

Bimonthly issued by Yamaha

Chantey

2006 No. 115

ENGLISH/SPANISH VERSION

NEWSLETTER FOR YAMAHA MARINE DEALERS

Spotlight on the Middle East Marine Market
Evolución del mercado marino en Oriente Medio



Spotlight on the Middle East Marine Market

Rapid changes have come to a Middle East country that used to have little more to view than desert and the blue seas. Deluxe waterfront resort hotels have been built one after another along the coasts and more hotels and villas are being built on large man-made islands offshore. In this issue of Chantey we report on a boat show held recently in Dubai and the local marine distributor in this country that is drawing world attention for its new resort areas. We also visited the neighboring country of Oman for a look at its marine market.



Evolución del mercado marino en Oriente Medio



Los países de Oriente Medio, que antes solían tener poco más que parajes desérticos y mares azules, experimentan en la actualidad rápidos cambios. Sus costas se están poblando de hoteles de lujo, centros turísticos y chalets, que siguen construyéndose en grandes islas artificiales de su litoral. En este número de Chantey les informamos del salón náutico celebrado recientemente en Dubai y del distribuidor de Yamaha en este país, que acapara la atención mundial por sus nuevas zonas turísticas. Hemos visitado también el país vecino de Omán para analizar su mercado marino.



The United Arab Emirates (UAE) is a federation of seven emirates and, of them, Dubai stands out for the high level of development of its tourist industry among the nations on the Persian Gulf. If you take a helicopter tour of the Dubai waterfront you will see just how extensive the development is. New hotels and resorts under construction can be seen all along the coastline. On the man-made islands offshore that are nearing completion, hotels and villas are going up at an amazing pace. When these facilities and homes are finished, there will surely be an equally large number of docks and boat berths built to accommodate boats for the tourists and villa owners. That is why boat builders and outfitters from around the world presently have their eyes on the Dubai marine market. And, you could see strong evidence of this attention in The Dubai International Boat Show 2006 held over the five days of March 14 to 18.

The Dubai International Boat Show 2006

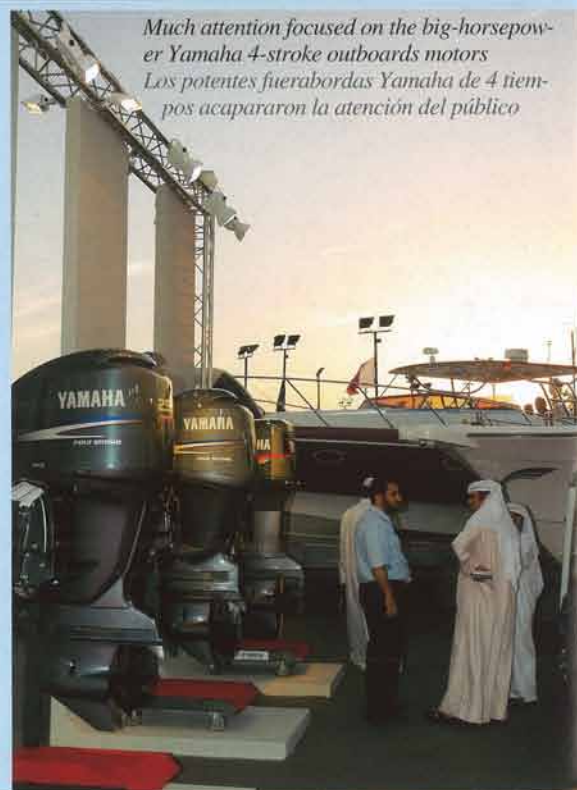


El Salón Náutico Internacional de Dubai 2006

The Dubai Boat Show is an important event now for international boat builders and marine engine and equipment makers
El Salón Náutico de Dubai es un escaparate privilegiado para los constructores de lanchas y fabricantes de equipos y motores marinos

Los Emiratos Árabes Unidos forman una federación de siete emiratos, entre los que destaca Dubai por el alto nivel de desarrollo de su sector turístico dentro de los países del Golfo Pérsico. Si hace un viaje en helicóptero por sus costas comprobará la amplitud de este desarrollo. Nuevos hoteles y centros turísticos en construcción pueden verse a lo largo del litoral. Y en islas artificiales costeras que están a punto de terminarse, los hoteles y chalets siguen edificándose con una rapidez asombrosa. Cuando todo esto esté terminado, habrá también seguramente un gran número de muelles y atracaderos para dar cabida a las lanchas y embarcaciones de los turistas y de los propietarios de los chalets. Es pues natural que los constructores de lanchas de todo el mundo hayan puestos sus ojos en este mercado, como ha demostrado el gran éxito que ha alcanzado la edición 2006 del Salón Náutico Internacional de Dubai celebrada del 14 al 18 de marzo.

Much attention focused on the big-horsepower Yamaha 4-stroke outboards motors
Los potentes fuerabordas Yamaha de 4 tiempos acapalaron la atención del público



*The AL YOUSUF MOTORS LLC booth showed Yamaha as a comprehensive marine maker
El stand de AL YOUSUF MOTORS presentaba a Yamaha como completo fabricante marino*



There was lots of activity and motivation visible at the booths of the 450 marine industry exhibitors at this year's boat show. Standing out among these with full displays representing Yamaha as a comprehensive marine manufacturer of outboard motors, boats and personal watercraft was the booth of our UAE marine distributor, AL YOUSUF MOTORS. According to the company's Director, Mr. Marwan Sami, their focus for this year's show was to present a complete introduction to the wonderful world of boating by introducing not only the products but also the many fun ways they can be used. At the same time they stressed the advantages of Yamaha as a comprehensive marine maker under a well thought-out plan designed at differentiating Yamaha from the competition. One example of this could be seen in the display of the Yamaha "AG-21BR" ski-towing boat that had just recently been unveiled at the boat shows in Japan.



*Boats built in the Gulf region under technical assistance agreement with Yamaha Motor were also on display
Las lanchas construidas en la zona del Golfo, con acuerdos de asistencia técnica de Yamaha Motors, ocupaban un lugar preponderante*

La gran actividad y motivación en los stands de los 450 expositores del sector ha sido evidente en el certamen de este año. Y entre ellos, con una amplia superficie de exposición que presentaba a Yamaha como completo fabricante marino de motores fueraborda, embarcaciones y motos náuticas, destacaba el stand de nuestro distribuidor marino en los EAU, AL YOUSUF MOTORS. Según su director, Marwan Sami, el objetivo este año era hacer una completa presentación del maravilloso mundo de la navegación y de los deportes náuticos, haciendo hincapié no sólo en los productos sino en sus muchas formas de diversión. Al mismo tiempo, subrayaba las ventajas de Yamaha como completo fabricante marino mediante un plan bien pensado y diseñado para diferenciar a Yamaha de los competidores. Ejemplo de ello fue el lanzamiento de la Yamaha AG-21BR, una lancha para la práctica del ski náutico cuya presentación se ha hecho recientemente en los

Although interest in leisure boating is growing in Dubai, it can't really be said to be popular yet. The aim of AL YOUSUF MOTORS is to introduce new types of marine recreation like fishing and wakeboarding in hopes of building the leisure marine business, and the "AG-21BR" was one of the products they chose to exemplify that world of marine fun.

A walk around the displays of brand new boats tied along the pontoon wharf leaves one with the impression that these products embody a rich variety of dreams and visions of enjoyable marine life. There are boats that can dive underwater and large houseboats and an impressive array of other unique boats. There were also very large luxury yachts that seemed to be one of the most representative embodiments of the booming resort development in Dubai today.



*There were also attractive displays of WaveRunner personal watercraft
También estaban expuestas de forma atractiva las WaveRunners*



*A display of the AG-21 specialized boat for wakeboarding that is so popular in Japan
La lancha AG-21 especial para hacer wakeboard es muy popular en Japón*

salones náuticos de Japón. Aunque crece el interés por la navegación recreativa en Dubai, todavía no puede decirse que sea muy popular. El objetivo de AL YOUSUF MOTORS es presentar nuevas actividades de recreo marítimo, como la pesca deportiva y el wakeboard, en espera de que crezcan estos sectores, y la AG-21BR es uno de los productos que mejor ilustra esta diversión sobre el agua.

Un paseo por las nuevas lanchas expuestas y amarradas al muelle da la impresión de que estos productos encarnan una amplia variedad de sueños y visiones para disfrutar sobre el agua. Había lanchas que pueden sumergirse y otras que eran auténticas "casas flotantes", además de una amplia selección de diversos modelos. Expuestos había también grandes yates de lujo que parecían ser la muestra más representativa del auge que vive hoy en día la construcción de centros turísticos en Dubai.

Market Report – Dubai

Promoting marine leisure while building customer satisfaction

In rapidly modernizing Dubai with its growing resort industry, boating is one form of leisure recreation that has become the focus of attention. We wanted to find out what kinds of efforts and programs Yamaha's UAE distributor, AL YOUSUF MOTORS, is undertaking for its marine business in this rapidly changing market.



*The home-office showroom of AL YOUSUF MOTORS LLC in Dubai
El local de exposición permanente en la sede de AL YOUSUF MOTORS en Dubai*



The outboard motor market in the UAE can be clearly divided between the commercial fishery market and the leisure-use market, like in many countries. In the fishery market, Yamaha now commands an overwhelming share because of the quality of the after-service provided and the inherent reliability of the products themselves.

At AL YOUSUF MOTORS they are confident that this dominance will continue and is basically unshakeable. However, they also recognize that there is not much potential for future growth in the fisheries market. For this reason, the people at AL YOUSUF MOTORS see the leisure-use market as the key area for promoting market growth that will help them expand their outboard business.

According to Mr. Marwan Sami, who is Director of the company's marine and motorcycle divisions, the company's strategy for leisure-market growth focuses on three areas: further strengthening of after-sale service, expanding and improving the showroom network and organizing and participating in promotional events.

Mr. Sami explains that achieving a high level of mechanic skills and

El mercado de Dubai

Fomento del ocio marítimo y mayor satisfacción al cliente

Con la rápida modernización de Dubai y el creciente desarrollo de sus centros turísticos, la navegación es la forma de ocio marino que más llama la atención. Hemos querido saber qué clase de esfuerzos y programas está llevando a cabo AL YOUSUF MOTORS en este mercado que está cambiando a tanta velocidad.

Como en muchos otros países, el mercado de los motores fueraborda en los EAU puede dividirse claramente en dos sectores: el de la pesca comercial y el de las actividades de ocio y recreo. En el primero, Yamaha alcanza una cuota de mercado aplastante por la calidad de su servicio post-venta y la gran fiabilidad de sus productos. En AL YOUSUF MOTORS confían en conservar esta supremacía que se mantiene inalterable. Pero también reconocen que no ven mucho potencial de crecimiento futuro en este sector. Por esta razón, el personal de AL YOUSUF MOTORS cree que el sector del ocio es la clave para fomentar el crecimiento del mercado que les ayude a ampliar las ventas de fuerabordas.

Según Marwan Sami, que es el director de la división marina de la empresa, la estrategia para crecer en este mercado pasa por tres elementos claves: fortalecimiento del servicio post-venta, expansión y mejora de la red de locales de exposición permanente,

y organizar y participar en eventos y actividades de promoción.

El Sr. Sami explica que para satisfacer plenamente a los clientes en los EAU es esencial conseguir un alto nivel en mecánica y asegurar un suministro rápido y fiable de los repuestos. Muy importante dentro del programa de servicio técnico de la empresa es su "Servicio Móvil", en el que camionetas equipadas con repuestos y herramientas viajan por los puertos deportivos y pueblos pesqueros para ofrecer mantenimiento a los clientes. En el momento de nuestra visita, una de estas camionetas había entrado ya en funcionamiento y había pedidas dos más.

En cuanto a fortalecer su red de locales de exposición, AL YOUSUF Motors cuenta actualmente con cuatro de ellos en Dubai y con once en total por todo el país en lugares como por ejemplo Abu Dhabi. Especialmente importante es el local de exposición que AL YOUSUF abrió en un gran centro comercial

ensuring fast and reliable supply of spare parts are essential for building solid customer satisfaction in the UAE market. Central to the company's service program is its "Mobile Service" effort, in which trucks equipped with the necessary spare parts and service tools will travel around to marinas and fishing villages to bring service to the customers. At the time of our visit, one of these mobile service trucks was already in operation and two more were being ordered.

As for strengthening its showroom network, AL YOUSUF MOTORS presently has four showrooms in Dubai and a total of eleven throughout the UAE in places like Abu Dhabi. Among these, particular attention has come to focus on the showroom AL YOUSUF opened in the huge shopping mall in Dubai. This location was chosen to make it possible to reach a wide range of consumers with an appeal for marine leisure through attractive displays of products like Yamaha's WaveRunner PWCs. Mr. Sami says that the con-

cept behind this mall showroom is definitely on track and bringing positive results.

The third key element in AL YOUSUF's marketing efforts is promotional events. They have continued to organize events that bring PWC and boat users together to enjoy marine recreation with AL YOUSUF staff. The aim of these events, says Mr. Sami, is to promote the general spread of marine leisure while also creating opportunities for the kind of meaningful communication with the users that leads to greater customer satisfaction.



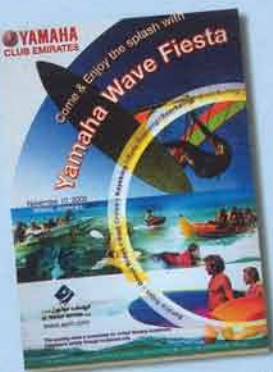
Mr. Marwan Sami is Director of AL YOUSUF's BIKE & MARINE Division
El Sr. Marwan Sami es el director de la división marina y de motos de AL YOUSUF



This Yamaha showroom was recently opened in a popular big shopping mall
Este local de exposición Yamaha fue inaugurado recientemente en un gran centro comercial.

AL YOUSUF actively promotes a variety of events for users. This poster is for a YAMAHA WAVE FIESTA event

AL YOUSUF fomenta activamente diversos actos para usuarios. Este póster es de una YAMAHA WAVE FIESTA



There will be three MOBILE SERVICE trucks in operation soon
Pronto estarán funcionando tres camionetas de servicio técnico

de Dubai. Este lugar se eligió para poder llegar a un mayor número de clientes y hacer más atractiva la exposición de ciertos productos como las WaveRunner. El Sr. Sami afirma que esta idea va por el buen camino y está dando excelentes resultados.

El tercer aspecto clave en los esfuerzos de comercialización de AL YOUSUF son los actos de promoción. Con esta finalidad han continuado organizando eventos que reúnen a los usuarios de motos náuticas y lanchas con el personal de AL YOUSUF para disfrutar de actividades recreativas. El objetivo de estos actos, dice



The commercial fishing industry is also an important outboard market
El sector de la pesca comercial es también un importante mercado para los fuerabordas

el Sr. Sami, es fomentar la difusión del ocio náutico y crear oportunidades de comunicación significativas con los usuarios que ayuden a una mayor satisfacción de los clientes.

Market Report – Oman

A marine market in a beautiful sea environment

From the UAE, we visited the neighboring country of Oman, which is also involved in large-scale development projects for which foreign investment is actively being sought. It will still be some time before these projects can stimulate the growth of a leisure-use market, however. So, for the meantime, the fishery market is the main marine market in Oman. The local Yamaha marine distributor, OHI MARINE, took us on a tour of their market.



The Matra section of downtown Muscat *La zona Matra del barrio viejo de Mascate*

El mercado de Omán

Un mercado marino en una geografía maravillosa

Desde los EAU nos dirigimos al vecino país de Omán, que está también desarrollando proyectos a gran escala en los que busca activamente la inversión extranjera. Pero todavía deberá pasar algún tiempo hasta que estos proyectos fructifiquen y puedan estimular el crecimiento del mercado de la náutica recreativa. Así que hasta entonces, el sector pesquero constituye el mayor mercado en Omán. OHI MARINE, el distribuidor local de Yamaha, nos llevó a dar una vuelta por su mercado.

Omán está situado al sudeste de la Península Arábiga y ha sido desde antiguo una nación con tradición marinera. Desde el siglo VII, el puerto de Suhar al norte del país ha sido el mayor de la Península Arábiga y escala obligada de los barcos que vienen del norte de África y del oeste procedentes de India y China. Es el puerto del que se dice que zarpaba Simbad el marino en las famosas Las Mil y Una Noches.

A pesar de la belleza de los mares, el sector de la navegación de recreo es aquí prácticamente inexistente. Hay pocos puertos deportivos y los que disfrutan aquí de la navegación son sólo una minoría de gente adinerada y algunos extranjeros destinados aquí. Por el contrario, Omán cuenta con un sector pesquero muy activo. El personal de OHI MARINE nos

acompañó hasta los pueblos pesqueros de Seed, Haradi y Barka, donde vimos playas llenas de lanchas de pesca y pescadores vendiendo directamente a los compradores que allí se reunían. Una mirada a estas lanchas nos demostró que la mayoría de ellas usaban fuerabordas



Fishing villages like these are the major market for outboards in Oman
Pueblos pesqueros como éste son el principal mercado de fuerabordas en Omán



General Manager Uday B. Naik of OHI MARINE LLC (right)
Udai B. Naik, director gerente de OHI MARINE

The country of Oman occupies the southeast corner of the Arabian Peninsula and has long been a seafaring nation. From the 7th century, the country's northern port of Suhar was the largest on the Arabian Peninsula and a port of call for ships coming north from Africa and west from India and China. This is the port from which Sindbad the Sailor of the

famous Arabian Nights is said to have sailed.

Despite the beauty of the seas here, there is no real leisure boating sector to speak of yet. Presently there are few marinas and the only people enjoying boating as a leisure pastime are a minority of the wealthy and some foreigners stationed here.

On the other hand, there is a very active fishing industry. The staff of



The headquarters service workshop of OHI MARINE LLC. Adjacent office space has been purchased recently to accommodate the company's expanding operations

El taller de servicio técnico de la sede de OHI MARINE. Se ha adquirido recientemente más espacio adyacente para satisfacer las necesidades de expansión de la empresa



A network of highly qualified mechanics meets the service needs in all the main fishing towns
La red de mecánicos altamente cualificados satisface las necesidades de servicio en todas las principales ciudades pesqueras

Yamaha, lo que prueba el éxito de ventas y del servicio técnico de la empresa.

Al igual que en los EAU, la marca Yamaha acapara una cuota abrumadora en el mercado de los fuerabordas de uso comercial. Desde su creación en 1977, OHI MARINE ha trabajado continuamente para mejorar su servicio técnico adoptando el punto de vista de los clientes bajo el lema "Juntos nos movemos". La supremacía actual de la empresa en este mercado se ha construido sobre estas bases.

Además de su sede en la capital, Mascate, OHI MARINE tiene sucursales en cuatro lugares, entre ellos Suhar y Salala. La empresa tiene también en funcionamiento tres talleres en Mascate y trabaja con los concesionarios y tiendas de servicio de todas las ciudades pesqueras del país para asegurarse que los clientes disponen de un continuo suministro de repuestos y de servicio técnico de calidad, dondequiera que lo necesiten. Gracias a este magnífico servicio técnico, Yamaha se

OHI MARINE took us to the fishing villages of Seed, Haradi and Barka, where we saw beaches full of fishing boats and fishermen selling their catches directly to the gathered buyers. One look at these boats shows that almost all of them mount Yamaha outboard motors, which is solid proof of the success of OHI MARINE's sales and service efforts.

As in the UAE, the Yamaha brand holds an overwhelming share of the commercial-use outboard market. Since its corporate founding in 1977, OHI MARINE has worked constantly to improve its service efforts by taking the standpoint of the customers, under a motto of "Together We Move." The company's present dominance of the market has been built on this foundation.

In addition to its headquarters in the capital, Masqat, OHI MARINE has branch offices in four locations, including Suhar and Salalah. The company also operates three workshops in Masqat and works with the dealerships and service shops throughout the country's fishing towns to make sure that all the customers get a steady supply of spare parts and quality service wherever they are needed. It is this solid service system that has won Yamaha the trust of the fishermen of Oman.

One of the current issues in this market is the introduction of 4-stroke models. Plans are already under way to introduce 4-stroke outboards for the commercial-use market in the near future. Meanwhile, the resort development projects now in the works are certain to lead to a new interest in leisure boating and the possibility for OHI MARINE to develop that new market sector.



Customers appear satisfied with the outstanding after-sale service provided
Los clientes se muestran satisfechos con el excelente servicio posventa



Future growth is expected in the pleasure-use boating market as well, thanks to the beautiful sea environment
Se espera también que en el futuro crezca el sector de las lanchas de recreo gracias a la belleza del medio ambiente marino

ha ganado la plena confianza de los pescadores omaníes.

Uno de los temas que tiene pendiente es el lanzamiento de los modelos de 4 tiempos. Ya hay planes para lanzar estos fuerabordas para uso comercial en un futuro cercano. Mientras, los proyectos de desarrollo de centros turísticos que se están llevando a cabo contribuirán seguramente a despertar el interés por la navegación de recreo y harán posible que OHI MARINE se adentre también en este nuevo sector del mercado.

YAMAHA MARINE Sales Promotion Tool Guide

Yamaha Motor continues to prepare a variety of sales promotion tools that are designed to play a helpful role in the sales activities of people around the world who handle Yamaha products. Please make effective use of these tools in your business.

* For details, contact your local Yamaha representative.

Posters

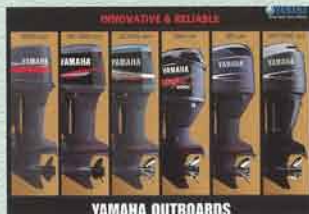
Posters



081000
2-Stroke Line-up
B1:1030×728mm



081001
4-Stroke Line-up
B1:1030×728mm



081002
Outboards
B1:1030×728mm



081022
Enduro Line-up
B1:1030×728mm



081068
4-Stroke
B1:1030×728mm



081045
Enduro
B1:1030×728mm



081046
4-Stroke
B1:1030×728mm

Stickers

Autoadhesivas



088849
4-Stroke-1
dia.:100mm



088850
4-Stroke-2
dia.:100mm



088861
Logo-1
210×600mm



088860
Logo-2 210×600mm



088858
Logo pennant-1
260×650mm



088859
Logo pennant-2
260×650mm



088848
Logo (set) A4:297×650mm



081067
4-Stroke(CG) dia.:300mm

YAMAHA MARINE Herramientas de promoción de las ventas

Yamaha Motor continúa preparando diversos instrumentos publicitarios diseñados para que sean útiles en las actividades de venta de todos los que trabajan con productos Yamaha. Sírvese utilizarlos de forma eficaz en sus tiendas y exposiciones.

* Para más detalles, póngase en contacto con el representante local de Yamaha.

Banners/Flags



038408
Logo banner(S)
530×1760mm



081064
Logo banner(L)
1350×2400mm

Pancartas / Banderas



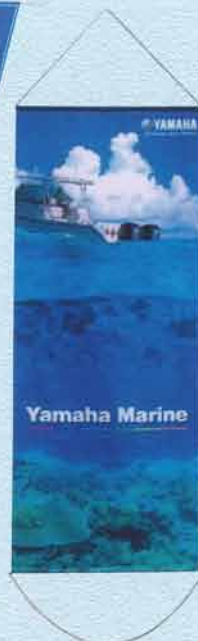
088862
Logo pennant string 200×300mm



081035
4-Stroke flag string
300×350mm



081041
Logo flag string
300×350mm



081065
Marine Tapestry
678×1500mm

Novelties



081041
Logo (oval)



081032
Key Holder (floating)



081082
Coin Purse (Blue)



081014
Key Holder (circle)



088845
BallPen(colorfast ink)



081070
Key Holder (metal)



081083
4-stroke Strap



081088
VMAX Strap

Obsequios

News Round-up

Seychelles

Renovated fishery survey boat "better than new"

Responding to a request by the Seychelles Fishing Authority, Yamaha engineers supervised a renovation of the 20m fisheries survey boat L'Amitie (65 ton) that was donated by a Japanese government ODA project in 1995. This boat was originally built at the Yamaha Amakusa Factory and served for the past ten years conducting surveys under the auspices of the International Indian Ocean Tuna Committee with fishery researchers and scientists from Japan and other countries. In order to continue in this role, L'Amitie underwent a renovation in January that included replacing the boat's diesel ME859TIH main engine, replacing fishing equipment and installing new survey instrumentation and other equipment under the direction of Yamaha engineers. In tests after the renovation, L'Amitie recorded performance that even exceeded its original specifications.

Since 1976, YMC has been cooperating in ODA projects aimed at assisting government fishery development efforts in 74 countries, supplying a total of 833 Yamaha-built boats to fishery agencies and fishermen around the world. YMC's Overseas Market Development Operations (OMDO) will continue to support fishery development projects wherever there is a demand.

From Nishizumi, Overseas Projects division, OMDO

Renovación del barco de pesca L'Amitie

En respuesta a una petición de las autoridades pesqueras de las Seychelles, los ingenieros de Yamaha han estado supervisando la renovación del barco de pesca de 20 m y 65 toneladas L'Amitie, que fue donado por el Gobierno japonés en 1995 dentro del programa AOD. Este barco fue construido en la fábrica Amakusa de Yamaha y ha servido durante estos diez años para realizar estudios bajo los auspicios del Comité Internacional del Atún del Océano Índico con investigadores y científicos japoneses y de otros países. Para seguir realizando su función, L'Amitie fue sometido a una sustancial renovación en enero



The Yamaha-built L'Amitie has served for ten years as a survey boat and is now good for many more
El L'Amitie construido por Yamaha ha servido para realizar estudios de pesca durante diez años y ha sido renovado sustancialmente

que incluyó el cambio del motor diesel Yamaha ME859TIH y de sus equipos de pesca, además de la instalación de nuevos instrumentos y equipamiento bajo la dirección de ingenieros de Yamaha. En las pruebas efectuadas después de la renovación, las prestaciones de L'Amitie sobrepasaron incluso sus especificaciones originales.

Desde 1976, YMC viene cooperando en proyectos de ayuda para el desarrollo pesquero en 74 países y ha suministrado un total de 833 barcos y lanchas fabricadas por Yamaha a organismos y pescadores en todo el mundo. Las Actividades para el Desarrollo del Mercado de Ultramar de YMC (conocidas como OMDO por sus siglas inglesas) seguirán prestando su apoyo a proyectos de desarrollo pesquero, dondequiera que haya demanda.

Enviado por el Sr. Nishizumi,
División de Proyectos para el
Extranjero, OMDO



The Yamaha marine diesel engine ME859TIH that powers L'Amitie
El motor diesel marino Yamaha ME859TIH que propulsa L'Amitie

Mexico

Yamaha marine distributor IMEMSA and a local dealership host WaveRunner event

On February 13, Mexico's Yamaha marine distributor IMEMSA and its local dealership in the resort city of Acapulco hosted an event to introduce the 2006 WaveRunner model lineup. The presentation was attended by PWC rental operators who depend on reliable Yamaha WaveRunners in their tourist rental business as well as local PWC users and a good number of families bringing children for a day of fun that included a no-losers sweepstakes, attractions like a traditional Japanese festival drumming performance and free tacos at dinner-time in the evening.

Yearly hosting of events like this has helped IMEMSA win client and customer trust while contributing to the local community. This was surely an excellent example of the kind of community service that Yamaha wants to promote everywhere. Special thanks go to the local dealer, Mr. Carlos Zárate.

Tetsuya Kaneko,
IMEMSA



A Japanese festival drumming group was one of the attractions at the WaveRunner presentation
El espectáculo de los tambores japoneses fue una de las atracciones en la presentación de las WaveRunner

México

IMEMSA y su concesionario local presentan las WaveRunners 2006

El 13 de febrero, IMEMSA, el distribuidor marino de Yamaha en México, y su concesionario local organizaron en la ciudad de Acapulco el acto de presentación de su gama de modelos WaveRunner para 2006. Al acto acudieron representantes de las empresas de alquiler que dependen de las fiables WaveRunner para alquilarlas a los turistas, así como usuarios locales de estas motos y un gran número de familias con sus hijos para pasar un día divertido que incluyó carreras sin premios, atracciones como el espectáculo de un grupo de percusionistas con tambores tradicionales japoneses y degustación gratuita de tacos para cenar.

La organización de actos como éste ayuda a IMEMSA a ganarse la confianza de clientes y usuarios, al mismo tiempo que contribuye a reforzar sus lazos con los habitantes de la zona. Se trata pues de un magnífico ejemplo de servicio a la comunidad que Yamaha desea fomentar en cualquier otro lugar. Nuestro agradecimiento especial al concesionario local Sr. Carlos Zárate.

Enviado por el Sr. Tetsuya Kaneko, IMEMSA



The poster for the WaveRunner presentation event advertises attractions and free food and refreshments
El póster del acto de presentación de las WaveRunner anuncia las diversas atracciones y la comida y aperitivos gratuitos

World diving record attempt supported by WaveRunner XL700

On 25 February, 2006, a group in the Maldivian islands broke the world record for "Most people scuba diving simultaneously" on a single site. The previous record of 722 people was beaten as 979 divers between the ages of 10 and 73 participated. This event was organized by Maldives Tourism Promotion Board and about 50% of the divers were locals while the rest were tourists from around the world. The dive was held between 11 am and 11:30 am at Sunlight Thila, in the North Male Atoll known for its relatively large shallow lagoon and calm beauty.

Effective protection and safety at the dive site was provided with Yamaha WaveRunner XL700 PWCs that were retrofitted with communication devices and rescue sleds that gave the rescue team the capability to provide rapid response. The yellow colored, highly visible Yamaha XL700 WaveRunners also proved to be very useful for keeping other boats away from the dive zone and providing quick and easy transport for officials and supplies. During the dive, the team swiftly rescued and returned four divers who had drifted from the zone upon resurfacing from the dive.

The rescue team and most of the WaveRunners were provided by Paradise Island Resort, first resort in the Maldives to implement the sled-and-WaveRunner combination as rescue craft. As the distributor for WaveRunners in the Maldives, Alia Investments Private Limited also provided one WaveRunner and two staff from its Yamaha Division to participate in the dive.

A Maldivian style post-dive celebration was held at Kuda Bandos Island with live Bodu Beru music, local cultural dances, and local cuisine in a truly festive atmosphere. The National Geographic Channel was also there to document the event which would later be aired on their satellite broadcasts.

From Mr. Alau Ali, Managing Director, Yamaha Division, Alia Investments Pvt. Ltd.



Yamaha WaveRunners fitted with rescue sleds were used by the event's rescue team

Las Yamaha WaveRunners equipadas con tablas fueron utilizadas por el equipo de rescate

Récord mundial y motos WaveRunner en tareas de rescate

El 25 de febrero de 2006, un grupo de submarinistas en las islas Maldivas logró batir el récord mundial de "mayor número de personas haciendo submarinismo simultáneo en un mismo lugar". 979 submarinistas con edades comprendidas entre 10 y 73 años batieron el récord anterior que estaba en 722 personas. El acontecimiento, organizado por la Consejería de Promoción del Turismo de las Maldivas, contó con la participación de habitantes locales (en un 50%) y de turistas de todo el mundo (el resto), y se celebró entre las 11 y las 11 y media de la mañana en Sunlight Thila, en el atolón de North Male, conocido por su laguna grande y poco profunda de tranquila belleza.

Las tareas de protección y seguridad del acto corrieron a cargo de varias Yamaha WaveRunner XL700 equipadas con dispositivos de comunicación y tablas de rescate. Las XL700 amarillas y bien visibles demostraron también ser muy útiles para mantener a otras embarcaciones fuera de la zona de buceo y sirvieron de transporte rápido y fácil para funcionarios y suministros. Durante el acto, el equipo rescató y devolvió a la zona de buceo a cuatro submarinistas que se habían desviado al salir a la superficie. El equipo de rescate y la mayoría de las WaveRunners fueron facilitadas por Paradise Island Resort, el primer centro turístico de las Maldivas que usa estas motos equipadas como embarcaciones de rescate. Alia Investments Private Ltd., el distribuidor de las WaveRunners en las Maldivas, contribuyó también proporcionando una WaveRunner y dos miembros de su división Yamaha participaron en la consecución del récord.

Después se celebró una fiesta al estilo maldivo en la isla de Kuda Bandos con música, bailes culturales y cocina del país, en un ambiente auténticamente festivo. Las cámaras de National Geographic estuvieron también presentes en el acontecimiento, que fue transmitido más tarde en sus emisiones vía satélite.

Enviado por el Sr. Alau Ali, Director General, División Yamaha, Alia Investments Pvt. Ltd.



All the participating divers got certificates commemorating the world-record dive

Todos los submarinistas recibieron sus certificados que conmemoraban su participación en la consecución del récord

Argentina/Mexico/Venezuela

South and North American Marine Dealers Visit Japan

Yamaha's marine distributors, Nautica Reconquista of Argentina and Venemotos of Venezuela joined together in the holding of an incentive trip to Japan under the name "Yamaha Nautica Viaje Incentivo 2006." From Mar. 19 ~ 26 a group of 13 dealers, boat builder representatives and distributor staff toured Japan. For many, it was their first visit to Japan and they appreciated this oppor-



The Argentine and Venezuelan tour members in front of the Communication Plaza at YMC headquarters

Visitantes de Argentina y Venezuela delante de la Communication Plaza, en la sede de YMC

tunity to experience a new culture and see the beauty of the famous Japanese cherry blossoms as they began to open during the week of their tour. Then, over the week from April 16 to 22 Yamaha's Mexican joint venture distributor IMEMSA had its incentive trip. Dealers who had won IMEMSA's 2005 sales contest came to Japan with family members after a visit to China. The 25 members of the tour had a chance to experience two quite different East Asian cultures.

From Jin Matsuno, ME Company, YMC

Argentina/México/Venezuela

Visita a Japón de representantes de América del Norte y del Sur

Náutica Reconquista de Argentina y Venemotos de Venezuela unieron sus fuerzas para preparar un viaje a Japón denominado "Yamaha Náutica Viaje Incentivo 2006". Del 19 al 26 de marzo, un grupo de 13 representantes de concesionarios y constructores de lanchas, así como de personal del distribuidor visitaron Japón. Para la mayoría de ellos fue su primera visita, así que tuvieron la oportunidad de conocer una nueva cultura y ver la belleza de las famosos cerezos en flor japoneses que empezaron a florecer justo durante la semana que duró el viaje.

También, del 16 al 22 de abril, IMEMSA, el distribuidor de Yamaha en México, realizó su "viaje incentivo" a Japón. Los concesionarios ganadores del concurso de ventas 2005 de IMEMSA visitaron durante una semana Japón con sus familiares, procedentes de China que también habían visitado. Los 25 miembros tuvieron así la ocasión de conocer dos culturas asiáticas completamente diferentes.

Enviado por Jin Matsuno, empresa ME, YMC



The Mexican distributors, dealers, their families and Yamaha hosts

Distribuidores mexicanos, representantes de concesionarios y familiares, y delegados de Yamaha

Basics of 4-stroke maintenance – Part 2

On today's engines, so-called "high-tensile strength bolts" are used for fastening important parts like the cylinder head and for the connecting rod cap bolt.

In this issue's one point advice we look at the knowledge and fastening technique necessary to get the optimum performance out of these bolts.

Getting optimum bolt performance

In the case of a bolt with standard threads, one clockwise turn of the bolt will move the bolt a distance equal to one pitch of the threads (the distance from one thread tip to the next). When fastening a bolt on a part like a cylinder head from the point where the seating surface of the bolt is already against the head, one turn of the bolt will cause the bolt to stretch the length of one pitch. The more the bolt is turned the greater the amount of stretch and the stronger the fastening force. (Refer to the diagram at right)

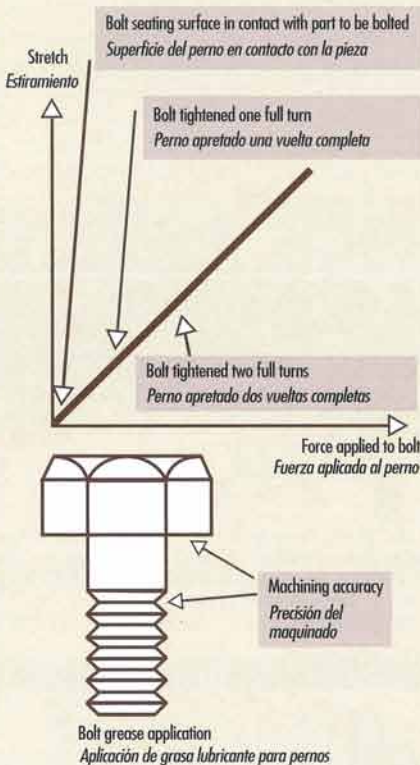
In order to make sure that a part like a cylinder head is fastened with even force at each bolt, a torque wrench is generally used. A torque wrench is designed to measure the force of resistance against the tool when tightening is done.

In fact, this is a very inaccurate means for measuring the actual fastening force applied to the part being fastened.

Especially when you try to tighten something very hard, besides the actual stretching of the bolt, factors like the machined accuracy of the threads and seating surface and the amount of bolt lubricant on the threads will determine the amount of friction occurring when the bolt is turned. A torque wrench will mistakenly measure this friction as part of the fastening force when in fact it is not.

Today, this kind of "torque tightening" method is being replaced by an "angle tightening" method for fastening important automotive parts and bolts used in the construction industry.

This angle tightening method involves designating the amount of bolt tightening (degrees of turn) and generally it is used along with the torque tightening method. For the cylinder head bolts on the F225A, it is designated as "1st-20Nm, 2nd-40Nm, 3rd-90 deg(rees)" In such a case, it is important to tighten the bolts as designated.



Mantenimiento del motor de 4 tiempos

En los motores actuales, los pernos de alta resistencia se usan para sujetar piezas importantes como la culata del cilindro y la biela.

En esta página de consejos técnicos abordamos este tema así como las técnicas de apriete necesarias para conseguir un óptimo rendimiento de estos pernos.

Cómo conseguir el óptimo rendimiento de los pernos

En los pernos de rosca estándar, una vuelta en el sentido de las agujas del reloj hace que el perno se mueva una distancia igual al paso de la rosca (la distancia de un filete al siguiente). Al apretar los pernos de una pieza como por ejemplo la culata del cilindro, desde un punto donde la cabeza del perno está ya en contacto con la culata, el perno comienza a estirarse. Cuanto más se apriete, mayor será el estiramiento y más fuerza se necesitará. Vea el diagrama de la derecha.

Para apretar con igual fuerza los pernos de una pieza determinada se han usado tradicionalmente las llaves dinamométricas. Estas llaves están diseñadas para medir la fuerza con que se aprieta el perno.

Pero en realidad, este método es bastante inexacto. En especial, al apretar algo con mucha fuerza, además del estiramiento del perno hay que tener en cuenta otros factores como la precisión del maquinado de las roscas y de la superficie de asiento para determinar la fricción que se genera al girar el perno. La llave dinamométrica mide equivocadamente esta fricción como parte del par de apriete, cuando en realidad no lo es.

Hoy en día, este método de medición ha sido sustituido por el "método del ángulo" cuando hay que apretar piezas importantes en la industria automotriz y de la construcción.

En este método los pernos se aprietan a un ángulo determinado, es decir el perno gira un valor en grados específico. Generalmente se emplea junto con el método tradicional de apriete por par. Los pernos de la culata del cilindro del F225A se aprietan así: "primero a 20 Nm, después a 40 Nm y por último a 90 grados". Es pues importante apretarlos de esta forma.

- ◆ Does the bolt have scratches, distortions?
- ◆ Are the threads in good condition?
- ◆ Are the screw hole threads in good condition?
- ◆ Has the designated bolt grease been applied?
- ◆ Have you tightened the bolts in the proper order?

- ◆ ¿Tienen los pernos rayas, estrías o deformaciones?
- ◆ ¿Están las roscas en buen estado?
- ◆ ¿Están las roscas de los agujeros en buen estado?
- ◆ ¿Se ha echado el lubricante de pernos correcto?
- ◆ ¿Se han apretado los pernos en el orden adecuado?

The "angle tightening" method

El "método del ángulo"

When bolts are tightened with the angle tightening method, the bolts usually enter a state of permanent distortion known as the "plastic zone." When a bolt is loosened and removed after being tightened once to this plastic zone, it will be longer than it was originally.

The service manual shows which bolts can be reused after being angle tightened once and which bolts cannot. So, be sure to check the service manual first and have new bolts ready in cases where reuse is not recommended.

Also, after a repair job, you need to be sure to dispose of the bolts that cannot be reused.

This kind of parts control is an important part of your job in the workshop, so be sure to do it every day.

Al utilizar este método, los pernos entran generalmente en un estado de deformación permanente que se conoce como "zona plástica". Cuando se afloja y se quita un perno después de haberlo apretado una vez a esta zona plástica, será más largo de lo que era antes.

El manual de servicio indica qué pernos pueden usarse después de ser apretados una vez a un ángulo determinado y qué pernos no pueden usarse. Compruebe primero el manual y tenga los nuevos pernos preparados cuando no se recomiende su uso de nuevo.

También, después de hacer una reparación, tiene que asegurarse de que se ha deshecho de los pernos que no pueden volver a utilizarse. Este control de las piezas es una parte importante de su trabajo en el taller, así que asegúrese de hacerlo todos los días.

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

Dr. Sugimoto Chantey Editorial Room
ME Company, Yamaha Motor Co., Ltd.
1400 Nippashi Hamamatsu, Shizuoka 432-8528, Japan





iki

Japanese art, Japanese heart Arte japonés, corazón japonés

iki

In 1603, the political center of Japan was moved from Kyoto to Edo (the present Tokyo) with the founding of the Tokugawa shogunate. Besides being the capital where the country's policy-makers ruled, Edo also became a city of craftsmen and merchants and came to foster a culture of the people that was very different from the court culture of the nobility who had gathered around the Emperor in the old capital of Kyoto.

The people of Tokyo today whose families have lived in the city for at least three generations consider themselves the heirs to this Edo town culture and proudly refer to themselves as Edokko. And they have a special word that they use to describe the unique sense of beauty and style that Edo culture has nurtured. That word is *iki*. The definition you will find in the dictionary for this word is "an attitude or style of appearance that is coolly sophisticated and sensually attractive." The opposite of *iki* is *yabo*, which means uncouth, rustic or lacking in urbane sophistication. In other words, the opposite of *iki* is unsophisticated and lacking in artistic or poetic sense, according to the dictionary.

The essence of *iki* is hard to understand, however, just from abstract words. For example, you could say that the very act of talking with pride about your theory of what *iki* is would be considered *yabo*, or lacking in *iki*. And, the act of trying to show that you have *iki* is in itself an excessive effort that proves you don't have real *iki*. That is how very relative and subjective the criteria for *iki* are. That is also why you have to grow up in a family that has lived in Tokyo and breathed the cultural air of Tokyo for at least three generations in order to have a clue about what is really *iki*. And, that is why that period of time is specified in the definition of an Edokko.

Today, the representative area of Tokyo where the most people with the right to be called Edokko live is the Asakusa district. And, the "Sanja [three shrines] Festival" of the Edokko of Asakusa is one of the three big festivals of the Tokyo area that gathers over a million spectators every May. The highlight of this festival comes when teams of resident Asakusa Edokko take miniature shrines enshrining a local deity and carry them on a parade through the city streets. Shaking the shrines violently as several dozen people take turns carrying them on long shoulder poles is said to invigorate the spirit of the deity heighten their power to bring the people good harvests, good catches and good fortune for the families of the town.

Although today's Tokyo may have a high-tech image, pouring one's energies into this kind of spiritual festival is certainly one form of the proud Edokko *iki*.

En 1603, el centro de la política japonesa se trasladó de Kioto a Edo (la actual Tokio) al instaurarse el shogunado de Tokugawa. Además de ser la capital donde residían los responsables políticos del país, Edo se convirtió también en una ciudad de artesanos y mercaderes, lo que fomentó una cultura ciudadana diferente a la que existía entre la corte del Emperador y la nobleza en la antigua capital de Kioto.

Hoy en día, la gente de Tokio cuyas familias han vivido en la ciudad al menos durante tres generaciones se considera heredera de esta cultura de Edo y se refiere a sí misma como "Edokko", es decir "naturales de Edo". Y tiene una palabra especial que usa para describir el sentido especial de la belleza y el estilo de Edo. Esta palabra es "*iki*". La definición que se encuentra en el diccionario de esta palabra es "actitud o aspecto sofisticado, sensualmente atractivo y elegante. Lo contrario de *iki* es "*yábo*", que significa vulgaridad, zafiedad, carencia de sofisticación urbana. Es decir, lo burdo, tosco y sin sentido artístico o poético, según el diccionario.

Pero la esencia de *iki* es difícil de entender sólo con estas palabras. Por ejemplo, puede decirse que el simple hecho de hablar con orgullo de lo que es *iki*, podría considerarse *yábo*, es decir carente de *iki*. Y el hecho de querer demostrar que se tiene *iki* es un empeño excesivo que indica que en realidad no se tiene. Como se ve las normas para dilucidar si se tiene o no *iki* son relativas y subjetivas. Es por ello que es necesario crecer en una familia que ha vivido en Tokio y se ha imbuido del aire cultural de esta ciudad durante al menos tres generaciones para tener una idea de lo que realmente es *iki*. Y por eso este período de tiempo viene especificado en la definición de un Edokko.

Actualmente, el distrito de Asakusa es la zona de Tokio en la que viven la mayor parte de los habitantes que pueden considerarse realmente Edokko. Y el Festival Sanya (Tres Santuarios) de los Edokko de Asakusa es uno de los tres más grandes de Tokio ya que reúne a más de un millón de espectadores cada mayo. La atracción principal de este festival está cuando llega el momento en que grupos de Edokko de Asakusa pasean santuarios en miniatura consagrados a las deidades locales por las calles de la ciudad. Varias decenas de personas se turnan para llevar estos santuarios sobre sus hombros y los zarandean con fuerza en la creencia de que así fortalecen la deidad y aumentan su poder de traer buenas cosechas, buenas capturas y buena fortuna a las familias de la ciudad.

Aunque el Tokio actual pueda ser la viva imagen de la alta tecnología, volcar así la energía en esta clase de festival es ciertamente una forma de ser orgullosamente *iki* para los naturales de Edo.



From the Chief Editor

Some time ago, I happened to see a TV program on the UAE and Oman. I remember feeling how well the traditional culture seemed to melt into the modern cities. I saw scenes of the bright red sunset over the desert and a seaside grotto where the sun was shining in and making the beautiful green water sparkle.

It happened to be at a time when our editorial staff was visiting the Middle East and I was here in Japan manning the desk, and I recall saying to myself how I wished I could be there too. Lately, the list of places that I wish I could visit is growing quite long!

(Especially places I would like to visit unrelated to work ...)

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

Hiroyuki Murakami, Chief Editor of Chantey



Saludos del redactor jefe

Hace tiempo vi por casualidad un programa de TV sobre los EAU y Omán. Recuerdo que me impresionó lo bien que la cultura tradicional parecía fusionarse con las ciudades modernas. Vi puestas de un sol rojo brillante sobre el desierto y grutas en la costa donde el sol resplandecía y hacía que brillaran sus bellas aguas verdes. Dio la casualidad de que fue por entonces cuando algunos redactores de nuestra revista estaban visitando Oriente Medio y yo, aquí en Japón, me ocupaba de recoger la información, y recuerdo decirme a mí mismo lo mucho que desearía estar allí yo también.

Últimamente, la lista de lugares a los que me gustaría ir ¡se está haciendo demasiado larga! (en especial lugares que no tienen relación con mi trabajo...)

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

Hiroyuki Murakami, redactor jefe de Chantey

Beautiful Waters, Forever

Aguas hermosas para siempre

Keep Minimum

Cogeneration systems

Yamaha Motor Co., Ltd. (YMC) has been introducing cogeneration systems at its factories since 2004 as a way of reducing energy consumption and CO2 emissions. These efforts began with the installment of three 515 kW diesel cogeneration units at Yamaha's Nakase Factory in March of that year, followed by the installment of an 800 kW diesel unit at the YMC headquarters office buildings in May and two 5,820 kW gasoline engine cogeneration units at the headquarters factories in October. In July of 2005, our outboard motor manufacturing company, Yamaha Marine Co., Ltd., also put into operation its own cogeneration system.

Cogeneration means a system designed to derive two or more forms of energy, such as electricity and heat, from a single energy source. The new cogeneration system adopted at Yamaha Marine generates electricity from natural gas, which is the fossil that gives off the least amount of CO2 when burned. The heat produced during the electricity generation process is recycled by the system for use in the company's air conditioning/heating system, water heating and other factory processes such as parts cleaning and painting.

The introduction of these cogeneration systems is part of the "Keep Minimum" activities YMC is promoting. These activities are aimed not only at reducing the amount of energy consumed and CO2 released in the company's manufacturing activities but also at reducing to an absolute minimum the amount of energy our products consume during use. YMC has set for itself a goal of reducing its total annual CO2 emissions by 10% compared to our 1990 level (106,000 t) by the year 2010. At YMC, we consider achieving this and other environmental goals to be an important part of our corporate activities as we continue to strive to fulfill our social responsibility as a global corporate entity.

Reducir al mínimo

Sistemas de cogeneración

Yamaha Motor Co., Ltd. (YMC) lleva introduciendo sistemas de cogeneración en sus fábricas desde 2004 a fin de reducir el consumo energético y las emisiones de CO2. Estas medidas se iniciaron con la instalación de tres unidades de cogeneración diesel de 515 kW en la fábrica de Nakase en marzo de ese año, a las que siguieron una unidad diesel de 800 kW en las oficinas de la sede de YMC en mayo y dos unidades de cogeneración con motor de gasolina de 5,820 kW en las fábricas de la sede central en octubre. En julio de 2005, Yamaha Marine Co., Ltd, nuestra empresa fabricante de motores fueraborda, puso en marcha también su propio sistema.

Estos sistemas están diseñados para producir dos o más formas de energía, como electricidad y calor, de una sola fuente energética. El nuevo sistema de cogeneración adoptado por Yamaha Marine genera electricidad del gas natural, que es el combustible fósil que emite menor cantidad de CO2 al quemarse. El calor producido durante el proceso de generación de electricidad lo recicla el sistema y se usa en el sistema de calefacción y refrigeración de la empresa, en el calentamiento de agua y en otros procesos de la fábrica tales como limpieza y pintura de piezas.

La instalación de estos sistemas forma parte de las actividades "Reducir al mínimo" promovidas por YMC y cuyo objetivo es reducir la cantidad de energía consumida y el CO2 emitido en las actividades manufactureras de la empresa y mantener al mínimo absoluto la cantidad de energía que consumen nuestros productos durante su utilización. YMC se ha fijado como objetivo reducir sus emisiones totales de CO2 por año al 90% del total del año 1990 (106.000 toneladas) para el año 2010. -En YMC consideramos que conseguir este objetivo medioambiental y otros más propuestos es parte importante de nuestra actividad empresarial mientras continuamos esforzándonos por cumplir con nuestras responsabilidades sociales como empresa global.

