB800. Highlighted in this year's Yamaha outboard range were the new 4-stroke model F40B, the Z200N and a special display of Yamaha's revolutionary High Pressure Direct Injection system for large-displacement 2-stroke outboards.

## Southern Hemisphere's Marine Extravaganza Espectáculo marino en el hemisferio sur

32nd Sydney International Boat Show  
32º Salón Internacional Náutico de Sydney



Yamaha display at the show El stand Yamaha en Sydney.

**R**econocido como la mayor feria náutico del hemisferio sur, el Salón Internacional Náutico de Sydney celebrado del 22 al 27 de julio, ocupó el mayor espacio de todos los celebrados hasta la fecha –no sólo las cinco salas del Centro de Convenciones de Sydney sino también una buena parte de las instalaciones del puerto sobre la hermosa bahía Cockle. Además de reunir en un solo lugar la mayor cantidad de productos marinos y náuticos al sur del ecuador, el Salón ofrece atracciones para toda la familia, desde clases de pesca y salas con toda clase de accesorios hasta divertidos concursos de construcción de embarcaciones y desfiles de moda con las últimas novedades en prendas marinas.

Más de 70.000 personas fueron a ver los productos exhibidos sobre y fuera del agua por cientos de empresas locales e internacionales, y como es natural para la marca líder en numerosos segmentos del mercado australiano, Yamaha estuvo muy bien representada. Además del stand oficial de Yamaha Motor Australia (YMA) donde se exhibieron todos los fuerabordas de 2 y 4 tiempos de la marca, siete de los mayores concesionarios de Nueva Gales del Sur tuvieron un stand propio. Junto con ellos, en total hubo 94 fuerabordas Yamaha en exhibición, muchos instalados en 14 modelos distintos de embarcaciones como la nueva UB770 de Southwind. Tres concesionarios también exhibieron un total de 18 motos de agua Yamaha como la nueva SUV1200X para 4 personas, la XA1200X y la WB800X. Los



fuerabordas que más llamaron la atención este año fueron el nuevo F40B de 4 tiempos y el Z200. El revolucionario sistema Yamaha de inyección directa a alta presión para fuerabordas de 2 tiempos de gran cilindrada atrajo por su parte muchísimo interés.



## The Basics of 4-Stroke Engines - Part 2

### Conocimientos básicos de los motores de 4 tiempos -2ª parte

#### The Concepts Behind Yamaha 4-Stroke Outboard Motors

Yamaha has always been dedicated to the development of outboard motors that are environment-friendly. A good example of these efforts is the fact that Yamaha succeeded in reducing the amount of oil mixed into the gasoline of our 2-stroke outboard motors from the conventional 50:1 ratio to a 100:1 ratio, thus greatly reducing the amount of unburned oil discharged into the water along with the exhaust. Then, with the adoption of an oil injection system for 2-strokes that regulated the amount of oil injected in accordance with engine load, a further reduction of lubricating oil in the exhaust was achieved.

In recent years, regulations have been set on the amount CO<sub>2</sub> in engine exhaust and 4-stroke outboard motors, with their image of having cleaner exhaust, have been developed and marketed along with 2-stroke outboards.

Yamaha has a 15-year history of building 4-stroke outboards, ever since the release of our first 4-stroke 9.9 hp model in 1984. The concepts behind Yamaha's 4-stroke models have remained the same throughout this time, and in the future we will continue to develop clean-running 4-stroke outboards in line with these concepts.

#### Principios de los fuerabordas Yamaha de 4 tiempos

Yamaha se ha dedicado siempre a desarrollar motores fueraborda que respeten el medio ambiente. Un buen ejemplo de ello es el hecho de que Yamaha consiguió reducir la cantidad de aceite que se mezcla con la gasolina en sus fuerabordas de 2 tiempos de 1 parte en 50 a 1 en 100, y reducir así enormemente la cantidad de aceite sin quemar descargado en el agua por el tubo de escape. Además, con la adopción de un sistema que regula la cantidad de aceite inyectada según la fuerza que debe hacer el motor se ha logrado reducir aún más la cantidad de aceite en el tubo de escape.

En los últimos años han aparecido normas sobre la cantidad de CO<sub>2</sub> emitido por el tubo de escape y, junto con los fuerabordas de 2 tiempos, Yamaha ha desarrollado y comercializado fuerabordas de 4 tiempos, conocidos por ser más limpios.

Yamaha lleva 15 años fabricando fuerabordas de 4 tiempos, desde el lanzamiento de su primer modelo de 9,9 C.V. en 1984. Los principios de fabricación no han variado a lo largo de todos estos años y, con vistas al futuro, Yamaha continuará desarrollando fuerabordas ecológicos de 4 tiempos...

Outboards that are  
Environment-Friendly  
*Ecológicos*

Outboards that are  
Fuel-Efficient  
*Económicos*



Outboards that are  
People-Friendly  
*Fáciles de usar*

Outboards with Running Performance  
Comparable to 2-Stroke  
of the Same Displacement  
*Comparables en rendimiento a  
los de 2 tiempos de la misma  
cilindrada*

#### Uses of 4-Stroke Outboards

As long as you have a good understanding of the everyday maintenance needs of the 4-stroke outboard and perform that maintenance regularly, a 4-stroke outboard can be used in the same ways as a 2-stroke. However, since they are not Enduro models, you should avoid using them in the same way you might use an Enduro model.

#### Uso de los fuerabordas de 4 tiempos

Los fuerabordas de 4 tiempos pueden usarse igual que los de 2 tiempos siempre que se tengan presente las necesidades diarias de mantenimiento y se efectúe el mantenimiento periódico recomendado. Pero, dado que no son modelos Enduro, debe evitarse utilizarlos de la misma forma que este tipo de motores.



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

U.S.A.

ESTADOS UNIDOS

## Young South Pacific Wonder

Christopher "Topher" Barretto of the South Pacific island of Guam is just 18 years old, but on the IJSBA personal watercraft world championship circuit he is already a reigning world champ and the man to beat for many international stand-up ski competitors.

Topher took up ski riding at the age of 11 and by the age of 14 he was representing Guam in the Expert Ski Superstock division of the Skat-Trak World Finals at Lake Havasu City, Arizona in the U.S.A.

Always the focus of attention for his young age and the fact that he came all the way from Guam to compete, Topher won due respect as a competitor when he won the IJSBA World Championship title in the Expert Ski Superstock Slalom class in the 1997 finals and then came back last year and won both the Slalom and closed course event in his class to be crowned 1998 IJSBA World Champion in Expert Ski Superstock.

This year Topher is competing in the U.S.'s IJSBA McGraw Insurance National Tour on a Yamaha machine with support from RPM Yamaha and other sponsors.

From Dennis Quinones, Royal Pacific Motors, Guam

## El joven maravilla del Pacífico Sur

Christopher "Topher" Barretto de Guam, una isla del Pacífico Sur, tiene sólo 18 años, pero a pesar de su edad es el actual campeón mundial de motos de agua de la IJSBA y el hombre a batir para muchos reconocidos especialistas internacionales.

Topher empezó a practicar esquí acuático a los 11 años y a los 14 ya representó a Guam en la división para expertos del Campeonato Mundial Skat-Trak en el lago Havasu, Arizona, EE.UU. Centro de atención permanente por su juventud y por ser nativo de Guam, Topher se ganó el merecido respeto de sus rivales al proclamarse campeón mundial 1997 de la IJSBA

OMAN

OMAN

## Third Fishing Competition Held

On April 30, Yamaha distributor for Oman, OHI Marine L.L.C., sponsored the 3rd Yamaha Cup Fishing Competition. This year's event was a success as 19 boats turned out, 18 of which mounted Yamaha outboards. This fact made the event especially effective as an opportunity for OHI to launch the new Yamahalube TCW-III Motor Oil.

Meanwhile, in the fishing competition top honors in the Heaviest Boat Catch made Mr. Nasser Shidhany overall winner for the 3rd year in a row. After the awards ceremony, the participants enjoyed a BBQ and band entertainment along with the Marina members.

From Uday B. Naik, OHI Marine L.L.C.

## Tercer concurso de pesca

El 30 de abril, el distribuidor de Yamaha en Omán, OHI Marine L.L.C., patrocinó la tercera edición del concurso de pesca "Copa Yamaha". El concurso de este año se destacó por la participación de 19 lanchas, 18 de las cuales estaban equipadas con fuerabordas Yamaha. Este hecho convirtió al concurso en la oportunidad ideal para que OHI lanzara el nuevo aceite para motores Yamahalube TCW-III.

El primer puesto en la categoría para lanchas grandes fue, por tercer año consecutivo, para Nasser Shidhany. Después de la ceremonia de entrega de premios, los participantes disfrutaron de una barbacoa animada por una banda de música.

Enviado por Uday B. Naik, OHI Marine L.L.C.



en la división para expertos y ganar, el año pasado, el slalom y el título de campeón mundial 1998 en la categoría Superstock.

Este año Topher compite en el Campeonato Nacional "McGraw Insurance" de la IJSBA con una Yamaha bajo el patrocinio de RPM Yamaha y otros patrocinadores.

Enviado por Dennis Quinones, Royal Pacific Motors, Guam

KUWAIT

KUWAIT

## Full Lineups Draw Visitor Attention

The '99 Kuwait International Boat Show took place from Feb. 28 to Mar. 5 at the International Fair Ground, Kuwait. Among the various displays, some 5,000 to 6,000 visitors were attracted to the 728 sq. m. Yamaha booth put up by local importer Kuwait Developments & Trading Co. with its array of outboard motors, Water Vehicles, marine accessories and boats like the jet boat Exciter 135, as well as Yamaha motorcycles and power products such as generators.

In addition to the full lineup of outboards ranging from 2 hp up to 225 hp, the Water Vehicles were big attention-getters, especially the flagship GP1200 and the '99 model XL760. Many visitors especially appreciated a display of the GP1200 machine piloted by Mr. Faizal Gasser to the '98 championship in the Kuwait National & Gulf Water Vehicle competition sponsored by K, D & T Co.

From P. Chacko John, Kuwait Developments & Trading Co.

## La gama completa Yamaha acapara la atención del público

El parque de ferias internacionales de Kuwait fue escenario de la 99ª edición del Salón Náutico Internacional de Kuwait celebrado del 28 de febrero al 5 de marzo. Entre los numerosos stands del salón, los alrededor de 6.000 visitantes se sintieron especialmente atraídos por los 728 m<sup>2</sup> del stand Yamaha del importador local Kuwait Developments & Trading Co., donde se exhibió una gran variedad de fuerabordas, motos de agua, accesorios marinos, lanchas como la Exciter 135 a chorro, motocicletas y generadores Yamaha.

Además de la gama completa de fuerabordas de 2 a 225 C.V., las motos de agua llamaron enormemente la atención del público, en especial la GP1200 y el modelo '99 de la XL760. Muchos visitantes agradecieron en particular la presencia de la GP1200 usada por Faizal Gasser en el Campeonato Nacional de Kuwait 1998 para motos de agua patrocinado por K.D. & T. Co.

Enviado por P. Chacko John, Kuwait Developments & Trading Co.





# News Round-up

ARGENTINA

ARGENTINA

## Water Vehicles Launched

On May 28, Yamaha Motor Argentina S.A. launched the '99 Yamaha WaveRunner Water Vehicle lineup at one of the country's best dealerships, Guardería Náutica Sarthou. Aimed mainly at the marine press and local TV as well as 80 important guests from the marine business sector, this large-scale presentation included introductions and displays of the nine most important models as well as test rides. The test rides were divided into two sessions for the press and officials of the Prefectura Naval Argentina marine authority, followed by another for prospective dealers who also heard a presentation on Yamaha's '99 distribution policies.



Water vehicles are very popular in Argentina today and the Yamaha brand commands a large market share. With Yamaha Argentina's efforts to establish an even stronger Yamaha presence, expand customer service and build its dealer network, hopes are high for further growth.

From *Maria Alejandra Mozzarelli, YMARG*

## Lanzamiento de las WaveRunner

El 28 de mayo, Yamaha Motor Argentina S.A. presentó los modelos 1999 de las WaveRunner en la Guardería Náutica Sarthou, uno de los mejores concesionarios del país. Esta presentación a gran escala, en la que estuvieron presentes la prensa y canales de televisión locales así como 80 importantes invitados del sector, incluyó presentaciones y exhibiciones de los nueve modelos más importantes, así como pruebas de manejo. Estas se dividieron en dos sesiones, una primera para la prensa y los oficiales de la Prefectura Naval Argentina y otra para futuros concesionarios que también tuvieron oportunidad de conocer la política de distribución Yamaha para 1999.

Las motos de agua son muy populares en Argentina y Yamaha tiene una buena porción del mercado. Con los esfuerzos que está realizando Yamaha Argentina por consolidar la posición de la marca, expandir los servicios al cliente y crear su propia red de concesionarios, hay muy buenas expectativas para un mayor crecimiento futuro.

Enviado por *María Alejandra Mozzarelli, YMARG*

## Mrs. Roula Flokis Flokis Ltd. Greece

Hello! My name is Roula Flokis and I work as the main assistant to my husband in our family business, Flokis Ltd., where my responsibilities are primarily in sales administration and customer service and support. I think my strong points are my patience and my ability to always keep a smile. In my free time I enjoy traveling.

In business our top priority has always been customer satisfaction and we believe that this is what leads to being tops in our market. We also feel great knowing that, because we are Yamaha dealers, all our efforts are being backed by the top people and highest quality products in the marine industry.



## Roula Flokis Flokis Ltd. Grecia

¡Hola! Me llamo Roula Flokis y trabajo como principal ayudante de mi marido en nuestro negocio familiar, Flokis Ltd., donde me encargo principalmente de la administración de las ventas y del servicio técnico y del apoyo al cliente. Creo que mis puntos fuertes son mi paciencia y mi habilidad para mantener siempre una buena sonrisa. En mi tiempo libre me encanta viajar.

Comercialmente, nuestra mayor prioridad ha sido siempre la satisfacción del cliente. Creo que ésta es la razón que nos ha permitido ser los primeros en nuestro mercado. También nos agrada saber que, por ser un concesionario Yamaha, todos nuestros esfuerzos están respaldados por grandes profesionales y por los productos de mayor calidad del sector náutico.

MOROCCO

MARRUECOS

## Marine Industry Fair Participation

From May 5 to 9, Casablanca was the site of the "Sea Mer" international marine industry fair. Foremost among the exhibits, in terms of both size and diversity of products displayed was the Yamaha booth of Moroccan importer MIFA. Covering a total of 435 square meters, the MIFA booth was divided into 100 sq.m. sections each for the Yamaha Exciter Jet Boats, ATVs and Water Vehicles, fishing-related Yamaha boats and outboards and the full Yamaha outboard motor lineup. The remaining 32 sq.m. was occupied by desks for receiving the constant flow of visitors to this highly successful Yamaha booth.

From *Ali Berraho, MIFA*

## Participación en la Feria del Sector Náutico

Del 5 al 9 de mayo, Casablanca fue escenario de la feria internacional de náutica "Sea Mer". Tanto por su tamaño como por la variedad de los productos exhibidos, el stand más destacado fue el de MIFA, el importador marroquí de Yamaha. El stand, que ocupaba una extensión de 435 m<sup>2</sup>, estuvo dividido en cuatro secciones de 100 m<sup>2</sup> dedicadas a las lanchas a chorro Exciter, a los vehículos anfíbios todoterreno y motos de agua, a los fuerabordas y lanchas de pesca, y a la gama completa de fuerabordas Yamaha. En los 32 m<sup>2</sup> restantes se colocaron mostradores para atender al flujo constante de visitantes al stand. El éxito logrado por MIFA y Yamaha es incuestionable.

Enviado por *Ali Berraho, MIFA*



NEW ZEALAND

## World fuel-economy record for Yamaha & Trimble

Three New Zealand teenagers recently set what is soon to be recognized by the Guinness Book of Records as the longest distance ever run by an outboard motor-powered boat on one gallon (4.546 liters) of gasoline.

Taking two-hour turns steering their little trimaran craft around a 1.7km circular course in Orakei Basin near Auckland, Andrew (17) and Sam (15) Fenwick and their friend Shaun Sutherland (15) ran for a distance of 108,262 km in 10 hours on one gallon of fuel. Their boat was specially designed by famed Team New Zealand America's Cup designer Derek Trimble, but the outboard that powered it was a completely standard Yamaha F4A 4-stroke!

From *Moller Yamaha Ltd.*





**MALAYSIA****MALASIA****New Sibú Business Premises for EMAS**

On April 17, The Sibú branch office of Yamaha's East Malaysian importer, EMAS Marine (Sarawak) SDN. BHD. moved into its new premises. Attending the opening ceremony were local dealers and, representing YMC, General Manager Koide and Kuala Lumpur Office Chief



Representative Moriyama were also on hand to celebrate the completion of the new facility. The Sibú region is a center of Malaysia's lumber industry and is one of the largest outboard motor markets in East Malaysia, where durable and reliable motors are used for river transportation.

The EMAS premises are located right in front of the main bus terminal in Sibú and are fully outfitted with a deluxe showroom, large-capacity parts warehouse and a service training room for effective pro-

motion of Yamaha's 3S (Sales, Service and Spare Parts) program as well as strengthening the overall Yamaha organization in the Sibú region.

*From Satoshi Enomoto, Marine Engine Asia Group, YMC*

**Nuevas oficinas de EMAS en Sibú**

El 17 de abril, el importador de Yamaha en Malasia del Este, EMAS Marine (Sarawak) SDN. BHD., trasladó las oficinas de su sucursal de Sibú a un nuevo local. A la ceremonia de inauguración asistieron representantes de los concesionarios locales y, por parte de YMC, el director general Koidé y el representante de la oficina de Kuala Lumpur Sr. Moriyama. La región de Sibú es el centro de la industria maderera malaya y uno de los mercados de fuerabordas más grandes de Malasia del Este, donde existe una enorme red de transporte fluvial.

Las nuevas oficinas de EMAS, ubicadas en frente de la terminal de autobuses de Sibú, están totalmente equipadas y cuentan con un lujoso local de exposiciones, un gran almacén de repuestos y una sala de capacitación para el personal del servicio técnico que es a su vez la base del programa 3S (ventas, servicio y repuestos) y del fortalecimiento global de Yamaha en la región.

*Enviado por Satoshi Enomoto, Grupo Motores Marinos para Asia, YMC*

**SOUTH AFRICA****SUDAFRICA****Big Prizes for Big Fishing Tourney**

The 1999 running of the popular Yamaha Umhlanga Ski Boat Tournament, the big fishing tourney sponsored by the R.S.A. importer Yamaha Distributors as part of Durban's annual Umhlanga Festival, drew some 1,400 anglers on 370 boats for the three days of Mar. 26-28.

The catch this year totaled 284 game fish such as king mackerel, yellowfin tuna, wahoo, queen mackerel and billfish, including a 146 kg blue marlin landed by Martin Schmulian, the largest ever recorded caught off the Durban coast. The lucky winners received top prizes of a 16-ft. off-shore fishing boats mounted with two 60 hp Yamaha outboards donated by Yamaha Distributors and a bay fishing boat mounted with a 30 hp outboard donated by three local dealers, Yamaha Water Vehicles also got exposure in a rescue demonstration using the XL1200.

Other attractions during the 10-day festival included an ice cream eating contest, kart races, an off-road event and a concert.

*From: Joanne Matthews, Yamaha Distributors*

**Grandes premios para un gran torneo de pesca**

La edición 1999 del popular concurso de pesca patrocinado por el importador sudafricano Yamaha Distributors, parte del festival Umhlanga celebrado anualmente en Durban, atrajo a unos 1.400 pescadores y 370 embarcaciones del 26 al 28 de marzo.

Este año se capturó un total de 284 piezas, entre ellas caballas, atún, wahoo, peces vela y un merlín azul de 146 kilos pescado por Martin Schmulian, el espécimen más grande de todos los capturados hasta la fecha frente a la costa de Durban. Los afortunados ganadores recibieron grandes premios: lanchas de 5 m. para la pesca deportiva en alta mar equipadas con dos fuerabordas Yamaha de 60 C.V. donados por Yamaha Distributors y una barca de pesca costera equipada con un fueraborda de 30 C.V. donada por tres concesionarios locales. Las motos de agua Yamaha atrajeron la atención del público en una demostración de rescate y salvamento que se hizo con la XL1200.

Otras atracciones del festival de 10 días fueron un concurso de comer helados, carreras de kart, una prueba a campotravesía y un concierto.

*Enviado por Joanne Matthews, Yamaha Distributors*

**NUEVA ZELANDA****SAUDI ARABIA****ARABIA SAUDITA****Récord mundial en economía de combustible de Yamaha & Trimble**

Tres adolescentes neozelandeses lograron establecer recientemente lo que pasará pronto a ser reconocido en el Libro Guinness de los Récords como la distancia más grande jamás recorrida por una lancha impulsada por un fueraborda con un galón (4,54 litros) de gasolina. Relevándose cada dos horas al timón de su pequeño trimarán alrededor de un trayecto circular de 1,7 km. en Orakei Basin, cerca de Auckland, Andrew Fenwick (17), su hermano Sam (15) y su amigo Shaun Sutherland (15) recorrieron una distancia de 108,2 km. en 10 horas con tan sólo un galón de combustible. Su lancha fue diseñada especialmente por el famoso diseñador Derek Trimble del equipo neozelandés de la Copa América, pero el fueraborda que la propulsó fue un F4A Yamaha de 4 tiempos totalmente de serie!

*Enviado por Moller Yamaha Ltd.*

**Jeddah Show Reflects Growing Marine Leisure**

Saudi Arabia's premier international event for boats, marine accessories and services, the Jeddah boat show, was held from May 24 to 28, in conjunction with the 2nd International Event for Leisure Sports, Travel, Tourism and Vacation Planning under the patronage of the Department of Tourism and the Jeddah Chamber of Commerce. Yamaha's local marine importer, Al Khorayef Commercial Co., Ltd., created a distinguished presence for Yamaha at the show with an attractive booth displaying the full variety and ranges of Yamaha outboard motors and Water Vehicles along with boats, pedal boats and more.

The joint holding of these two important international events reflects the wealth of newly created marinas, coastal resorts and holiday villages in the prime coastal locations around Jeddah, where people can enjoy boating, fishing and a variety of other water sports.

*From Ferid Jebiniani, Al Khorayef Commercial Co., Ltd*

**El Salón de Jeddah refleja el crecimiento del sector**

Del 24 al 28 de mayo se celebró el Salón Náutico de Jeddah -el principal salón internacional de Arabia Saudita para lanchas, accesorios náuticos y servicios- juntamente con el segundo Salón Internacional de Deportes, Viajes, Turismo y Vacaciones organizado con el patrocinio del Departamento de Turismo y de la Cámara de Comercio de Jeddah. El importador local de productos marinos Yamaha, Al Khorayef Commercial Co., Ltd., dio un toque distinguido a la presencia de Yamaha en el salón con un atractivo stand que sirvió para exhibir la gama completa de fuerabordas, motos de agua, lanchas, botes a pedal y otras productos marinos Yamaha.

La celebración conjunta de estos dos importantes acontecimientos internacionales refleja fielmente el número creciente de puertos deportivos, centros turísticos costeros y sitios de veraneo alrededor de Jeddah, donde la gente puede disfrutar de la navegación, la pesca y diversos deportes acuáticos.

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



# Good Show! YAMAHA

## ¡Bien hecho, Yamaha!



El Corte Ingres's show room  
En uno de los salones de El Corte Inglés

### Expanding Sales with Demand Creation

The Award for Excellence of the 1999 Yamaha Marketing Award contest went to Yamaha Motor Espana S.A. (YMES) for its achievements under a program titled "Challenge to create Demand in the Spanish Marine market."

Since its founding in 1981, YMES has manufactured and sold Yamaha motorcycles and scooters as well as selling marine and power products. The recession of the Spanish economy after the 1992 Barcelona Olympics, however, brought a sharp decline in sales of outboard motors and Water Vehicles.

In order to deal with the urgent task of increasing sales and strengthening its proprietary shop network, YMES undertook market surveys that led to a new sales strategy to better accommodate the differing values of the respective user groups.

The new plan called for more aggressive new model launches and stimulating demand in the marine leisure sector by establishing new sales routes through tie-ups like the one with Spain's largest department store, El Corte Inglés, while also intensifying efforts in the area of outboard & boat package sales.

As for Water Vehicles, a new network of Yamaha "Jet Center" retail shops was established as a sales route tailored to enthusiast users interested in things like race participation and those having special service expectations. The aim was to increase customer satisfaction and benefit from the positive synergy they created. A reorganization of the company's marine division also led to faster decision-making that helped restore the trust of the sales network.

These efforts brought a rise in outboard motor sales from about 1,700 units in 1996 to 3,000 in '98. As for Water Vehicles, the new "Jet Center" system helped raise average sales per shop from five vehicles in 1996 to 15 vehicles in the existing sales network and 52 in the Jet Centers in 1998. Market share also rose, from 22% to 30% for outboards and 22% to 41% for Water Vehicles.

In the future YMES plans to continue to build on this success and, through YMENV, to expand its activities to other European markets.

### Aumentar las ventas creando demanda

El Premio a la Excelencia del Concurso de Márketing Yamaha 1999 fue para Yamaha Motor España S.A. (YMES) por el éxito logrado con su programa "Desafío para crear demanda en el mercado náutico español".

Desde su fundación en 1981, YMES ha fabricado y vendido motos, escúteres, generadores y productos náuticos. Pero la rápida contracción de la economía española después de los Juegos Olímpicos de Barcelona en 1992 hizo que las ventas de fuerabordas y motos de agua cayeran considerablemente. Para tratar de aumentar las ventas y reforzar su red de concesionarios, YMES efectuó estudios de mercado que condujeron al trazado de una nueva estrategia de ventas a fin de responder mejor a los valores de los diferentes grupos de usuarios.

El nuevo plan requería lanzar nuevos modelos con más agresividad y estimular la demanda en el sector náutico del ocio estableciendo nuevas rutas de venta a través de acuerdos con grandes tiendas y almacenes como El Corte Inglés, la mayor cadena española, e intensificando los esfuerzos para vender conjuntos de lanchas y fuerabordas. Para las motos de agua se creó una nueva red de tiendas "Jet Center" adaptada a

usuarios entusiastas que estaban interesados en, por ejemplo, participar en carreras y que tenían expectativas especiales de servicio. El objetivo era aumentar la satisfacción del cliente y beneficiarse de la sinergia positiva que éstos creaban.

La reorganización de la división náutica de la empresa permitió también a acelerar la toma de decisiones, lo que contribuyó a restaurar la confianza en la red de ventas. Gracias a estos esfuerzos, las ventas de fuerabordas aumentaron de 1.700

unidades en 1996 a 3.000 en 1998. En cuanto a las motos de agua, la venta media por tienda pasó de cinco unidades en 1996 a 15 en la actual red de ventas y a 52 en los Jet Centers durante 1998. La cuota de mercado subió también del 22 al 30% en fuerabordas y del 22 al 41% en motos de agua.

Con vistas al futuro, YMES prevé seguir con estos éxitos y, a través de YMENV, ampliar sus actividades a otros mercados europeos.



"Jet Center" retail shop Una de las tiendas "Jet Center"

### From the chief editor

"Generation Y" is one of the buzz words these days in the US retail industry, referring to today's 10 to 24 year-olds who are the next generation after the so-called "Generation X" now aged 25 ~ 35. Numbering 70 million and with an annual spending power of \$250 billion, they are becoming the leading consumer group even though most of them are not yet employed. Retailers like department stores, outdoor shops, bicycle shops are now targeting them. As a group they are not influenced by the ups and downs of the economy and have their own standards for judging product value. Keeping present customers is important, but we also need to grasp the needs of groups like "Generation Y" if we are going to be able to sell to them in the future.

Write to me by mail, fax or e-mail at:  
<nagasatom@yamaha-motor.co.jp>

Masanori Nagasato, Chief Editor of Chantey



### Del redactor jefe

En el sector minorista de Estados Unidos, la expresión clave del momento es "la generación Y", es decir el grupo generacional que hoy tiene entre 10 y 24 años y considerado el sucesor de la "generación X" de 25 a 35 en la actualidad. Es un grupo de 70 millones de individuos que gastan 250 mil millones de dólares por año a pesar de que la mayoría todavía no trabaja. Este grupo se está convirtiendo en la principal fuerza de consumo y todos los comerciantes están tratando de atraer su atención. Como grupo no están influenciados por las subidas y bajadas de la economía y tienen su propia escala de valores para juzgar el valor de un producto. Conservar los clientes actuales es importante, pero también necesitamos anticipar las necesidades de grupos como "la generación Y" si queremos venderles nuestros productos en el futuro.

Escríbame por carta, fax o correo electrónico a:  
<nagasatom@yamaha-motor.co.jp>

Masanori Nagasato, redactor jefe de Chantey