

Bimonthly issued by Yamaha

Chantey

NEWSLETTER FOR YAMAHA MARINE DEALERS

2008 No. 122

ENGLISH/FRENCH VERSION



Yamaha Diesel Stern Drives – Expanding in Europe on a reputation for quality
Les 'Stern Drive' diesel de Yamaha – Croissance en Europe fondée sur une qualité réputée

Yamaha Diesel Stern Drives – Expanding in Europe on Les ‘Stern Drive’ diesel de Yamaha – Croissance en Europe



a reputation for quality fondée sur une qualité réputée



In the outboard motor industry, Yamaha has established its reputation as the top brand offering products of outstanding performance and reliability. And now, Yamaha diesel stern drives are the focus of increasing market attention as their sales grow in Europe and other markets. In this issue of *Chantey* we report on the marketing efforts of DELTA TEAM d.o.o., a distributor of Yamaha marine engines in the European countries of Croatia and Slovenia.



Dans le secteur des moteurs hors-bord, Yamaha a affermi sa réputation comme marque de premier ordre en proposant des produits aux performances et à la fiabilité exemplaires. A présent, les moteurs in-board diesel en Z – ou Stern Drive - de Yamaha attirent une attention croissante, car leurs ventes progressent en Europe et sur d'autres marchés. Dans ce numéro de *Chantey*, nous suivrons les efforts de marketing de DELTA TEAM d.o.o., le distributeur des moteurs nautiques Yamaha en Croatie et en Slovénie.

European marine market looks to Yamaha Diesel Stern Drives for quality

In the pleasure-use marine market in European countries like the UK, small boats fitted with diesel engines have long been the dominant craft for boating. There are many private constructors who specialize in adapting automotive diesel engines for marine use. Still today, you will see many diesel-powered boats of the 20 ft. class lining the docks at marinas. In such markets, diesel marine engines with their good fuel economy and environmental measures are an important product category in the marine industry along with 4-stroke gasoline model outboards and personal watercraft.

Among marine diesels, stern drive models have several advantages, such as the fact that they are mounted in the stern of the boat and thus open up more useful space in the center of the boat where the motor is usually positioned in a conventional diesel rig. This makes them a popular power source for sport cruisers with central cabins. In this stern drive category, Yamaha offers a lineup of models in its HYDRA DRIVE series that first went on sale in Europe in 1992. This year marks the fourth season since Yamaha began full-fledged marketing efforts for this series in Europe in 2004. Ini-

tially over half of all shipments of these models went to the UK, but as the market demand for stern drives has roughly doubled over the past ten years, the number of dealerships and distributors selling Yamaha HYDRA DRIVE models has greatly increased across Europe since the start of serious marketing efforts in 2004. For this *Chantey Special* on the stern drive market in Europe, we visited one such distributor, DELTA TEAM d.o.o., which sells Yamaha marine products in the countries of Croatia and Slovenia on the Adriatic Sea.



As with an outboard motor, the drive unit can be tilted up. These units are also designed for excellent serviceability. Comme avec un moteur hors-bord, la boîte de commande peut être relevée. Ces unités sont conçues aussi pour faciliter l'entretien.



Stern drives are increasingly in demand in markets like the UK. The number of boat builders using Yamaha's Hydra Drive diesel stern drives is increasing.

La demande en Stern Drive progresse sur des marchés comme le Royaume-Uni. Le nombre des constructeurs, utilisant les moteurs diesel Hydra Drive de Yamaha, est en augmentation.

Le marché nautique européen recherche la qualité des «Stern Drive» diesel de Yamaha

Sur le marché des loisirs nautiques de pays européens comme le Royaume-Uni, le petit bateau équipé d'un moteur diesel est depuis longtemps l'embarcation favorite. Nombreux sont les constructeurs privés, spécialisés dans l'adaptation de moteurs diesel en vue d'utilisations nautiques. Mais

de nos jours, il n'est pas rare de voir de nombreux bateaux à moteur diesel de la classe des 20 pieds, alignés le long des quais des marinas. Sur ce marché, les moteurs diesel nautiques constituent une catégorie importante du fait de leur bonne économie en carburant et de leurs qualités

écologiques, entrant en concurrence avec les hors-bord 4-temps à essence. Parmi les diesels nautiques, les modèles in-board à transmission en Z, ou Stern Drive, présentent plusieurs atouts, notamment leur installation à la poupe qui permet de dégager plus d'espace au centre du bateau



*Many smaller diesel-powered boats are seen in dock areas like this
Beaucoup de petits bateaux à moteur diesel sont amarrés dans les marinas.*

où est habituellement positionné le moteur diesel classique. Ce point les rend populaires pour les embarcations sportives à cabine centrale.

Dans cette catégorie, Yamaha offre une gamme de modèles dans sa série HYDRA DRIVE, mise en vente tout d'abord en Europe en 1992. Cette année marque la quatrième saison depuis que Yamaha a entamé de réels efforts de marketing pour cette série en Europe en 2004. Au début, plus de la moitié des livraisons étaient destinées au Royaume-Uni. Comme la

demande pour les transmissions en Z a quasi doublé au cours des 10 dernières années, le nombre des concessionnaires et distributeurs intéressés par leurs ventes a fortement augmenté en Europe depuis le début de la campagne sérieuse de marketing en 2004. Pour ce Chantey Special sur le marché européen des Stern Drive, nous avons rendu visite à DELTA TEAM d.o.o., un de ces distributeurs qui vend des produits nautiques Yamaha en Croatie et en Slovénie, deux pays face à la Mer Adriatique.

Yamaha HYDRA DRIVE, known for outstanding performance and reliability

Like Yamaha outboards, the stern drives are designed for optimum compactness utilizing a variety of advanced technologies. These models inherit the same legendary reliability that has made Yamaha the top brand in outboard motors, and throughout Europe they are also known for their outstanding performance. They also offer environmentally sound features like the Blow-by Gas Re-intake System that delivers cleaner exhaust.



HYDRA DRIVE de Yamaha, une réputation de performances et fiabilité exceptionnelles

Comme les hors-bord Yamaha, les moteurs en Z sont conçus pour rester compacts grâce à diverses technologies de pointe. Ces modèles bénéficient de la fiabilité légendaire qui a fait de Yamaha la première marque en hors-bord. Dans toute l'Europe, ils sont réputés également par leurs performances époustouflantes. En outre, ils disposent de systèmes écologiques, tels celui de Réadmission de gaz de soufflage dont les émissions sont plus propres.

The Adriatic Coast, a marine market growth sector

Slovenia is a country that has long had close cultural ties with its Western European neighbors, Italy and Austria, and it was the first of the six nations of the former Yugoslavia to declare its independence and become a member of the European Union. Through the process, it has also achieved significant economic growth. Although Slovenia has a short Adriatic coastline of just 40 km, it is nonetheless an attractive and popular coast.

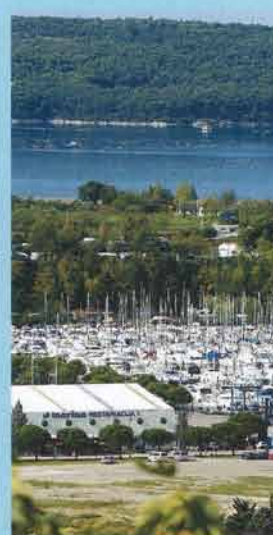
Croatia is another country that has a beautiful coastline along the eastern shore of the Adriatic

dotted with many charming islands. There are also picturesque historical harbors like Dubrovnik, which is registered as a UNESCO World Heritage site.

The beautiful seas, islands and harbors of this coast make it one of the favorite cruising locations in Europe.

At the 2007 boat show held in Split, the Croatian government announced a program aimed at creating a total of 15,000 marina boat berths along the country's coast over the next ten years. When this project is complete, it will dou-

ble the capacity to accommodate boat owners in Croatia. This kind of new infrastructure development for marine recreation and tourism is an important step toward making Croatia an even more attractive place for foreign cruising boaters and super yachts to visit. But it is also expected to stimulate the domestic marine market here on Adriatic Coast. That is why Delta Team is focusing its business efforts on stimulating user demand and promoting trade-ins on new boats and engines.



Slovenia does not have a long coastline but there is abundant marina capacity for boaters to enjoy cruising along waters of its beautiful coast and harbors near Piran. La côte de la Slovénie n'est pas longue, mais sa capacité en marina est abondante pour les amateurs de bateau sur les eaux de son rivage et de ses ports près de Piran.

La Côte Adriatique, une région du marché nautique en expansion

Depuis toujours, la Slovénie a entretenu des liens culturels étroits avec ses voisins de l'Europe occidentale, l'Italie et l'Autriche. Elle a été la première des six nations de l'ancienne Yougoslavie à déclarer son indépendance et à devenir membre de l'Union Européenne. Entre-temps, elle a connu une croissance économique remarquable. Bien que la côte de la Slovénie ne mesure que 40 km, elle n'en est pas moins attrayante et populaire.

La Croatie est un autre pays aux rivages splendides sur la côte orientale de

l'Adriatique, parsemée de nombreuses îles ravissantes. On y découvre de superbes ports historiques, tel Dubrovnik, inscrit au Patrimoine mondiale de l'Unesco.

Les îles, ports et eaux limpides de ces rivages en font un des lieux de croisière favoris de l'Europe.

Au Salon du bateau 2007 organisé à Split, le gouvernement de Croatie a annoncé un programme, visant à créer 15.000 postes de mouillage le long de la côte au cours des 10 prochaines années. Quand il sera achevé, ce projet aura doublé la capacité d'accueil pour

les propriétaires de bateaux en Croatie. Ce genre d'infrastructure en faveur du divertissement et du tourisme nautiques constitue un pas important pour rendre la Croatie encore plus attrayante pour les amateurs de plaisance et les super yachts étrangers. Cette initiative devrait aussi stimuler le marché nautique sur la Côte Adriatique. Et c'est pourquoi Delta Team concentre ses efforts pour répondre à la demande croissante et promouvoir des reprises pour bateaux et moteurs nouveaux.

Supplying engines to domestic boat builder

Here on the Adriatic Coast diesel stern drive models are an important product line for the marine industry along with outboards and personal watercraft.

Delta Team has established a close working relationship with the Croatian boat builder ADEX NAUTICA, to which it supplies Yamaha HYDRA DRIVE diesel engines. Bringing to market boats mounting the HYDRA DRIVE has been an important business venture for both companies with big expectations.

This spring, Delta Team is opening a new company headquarters in the Croatian capital, Zagreb. This is part of the company's larger plans to grow sales of quality Yamaha products in the Croatian market.



DELTA TEAM's President, Mr. Marko Tomše
M. Marko Tomše, président de DELTA TEAM



This ADEX-29 cruiser mounts a Yamaha HYDRA DRIVE diesel stern drive. As one of Croatia's most advanced boat builders, ADEX NAUTICA has chosen to work with Delta Team as a supplier of Yamaha engines
Ce yacht ADEX-29 est doté d'un moteur en Z diesel HYDRA DRIVE de Yamaha. Compté parmi les meilleurs constructeurs de Croatie, ADEX NAUTICA a choisi de travailler avec Delta Team comme fournisseur de moteurs Yamaha



With the development of the tourist industry, private pleasure-use demand is increasing in the marine sector. Boat owners from western and northern Europe are looking to the Adriatic coast as a new marine leisure spot. Par suite du développement du tourisme, la demande pour la plaisance augmente dans le secteur nautique. Des propriétaires de bateau d'Europe de l'ouest et du nord se tournent vers les côtes de l'Adriatique comme nouveau centre de plaisance.



The Croatian port of Dubrovnik prospered as a center of trade on the Adriatic from the 13th century, and its beautiful harbor has been known as the "pearl of the Adriatic." It is a place that cruising fans from around Europe and the world long to visit
Le port croate de Dubrovnik a prospéré depuis le 13^e siècle comme centre du commerce sur l'Adriatique. Connu comme "Perle de l'Adriatique", son port ravissant est un lieu qu'aspirent à visiter tous les amateurs de nautisme d'Europe et du monde

Proposer des moteurs aux constructeurs locaux de bateaux

Sur la Côte Adriatique, les modèles diesel "stern drive" forment pour l'industrie nautique une gamme importante pour l'industrie nautique au même titre que les hors-bord et les jetskis.

Delta Team a établi une étroite relation de

travail avec ADEX NAUTICA, un constructeur de bateaux croate, à qui il fournit des moteurs diesel HYDRA DRIVE de Yamaha. Proposer des bateaux équipés du HYDRA DRIVE a constitué pour les deux entreprises une activité pleine de promesses.

Au printemps, Delta Team inaugure son nouveau siège social à Zagreb, la capitale croate. Il fera partie des plans plus vastes de l'entreprise pour faire croître les ventes des produits Yamaha de qualité sur le marché de la Croatie.

Reaping first rewards of the YTA program

The YTA (Yamaha Technical Academy) program that was unveiled at the Marine World Service Managers Meeting in October of 2005 is now beginning to yield its first fruits in terms of solid results in raising service standards.

Looking back, the marine YTA program actually started activities in January of 2006 when representatives of the YTA Committee gathered from around the world to set down clear policies concerning the direction the program should take.

In April that year a YTA Global Manifesto was officially announced to Yamaha marine distributors worldwide as a statement of the commitment to a new standard of excellence in marine service.

A full manual detailing the YTA program was produced along with a set of "hardware" tools such as uniforms and stickers

and course certificates. Then in October of that year the first YTA marine instructor training course, YTA TTT (Train the Trainers), was held at YMC headquarters in Japan and another in Europe in January of 2007.

For this ground-breaking first TTT seminar held at YMC, 16 marine service representatives from 12 Yamaha distributors in 12 Middle East, Asian and South American countries participated. Over the five days of the course, presentations and training were conducted in several selected technical fields. The participants in this fruitful seminar engaged in active discussion with many relevant questions and information being exchanged. This strengthened the program's "software" aspect by preparing trainers capable of conducting effective and efficient service training courses, and

most of them left with plans to organize their own YTA courses in their home countries within the course of a year. In this sense the seminar sowed the seeds that will turn the YTA concept into actual grassroots programs around the world.

With this foundation laid, the actual YTA course began training service people according to programs that fit the needs of each market. Based on the reports received by YMC, at least 3,500 Yamaha-affiliated marine technicians began receiving YTA training during the year 2007.

The first test of progress and accomplishment for service people participating in the YTA program is the "YTA BRONZE EXAM," a test consisting of 150 questions in 15 categories of service skills. To pass this test and receive the "YTA Bronze Technician Card" the trainees must successfully



At the YTA Committee meeting in January of 2006, the marine YTA concept was discussed and clear guidelines laid down. This provided the basis for the YTA Global Manifesto released that April

A la réunion du Comité YTA de janvier 2006, le concept YTA nautique a été discuté et des principes clairs ont été définis. Les débats ont servi de base au Manifeste Global YTA, publié en avril 2006



The first YTA instructor training seminar named "TTT" (Train the Trainers) was held at YMC headquarters in Japan in October, 2006, marking the full-fledged start of activities to spread the program worldwide. The following January, the process accelerated with the holding of a TTT seminar for the European market at YMENV headquarters

Baptisé "TTT" (acronyme anglais pour "Formez les Formateurs"), le premier séminaire de formation des instructeurs YTA a eu lieu au siège YMC au Japon en octobre 2006. Il a marqué le début de l'expansion des activités du programme dans le monde. En janvier 2007, le processus s'est accéléré par la tenue d'un séminaire TTT pour le marché européen au siège de YMENV.

Dévoilé à la Réunion mondiale des Directeurs des Services en octobre 2005, le Programme YTA (Académie Technique Yamaha) commence à porter ses premiers fruits sous la forme de résultats solides dans la hausse du niveau de l'entretien.

En fait, le programme YTA pour produits nautiques a commencé ses activités en janvier 2006 quand les représentants du Comité YTA sont venus du monde entier afin de définir clairement l'orientation que devrait prendre le programme.

En avril 2006, un Manifeste Global YTA a été annoncé officiellement aux distributeurs de produits nautiques Yamaha en guise d'engagement vers une nouvelle norme d'excellence dans les services nautiques.

Un manuel détaillé du Programme YTA a été rédigé parallèlement à une série d'outils, tels qu'uniformes, autocollants et certificats de cours. Puis, en octobre 2006, le premier cours de formation des instructeurs nautiques YTA s'est tenu chez YMC. Y avaient participé 16 représentants de 12 distributeurs Yamaha de 12 pays du Moyen-Orient, d'Asie et d'Amérique Latine. Pendant les 5 jours du cours, des présentations et des séances de formation ont eu lieu dans plusieurs domaines techniques. Les participants à ce séminaire fécond ont pris part activement à des discussions où des informations pertinentes ont pu être échangées. Ceci a renforcé l'aspect "soft" du programme qui formera des instructeurs, capables de diriger

efficacement des cours de formation aux travaux d'entretien. La plupart sont repartis avec l'idée d'organiser dans leur pays leurs propres cours YTA pendant les douze prochains mois. En ce sens, le séminaire a planté les graines qui transformeront le concept YTA en un programme bénéfique dans le monde entier.

Sur ces bases, le cours YTA a commencé à former le personnel d'entretien selon des programmes appropriés aux besoins de chaque marché. Selon des rapports reçus par YMC, au moins 3.500 techniciens de produits nautiques affiliés à Yamaha ont commencé à recevoir une formation YTA pendant l'année 2007.

Le premier test, permettant d'évaluer les progrès réalisés par les participants au

Récolte des premiers bénéficiaires du Programme YTA

answer at least 70% of the questions.

The first YTA program participants to take the this test—the first of three levels that progress to Silver and Gold—were five technicians from the UAE distributor AL YUSUF Motor, and all five successfully passed the test and received their YTA Bronze certification from the YMC Service Div. in October, 2007. In addition, the Service Div. chose AL YUSUF Motor as winners of YMC's "YTA Best Effort Award" with big expectations that the company will continue its aggressive efforts to raise the level of the service it provides and the satisfaction of its customers.

To celebrate this accomplishment, AL YUSUF Motor held a "YTA Achievement Ceremony" to congratulate the technicians for reaching beyond the demanding work of their daily jobs and making the effort to

raise their level of technical expertise.

The value and importance of the YTA program is being recognized more and more around the world, and a rapidly growing number of service technicians are making YTA certification their next career goal. Now that the efforts of everyone involved

in the YTA program have begun to bear fruit, YMC's Service Div. has set its sights on making 2008 the "Silver Year" when a growing number of technicians worldwide will gain Bronze certification and move up to the next challenge of winning the YTA Silver Technician Card.



Five proud technicians from AL YUSUF Motor in the Middle East became the first to take the YTA Bronze Exam and successfully receive their YTA Bronze certificates

Cinq fiers techniciens d'AL YUSUF Motor au Moyen-Orient sont les premiers à s'être présenté à l'Examen Bronze YTA et à avoir reçu leur Certificat Bronze YTA

programme YTA, est l'"EXAMEN YTA-BRONZE", un test comportant 150 questions sur 15 catégories des techniques d'entretien. Pour réussir ce test et recevoir la "Carte Bronze du Technicien YTA", les candidats doivent répondre correctement à au moins 70% des questions.

5 techniciens d'AL YUSUF, le distributeur aux E.A.U., ont été les premiers participants au Programme YTA à tenter cet examen – le premier de 3 niveaux qui comprendra aussi des cartes Argent, puis Or. Tous les 5 ont réussi et ont reçu leur Certification Bronze YTA de la Division Service de YMC en octobre 2007. En outre, la même division a choisi AL YUSUF Motor comme vainqueur du "Prix du Meilleur

Effort YTA" de YMC dans l'espoir que l'entreprise poursuivra agressivement ses efforts pour relever le niveau des services et de la satisfaction des clients.

Pour marquer cet exploit, AL YUSUF Motor a organisé une "Cérémonie de Réussite YTA" afin de féliciter les lauréats qui ont dépassé les tâches exigeantes de leur emploi quotidien et ont fait l'effort de relever le niveau de leurs compétences techniques.

La valeur et l'importance du Programme YTA sont de plus en plus reconnues dans

le monde et un nombre croissant de techniciens ont fait de l'acquisition du Certificat YTA l'objectif prochain de leur carrière. Comme les efforts des personnes impliquées dans le Programme YTA commencent à porter leurs fruits, la Division Service de YMC vise à faire de 2008 l'année "Argent", celle où un nombre croissant de techniciens obtiendront leur Certificat Bronze et relèveront le défi suivant : remporter la "Carte Argent du Technicien YTA".

Dateline of the Marine YTA program launch

- Oct. 2005:** A plan involving three new service standards is announced at the World Marine Service Managers Meeting.
 - 1) Technician Standards: The educational standards for raising the levels of technician skills.
 - 2) Department Standards: Working with the people in the market to provide a standard of 4-stroke service that makes us the No.1 service shops in terms of customer trust in each locality.
 - 3) Marketing Standards: The standards for service activities that win customer support as defined in the Marketing Manual.
- Jan. 2006:** YTA Committee meets to define the marine YTA concept
- Apr. 2006:** The marine YTA Global Manifesto is announced.
- Oct. 2006:** 1st YTA Train the Trainer (TTT) seminar held at YMC
16 representatives from 12 distributors participate.
- Jan. 2007:** YTA Train the Trainer (TTT) held in Europe (YMENV)
17 representatives from 13 distributors are participated.
- Feb. 2007:** 2nd YTA Committee meeting held in the USA
- Feb. 2007:** YTA courses begin to be held, with 130 courses being held in 30 countries and training over 3,500 within the course of the year
- Oct. 2007:** First technicians win YTA Bronze certification in Dubai (5 people)

Chronologie du Programme YTA pour produits nautiques

- Octobre 2005:** Un plan concernant 3 nouvelles Normes d'entretien est annoncé à la Réunion mondiale des Directeurs de Service Produits nautiques.
 - 1) Normes Techniciens: Normes d'éducation visant à relever le niveau des compétences des techniciens.
 - 2) Normes Département: Travail avec les acteurs sur le marché afin d'établir pour les 4-temps une norme qui fasse de nos ateliers de service les champions au niveau de la confiance des clients dans chaque localité.
 - 3) Normes Marketing: Normes pour activités de service qui méritent le soutien des clients, comme défini dans le Manuel de Marketing.
- Janvier 2006:** Réunion du Comité YTA pour définir le concept YTA Nautique
- Avril 2006:** Annonce du Manifeste Global YTA Nautique
- Octobre 2006:** 1^{er} séminaire TTT (Formez les Formateurs) de YTA organisé chez YMC
Participation de 16 représentants de 12 distributeurs
- Janvier 2007:** Organisation d'un séminaire TTT (Formez les Formateurs) en Europe (YMENV)
Participation de 17 représentants de 13 distributeurs
- Février 2007:** 2^{ème} réunion du Comité YTA aux États-Unis
- Février 2007:** Début des cours YTA. Organisation de 130 cours dans 30 pays et formation de plus de 3.500 techniciens pendant l'année
- Octobre 2007:** Les 5 premiers techniciens remportent le Certificat Bronze YTA à Dubai

Again in this issue we look at the important subject of corrosion. Our subject this time is the difference between 2-stroke to a 4-stroke engine corrosion.

A 4-stroke corrodes more easily than a 2-stroke

This is something we hear from many customers who change from a 2-stroke and 4-stroke. Although the corrosion they talk about may also include salt clogging and whitening, these words are probably a true reflection of what they experience. To answer why customers feel that a 4-stroke corrodes more quickly than a 2-stroke, let's first look at the difference between these two types of engines.

The differences between 2-stroke and 4-stroke engines

From the standpoint of corrosion, 2-stroke and 4-stroke engines are different in the following ways.

- In the combustion process of a 2-stroke, oil is burned along with the gasoline
 - Elements of the oil remain in the exhaust
 - A film of carbon and oil forms in the exhaust passages

So, how do these two factors relate to the start of corrosion and how fast it occurs?

- The film of carbon that forms in the exhaust passages of a 2-stroke
 - The carbon film prevents direct contact between the cooling water and exhaust system parts
 - This is the same effect as having an anti-corrosive paint finish

So, we can conclude that corrosion occurs more easily and progresses more rapidly in a 4-stroke than a 2-stroke.

And, because this is the result of differences in the operating principle and structure of the 4-stroke engine, it can't be the same as a 2-stroke.

How to slow the start and progress of corrosion in a 4-stroke

To reduce the damage caused by corrosion in our 4-stroke outboards, Yamaha has developed a number of preventative measures, such as increasing the number of sacrificial anodes and coating the exhaust system parts with special anti-corrosive plating. And, to make sure that these preventative measures function effectively, it is important to perform the proper maintenance we talked about in our last issue, such as replacing the anodes when necessary. It is also proven that using the flushing device to wash the saltwater out of the cooling system passages is effective for corrosion prevention.

The photos at right clearly show the difference in cooling passage corrosion between an engine that has been flushed regularly after use (left) and one that has not (right). And, if the engines continue to be used in this way, there will surely be an even bigger difference in the degree of corrosion after 1,000 hours of use. Thus, flushing the cooling system is very important as a form of daily maintenance to prevent corrosion.

The next question is what to do if the boat is docked at a place that doesn't have running water for flushing. The maintenance requirements for Yamaha outboards include replacing the sacrificial anodes in cooling passage every 500 hours of use. This operation requires removal of the cylinder head. So I recommend that you use this opportunity to check the engine for corrosion and clean it as necessary. In any case, I hope you will keep in mind the rule of "preventing trouble before it occurs." This concludes the third sequel in our series on corrosion. In our next "One Point Advice" we will look at the problem of corrosion caused by incorrect wiring.



With flushing
(after approx. 500 hrs. use)
Avec détartrage (après env. 500 h
d'utilisation)



Without flushing
(after approx. 500 hrs. use)
Sans détartrage (après env. 500 h
d'utilisation)

La photo de gauche illustre clairement la différence de corrosion du conduit d'échappement entre un modèle détartré régulièrement après utilisation (à gauche) et un qui ne l'a pas été (à droite). Si les moteurs restent utilisés de cette façon, la différence du degré de corrosion sera encore plus grande après 1.000 heures. C'est pourquoi le détartrage du circuit de refroidissement est un élément essentiel de l'entretien quotidien pour retarder la corrosion.

Autre question : que faire si le bateau reste à quai à un endroit

Dans ce numéro, nous examinons la question importante de la corrosion. Cette fois, nous réfléchissons aux différences de corrosion entre moteurs 2-temps et 4-temps.

Un 4-temps se corrode plus vite qu'un 2-temps

C'est ce que nous disent des clients qui passent d'un 2-temps à un 4-temps. Bien que la corrosion dont ils parlent puisse inclure le colmatage par le sel ou le blanchiment, ce constat est probablement le reflet réel de ce dont ils font l'expérience. Avant d'expliquer pourquoi les clients trouvent qu'un 4-temps se corrode plus rapidement qu'un 2-temps, voyons d'abord les différences entre ceux deux types de moteurs.

Différences entre moteurs 2-temps et 4-temps

Du point de vue de la corrosion, les moteurs 2-temps et 4-temps diffèrent par les points suivants.

- Dans la phase de combustion d'un 2-temps, de l'huile est brûlée avec l'essence.
 - Des éléments de l'huile restent dans l'échappement
 - Une pellicule de carbone et d'huile se forme sur les conduits d'échappement.

Quel lien ces deux facteurs ont-ils avec le début de la corrosion et à quelle se produit-elle ?

- La pellicule de carbone qui se forme dans les conduits d'échappement d'un 2-temps

- La pellicule de carbone empêche un contact direct entre l'eau de refroidissement et les composants du système d'échappement
- Ceci a le même effet que l'application d'un enduit anti-corrosion

Nous pouvons donc conclure que la corrosion se produit plus facilement et progresse plus rapidement sur un 4-temps que sur un 2-temps.

Comme il s'agit là du résultat de différences dans le principe de fonctionnement et la structure du moteur 4-temps, celui-ci ne peut pas être le même qu'un 2-temps.

Comment retarder le début et les progrès de la corrosion sur un 4-temps

Pour réduire les dégâts causés par la corrosion sur ses hors-bord 4-temps, Yamaha a mis au point diverses mesures de prévention, telles qu'une augmentation du nombre des anodes réactives et le revêtement d'un enduit anticorrosif spécial sur les pièces du circuit d'échappement. Pour que ces mesures de prévention puissent fonctionner efficacement, il importe de procéder à l'entretien adéquat comme mentionné dans notre numéro précédent, notamment le remplacement des anodes réactives dès que nécessaire. Il est également prouvé que l'emploi d'un dispositif de détartrage pour chasser l'eau de mer des conduits du circuit de refroidissement est efficace pour prévenir la corrosion.

sans eau courante pour le détartrage ?

Les exigences d'entretien pour les hors-bord Yamaha comprennent le remplacement des anodes réactives du conduit de refroidissement toutes les 500 heures d'emploi. Ce travail suppose la dépose de la culasse. Je recommande donc de profiter de cette occasion pour vérifier la corrosion du moteur et, au besoin, pour le nettoyer.

En tout cas, j'espère que vous garderez à l'esprit l'adage : "Mieux vaut prévenir que guérir".

Ainsi s'achève la 3^{ème} partie de notre série sur la corrosion. Notre prochain "One Point Advice" portera sur les problèmes de corrosion, causés par un câblage déficient.

Dr. Sugimoto Chantey Editorial Room
ME Company, Yamaha Motor Co., Ltd.
1400 Nippashi, Minami, Hamamatsu,
Shizuoka 432-8058, Japan



Please write to me with any questions about service.
Écrivez-moi pour toute question au sujet du service et des réparations.

News Round-up

Mexico

Mexique

Marine Distributor Meeting

On November 9 and 10 last year, the Latin American Marine Importers Convention 2007 was held in Los Cabos, Mexico, attracting 21 participants from 10 distributors in 9 countries. Also in attendance were General Manager Kojima of YMC's Marketing Div. and managers from the Service and Parts divisions. The meeting was mainly for the introduction of the new outboard motor F350A and its launch, and members from YMC's Boat Div. were invited as well, due to the importance of matching the F350A with suitable boats.

After a review of the current status of the outboard motor business, the vision for the coming 10 years and YMC's new medium term plan, the Sales Div. presentation went on to deal with specific business strategies for 4-stroke outboards both for pleasure-use model's and eventually the commercial markets as the 4-stroke market improves. CSR strategies for distributors such as recycling of used oil were also discussed.

On the second day, the participants enjoyed activities like fishing to get a better appreciation of the products. The opportunity for communication between distributors further added to the success of the 2-day meeting.

From Latin America Group, Overseas Marketing Div., ME Company

*The discussion was focused mainly on the new flagship F350A as well as CSR strategies
La discussion a été centrée sur le F350A, le nouveau champion, et les stratégies CSR*



21 participants from 10 distributors in 9 countries
21 participantes de 10 distribuidores de 9 paises



Réunion des distributeurs de produits nautiques

Les 9 et 10 novembre 2007, la Convention des importateurs de produits nautiques de l'Amérique Latine s'est tenue à Los Cabos, au Mexique, avec la présence de 21 participants de 10 distributeurs de 9 pays. Étaient également présents le Directeur général Kojima de la Division Marketing à YMC, ainsi que les directeurs des Divisions Services et Pièces. La réunion avait surtout pour but de présenter le nouveau hors-bord F350A. Des membres de la Division Bateaux de YMC avaient également été invités, car il importe d'allier le F350A à des bateaux adéquats.

Après un examen de la situation actuelle du marché des hors-bord, des perspectives pour la prochaine décennie et du nouveau plan à moyen terme de YMC, les présentations de la Division Ventes ont traité des stratégies particulières pour les hors-bord 4-temps, destinés aux marchés de la plaisance et éventuellement du commerce, à mesure que s'élargit le marché des 4-temps. On a discuté également des stratégies CSR

pour les distributeurs, telles que le recyclage des huiles usées.

Le second jour, les participants ont pris part à des activités comme la pêche pour mieux apprécier les produits. L'occasion d'échanges entre distributeurs a contribué au succès de cette réunion de 2 jours.

Le Groupe Amérique Latine, Div. Marketing Outre-mer, ME Company

Japan

Japon

Service training seminar for F350A and FX-SHO

Over the six days from Jan. 28 to Feb. 2, a service training seminar was held at YMC in Japan to train service technicians in the technical aspects of the new Yamaha 4-stroke outboard flagship model F350A and the FX-SHO 4-stroke PWC. Attending the seminar were 23 Service representatives from Yamaha distributors in the Middle East, Asia and Latin America. In addition to technical training on these new models, the participants were involved in an active exchange of ideas and opinions about necessary preparations for introducing the new top-of-the-line (350 hp) F350A outboard in their markets and about the model itself. With the big expectations these models carry, preparing for smooth market launches will be important.

The seminar was also an opportunity for the representatives from the different countries to actively discuss ways to create stronger teamwork in the marine service sector.

From Kuno, Service Div., ME Company



*The participants gained new technical knowledge about the 4-stroke FX-SHO WaveRunner
Les participants ont acquis de nouvelles connaissances techniques à propos du WaveRunner FX-SHO 4-temps*



*Hands-on training with the new F350A flagship model
Formation attentive sur le F350A, le nouveau modèle phare*

Séminaire de formation à l'entretien des F350A et FX-SHO

Du 28 janvier au 2 février, un séminaire de formation à l'entretien s'est déroulé au Japon chez YMC afin d'entraîner des mécaniciens aux aspects techniques du F350A, le nouveau modèle-phare 4-temps de Yamaha, ainsi que du scooter nautique 4-temps, le FX-SHO. 23 représentants des distributeurs Yamaha

au Moyen-Orient, en Asie et en Amérique Latine ont pris part au séminaire. Outre une formation technique sur ces nouveaux modèles, les participants ont procédé activement à un échange d'idées et d'opinions sur les préparatifs nécessaires au lancement du tout nouveau F350A (350 ch) sur leur marché et sur les engins eux-mêmes. Etant donné les espoirs que recèlent ces modèles, la préparation en vue d'un lancement réussi n'en est que plus importante.

Kuno, Service Div., ME Company

News Round-up

Ongoing CSR Activities around the World

As often introduced here in *Chantey*, many Yamaha marine distributors and dealerships conduct CSR activities not only in ways that offer their customers more reliable service or attractive marine life, but also in ways that contribute to local communities without being marine-oriented. In this issue of *Chantey* we introduce the activities of an outboard engine distributor in Indonesia and a distributor of marine products in Sri Lanka.

Activités CSR en progrès dans le monde

Comme mentionné déjà dans les numéros de *Chantey*, bien des distributeurs et concessionnaires nautiques Yamaha entreprennent des activités CSR non seulement pour offrir à leur clientèle des services plus fiables et des plaisirs nautiques plus attrayants, mais aussi afin de contribuer à leur communauté locale sans être autocentrés. Dans ce numéro de *Chantey*, nous présentons les activités d'un distributeur de moteurs hors-bord d'Indonésie et d'un autre, spécialisé en produits nautiques au Sri Lanka.

Indonesia

Textbooks for Local School Children

On November 20, Mr. Gatot Admodirdjo, president of Yamaha distributor PT. Karya Bahari Abadi of Indonesia, donated textbooks for the children at the Government Elementary School in Padang, West Sumatra, as one of the company's CSR programs actively pursued in cooperation with Yamaha's marine division. The president of the school, Mrs. Yasmadwi, gratefully received the donation.

This donating of textbooks was decided with consideration for the fact that the children don't get enough textbooks from the public sector and the fact that approximately 75% of their parents work in the fishery industry.

The school greatly appreciated the donation and said they would keep the textbooks in their library for the children to use. The school is hoping they will stimulate children's motivation for studying and heighten the school's capacity to educate them as well.

Having donated textbooks for the first time with such a good reception after conducting CSR activities like beach cleaning in many areas, PT. Karya Bahari Abadi now has plans to donate textbooks to more schools.

In addition to working to ensure the reliability of the maring products it supplies and constantly elevate the quality of service offered to its customers, PT. Karya Bahari Abadi will continue to seek new ways to contribute to thhe local communities and society at large through programs like this new textbook donation project.

From Mr. Budiman Sitiawan, KBA, Indonesia



Mr. Gatot Admodirdjo, president of PT. Karya Bahari Abadi, donating textbooks to the school president
M. Gatot Admodirdjo, président de PT. Karya Bahari Abadi, remet les manuels à la directrice de l'école

Indonésie

Manuels de classe pour écoliers

Le 20 novembre 2007, M. Gatot Admodirdjo, président de PT. Karya Bahari Abadi, le distributeur Yamaha en Indonésie, a offert des manuels scolaires aux élèves de l'École primaire nationale de Padang au Sumatra Occidental. Ceci fait partie des programmes CSR de l'entreprise, menés activement en coopération avec la Division nautique de Yamaha. Mme Yasmadwi, la directrice de l'école a reçu le don avec gratitude.

Ce don de manuels scolaires a été décidé, compte tenu du fait que les écoliers du secteur public n'en ont pas assez et qu'à 75%, leurs parents travaillent dans le secteur de la pêche.

L'établissement scolaire a vraiment apprécié les manuels qui seront placés à la disposition des élèves dans la bibliothèque. L'école espère que cette action va stimuler la motivation des enfants envers l'étude et qu'elle renforcera ses capacités d'éducation.

Au vu de l'accueil réservé ainsi aux manuels scolaires offerts pour la première fois, après avoir organisé des activités CSR comme le nettoyage de plages en plusieurs endroits, PT. Karya Bahari Abadi envisage maintenant de faire don de manuels à d'autres écoles.

Non content de travailler à assurer la fiabilité des produits nautiques livrés et à élever constamment la qualité des services prestés à ses clients, PT. Karya Bahari Abadi continuera à rechercher de nouveaux moyens d'apporter sa contribution aux communautés locales et à la société par des initiatives comme le don de nouveaux manuels scolaires.

M. Budiman Sitiawan, KBA, Indonésie



School children at the Government Elementary School in Padang, West Sumatra
Élèves à l'École primaire nationale de Padang, Sumatra Occidental

Fishing Community Development Program in Sri Lanka

Associated Motor (Lanka) Co. Ltd., distributor of Yamaha marine products in Sri Lanka, recently initiated several CSR activities in Chilaw, located on the west coast of Sri Lanka, with the aim of creating an immediate benefit for the fishing community who are their primary customers. AML's motive was not profit-oriented but intended to benefit the families of the fishing communities with whom they interact on a daily basis.

With this in mind, AML conducted five primary initiatives, working closely with the Ministry of Fisheries and the local authorities of the region. They included a private mechanic education seminar, distribution of garbage cans with the slogan "Protect our Environment," free medical check-ups with the assistance of five doctors that resulted in 250 free health examinations and a mangrove tree planting campaign aimed at planting 1,000 trees along the Southern Coast of Sri Lanka to prevent soil erosion and as protection against a future tsunami. In addition AML donated a computer to a school attended primarily by children of fishery community.

Although these activities are not directly related to the marine products that Associated Motor (Lanka) Co., Ltd. sells, they are important and relevant ways to build a closer relationship with the communities where its customers live and work and help them develop and prosper in sound directions. Support programs like these make the company one whose presence is appreciated by the people of the communities, and that is why Associated Motor believes that they are just as important as its efforts to supply the customers with reliable products and services.

From Mr. Shehann De Zoysa, Deputy General Manager

Programme de développement des communautés de pêcheurs au Sri Lanka

Associated Motor (Lanka) Co. Ltd., le distributeur des produits nautiques Yamaha au Sri Lanka, a lancé plusieurs activités CSR à Chilaw, situé sur la côte occidentale du Sri Lanka. L'objectif était d'apporter un bienfait immédiat à la communauté des pêcheurs, ses principaux clients. Le mobile d'AML n'était pas de rechercher des profits, mais d'aider les familles des villages de pêcheurs avec qui l'entreprise travaille jour après jour.

Dans cet état d'esprit, AML a organisé 5 initiatives, en étroite coopération avec le



At the dealer meeting - A la réunion des concessionnaires

Ministères des Pêches et les autorités de la région. Il s'agissait d'un séminaire de formation de mécaniciens privés, de la distribution de poubelles marquées "Protégeons notre environnement", des examens médicaux gratuits grâce à 5 médecins qui ont ausculté 250 personnes, et une campagne de plantation de palétuviers. Elle vise à faire pousser 1.000 mangroves le long de la Côte Sud du Sri Lanka pour prévenir l'érosion du sol et à protéger la zone contre un éventuel tsunami. En outre, AML a fait don d'un ordinateur à une école, fréquentée en majorité par des enfants des pêcheurs locaux.

Bien que ces activités n'aient pas de liens directs avec les produits nautiques vendus par Associated Motor (Lanka) Co., Ltd., elles sont un moyen important et approprié pour nouer une relation plus étroite avec les villages où vivent et travaillent ses clients qui peuvent ainsi prospérer dans des directions plus saines. Des programmes de soutien de ce genre font que la présence de la compagnie est appréciée par les communautés. C'est pourquoi Associated Motor est convaincu qu'elles sont aussi importantes que ses efforts pour fournir à la clientèle des produits et des services fiables.

M. Shehann De Zoysa, Directeur général adjoint



*Free medical check-ups were given to 250 people
Bilans de santé gratuits offerts à 250 personnes*



*The mangrove tree planting campaign aims to prevent soil erosion along the southern coast of Sri Lanka
La campagne de plantation de palétuviers vise à empêcher l'érosion du sol sur la côte sud du Sri Lanka*



*Distribution of garbage cans with the slogan "Protect our Environment"
Distribution de poubelles, portant le slogan "Protégeons notre environnement"*

News Round-up

Indonesia

Indonésie



Eight distributors from Southeast Asia participated the Yamaha Marine Distributors' Meeting
8 distributeurs d'Asie du Sud-Est ont pris part à la Réunion des distributeurs de produits nautiques Yamaha

Marine Distributors' Meeting in Jakarta

Over the two days from November 29 to 30 last year, 31 participants from eight distributors of Southeast Asia and YMC representatives gathered at the Gran Melia Hotel in Jakarta for a Yamaha Marine Distributors' Meeting.

On the first day, YMC'S Sales, Service and Parts divisions presented their sales strategies and the Sales Div. gave a presentation on the 2008 Sales Support Program.

On day two, group discussions were held to discuss the 4-stroke business from now on. The discussions also provided a meaningful opportunity for the distributors to exchange a variety of information and discuss best practices for their business.

With one of the main focuses on 4-stroke

engines, the meeting was especially meaningful in light of the current issues confronting the industry, like the oil price increase and environmental issues. All in all, there was a lot of vital information shared in the meeting that will be particularly relevant to the distributors' 4-stroke business.

From Mr. Yosep, PT. Karya Bahari Abadi

Réunion des distributeurs de produits nautiques à Djakarta

Les 29 et 30 novembre 2007, 31 représentants de 8 distributeurs de l'Asie du Sud-Est et des délégués de YMC se sont retrouvés au Gran Melisa Hotel de Djakarta pour la Réunion des Distributeurs de produits nautiques Yamaha.

Le 1^{er} jour, les Divisions Ventes, Services et Pièces de YMC ont présenté leurs stratégies, tandis que la Division Ventes a fait un exposé sur le Programme Soutien aux Ventes 2008.

Le 2^e jour, des discussions en groupe ont eu lieu sur l'avenir du marché des 4-temps. Les débats ont été l'occasion d'un échange précieux d'informations entre distributeurs et de discussions sur les meilleures méthodes dans leur secteur.

Centrée surtout sur les moteurs 4-temps, la rencontre a été réellement utile, eu égard aux problèmes auxquels fait face le secteur du fait de la hausse des prix du carburant et des préoccupations écologiques. Tout compte fait, la réunion a permis le partage d'une foule d'informations qui seront particulièrement précieuses pour les affaires dans le secteur des 4-temps.

M. Yosep, PT. Karya Bahari Abadi

Ecuador

Équateur

Exhibition at Manta Draws Attention

During the 3 days from November 21 to 23 last year, Almacenes Juan Eljuri, the Yamaha marine distributor in Ecuador, mounted a booth in the EXPONAUTICA show held in Manta, Manabí, exhibiting Yamaha outboard engines and WaveRunners. Manta is known as a key port in a fishery industry and a gateway to the Pacific Ocean.

The Yamaha booth drew the most attention in the show among the booths of the Eljuri group and was very well received. The number of visitors to the exhibition was quite large and people involved in small-scale fishery showed strong interest mainly in the 75hp E75BMHDL. Also, many local Yamaha dealers from the surrounding region visited the booth and received thorough explanations about Yamaha's "Season's Starting Sales" campaign which began on November 15.

Many kinds of outboard motors, including 2-strokes and 4-strokes, were exhibited the EXPONAUTICA show, and it was clear that 4-stroke models are ready to sell.

The Almacenes Juan Eljuri's booth introduced the Yamaha brand to the Manta and Manabí marine industry with big impact through exhibits with appeal for both the near and far future.

From Mr. Juan Doumet, President and Director, Almacenes Juan Eljuri, Ecuador

The booth of Almacenes Juan Eljuri. The display of 4-stroke outboards was highlighted with specially prepared "Four Stroke" banners

Le stand de Almacenes Juan Eljuri où la présentation des hors-bord 4-temps a été soulignée par des bannières "Quatre Temps" spéciales



Une exposition attire l'attention à Manta

Du 21 au 23 novembre 2007, ALMACENES Juan Eljuri, le distributeur de produits nautiques Yamaha en Équateur, a organisé un stand au salon EXPONAUTICA, organisé à Manta, Manabí, afin d'exposer les moteurs hors-bord et WaveRunners de Yamaha. Manta est un port important pour l'industrie de la pêche, centrée sur l'Océan Pacifique.

Le stand Yamaha a attiré le plus l'attention parmi ceux du groupe Eljuri et il a été très visité. Un grand nombre de personnes se sont pressées à la manifestation et le E75BMHDL de 75 ch a suscité un sérieux intérêt parmi les gens concernés par la pêche à petite échelle. Beaucoup de concessionnaires Yamaha de la région avoisinante ont visité le stand et ont reçu des explications détaillées sur la campagne "Début des Ventes de Saison" qui a commencé le 15 novembre.

Toute une gamme de hors-bord, tant à 2-temps qu'à 4-temps, ont été présentés à EXPONAUTICA et il était évident que les 4-temps vont faire un tabac.

Le stand ALMACENES Juan Eljuri a introduit la marque Yamaha à l'industrie nautique de Manta et Manabí. Son impact devrait se faire sentir dans un avenir proche et à plus longue échéance.

M. Juan Doumet, Président et directeur, Almacenes Juan Eljuri, Équateur



Mt. Fuji

With an elevation of 3,776 meters, Mt. Fuji is Japan's tallest mountain. But, more than it's height, it is the way Mt. Fuji rises alone from the coast in a nearly perfect volcanic cone that flares out at its base in elegantly drawn lines that are the beauty of this mountain and the reason it has won a special place in the hearts of the Japanese. Located about 100 km west of Tokyo, Mt. Fuji is an active volcano and its shape is the result of the lava flows from repeated eruptions over thousands of years. The last eruption was a large one in 1707 that covered the surrounding land volcanic ash that measured four centimeters as far away as Tokyo.

In the 19th century Mt. Fuji gained increased significance for the Japanese as a sacred mountain. It became a popular site for group pilgrimages and Mt. Fuji miniatures called Fujizuka were constructed in many places around Edo (today's Tokyo). Some of these Fuji replicas were built to heights of up to eight meters. Many artists also took Mt. Fuji as the subject for their painting.

Mont Fuji

Avec ses 3.776 mètres, le Mont Fuji est le point culminant du Japon. Mais plus que sa hauteur, c'est la façon avec laquelle le Fuji se dresse seul depuis la côte du Pacifique en cône volcanique presque parfait et les lignes élégantes de l'évasement de sa base qui font la beauté de cette montagne. Voilà pourquoi il occupe une place spéciale dans le cœur des Japonais.

Situé à 100 km environ à l'ouest de Tokyo, le Mt. Fuji est un volcan actif. Sa forme résulte des coulées de lave, provenant des éruptions successives au cours des millénaires. La dernière grande éruption s'est produite en 1707 et elle avait recouvert les régions environnantes de cendres volcaniques. Même dans le lointain Tokyo, la couche avait 4 centimètres.

Au 19^{ème} siècle, le Mt Fuji a acquis une importance croissante parmi les Japonais en tant que montagne sacrée. Il est devenu une destination populaire pour les pèlerinages en groupe et des miniatures, appelées Fujizuka, ont été construites en de nombreux endroits d'Edo (l'actuel Tokyo). Certaines de ces répliques mesuraient bien 8 mètres de haut.

Bien des artistes ont fait du Mt Fuji le thème de leur peinture. Le plus célèbre d'entre eux est Katsushika Hokusai (1760-1848), un peintre d'estampes ukiyo-e, qui a réalisé une série de 46 vues selon des angles différents en laissant libre cours à son imagination. Présentées en Europe près d'un siècle plus tard, ces compositions ont inspiré Van

Famous among these is the ukiyo-e print artist Katsushika Hokusai (1760-1849), who created a series of 46 views of Mt. Fuji from every angle with imaginative compositions. When these prints reached Europe nearly a century later they inspired Van Gogh to try new perspectives and color effects and it is said that they also gave composer Debussy a new subject for composition. More recently, the logo of the American surfing goods brand Quicksilver also uses an image from one of the prints of Hokusai's Mt. Fuji series.

In Greater Tokyo today you will find many place names including the word Fujimi meaning "Fuji view" because Mt. Fuji was easily visible from many sites around the city in the Edo period.

In the Tokyo of today with its maze of buildings, there are few places where Mt. Fuji can still be seen compared to 200 years ago. And it seems as if the builders often compete in height to win a prized view the sacred mountain.



Gogh qui en a tiré de nouvelles perspectives et des effets de couleur. Elles auraient été aussi à l'origine de nouvelles créations musicales par le compositeur Debussy. Plus récemment, Quicksilver, la marque américaine d'articles de surf, a choisi pour son logo le dessin d'une des estampes de la série du Mt Fuji de Hokusai.

Dans la région de Tokyo, on trouve encore de nombreux endroits, portant le nom Fujimi ou "vue du Fuji", parce qu'à l'époque d'Edo, la célèbre montagne était facilement visible d'un peu partout.

A la différence d'il y a 200 ans, il reste peu d'endroits où le Mt Fuji est visible dans le Tokyo d'aujourd'hui, hérissé de grands immeubles. Et il semble que les promoteurs immobiliers rivalisent en hauteur pour offrir encore une vue précieuse sur la montagne sacrée.

From the Chief Editor

In Japan the winter is giving way to spring and the myriad flowers are now in bud preparing to bloom. Meanwhile, in the Middle East we have recently seen the blossoming of the YTA (Yamaha Technical Academy) marine technician program, with the awarding of the first "YTA Bronze Technician" certifications to YTA course participants. In 2008, I hope that many more Yamaha technicians worldwide will reap the fruits of your YTA training efforts by winning Bronze certification.

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

Hiroyuki Murakami, Chief Editor of Chantey



Le Mot du Rédacteur en chef

Au Japon, l'hiver est sur le point de faire place au printemps et, dans leurs bourgeons, une multitude de fleurs se préparent à s'épanouir. Entre-temps, au Moyen-Orient, nous assistons à une autre floraison : celle du programme des techniciens nautiques YTA (Académie Technique Yamaha) depuis qu'ont été décernés les premiers certificats "Technicien YTA niveau Bronze" à des participants aux cours YTA. J'espère qu'en 2008, beaucoup d'autres techniciens Yamaha recueilleront les fruits de leurs efforts de formation en remportant le certificat de Bronze.

Ecrivez-moi par lettre, télécopie ou courrier électronique à:
<murakamih@yamaha-motor.co.jp>

Hiroyuki Murakami, Rédacteur en chef de Chantey

Besides being on the cutting edge and getting more competitive every day in the range of products offered to the public, Yamaha Marine also strives for excellence in the realm of corporate communications. Last November YAMAHA MOTOR ITALIA S.p.A became the proud winners of the Gold medal in the press section of "automotive and accessory" category of "EPICA 2007," Europe's Premier creative Awards. The award came for an ad

called "The Airplane" created with the cooperation of advertising agency United 1861 and its Art Director, Mr. Giorgio Cignoni, as part of an original campaign to launch the new F350A outboard engine on the Italian market. This prestigious European award boasts a jury composed of journalists from the most renowned newspapers of the sector.

The ad that won the Gold shows an image that at first glance looks like a distant airplane vapor trail high in a blue sky. On closer look, however, we see that it is actually the wake of a boat speeding across a vast expanse of blue water toward a cove in the upper left-hand cor-

ner of the shot. This "Sky-Sea" image depicts all the power and speed of this new Yamaha flagship 4-stroke outboard, so extraordinary that it gives the impression that the boat could almost take flight.



Receiving the gold medal for the "The Airplane" ad of the F350A is, from right, Ms. Stefania Moneda, YAMAHA MOTOR ITALIA S.p.A (YMIT), Mr. Giorgio Cignoni, United 1861 advertising agency and Mr. Andrea Loro, Marine Sales Manager, YMIT

A la remise de la médaille d'or pour la publicité "L'avion" du F350A, de la droite, Mlle Stefania Moneda, YAMAHA MOTOR ITALIA S.p.A. (YMIT), M. Giorgio Cignoni, de l'agence de publicité United 1861, et M. Andrea Loro, Directeur Ventes Produits nautiques, YMIT.

Yamaha Marine Italy wins the gold Médaille d'or pour Yamaha Marine Italia

Outre qu'elle une entreprise d'avant-garde et devient de jour en jour plus compétitive par la gamme des produits qu'elle propose aux clients, Yamaha Marine s'efforce aussi d'exceller dans le domaine de la communication d'entreprise.

En novembre dernier, YAMAHA MOTOR ITALIA S.p.A. a remporté la Médaille d'Or dans la section Presse de la catégorie "Produits automobiles et Accessoires" de "EPICA 2007", le principal Prix européen de la créativité. Cette récompense a été attribuée pour une annonce, intitulée "L'avion", créée en coopération avec l'agence publicitaire United 1861 et son Directeur artistique M. Giorgio Cignoni dans le cadre d'une campagne originale à l'occasion de lancement du nouveau moteur hors-bord F350A sur le marché italien. Ce prestigieux prix européen est décerné par un jury, composé de journalistes travaillant pour les publications les plus réputées du secteur. L'annonce qui a remporté la Médaille d'or



évoque ce qui, à première vue, ressemble à la traînée vaporeuse d'un avion dans un immense ciel bleu. Mais, en regardant mieux, on constate qu'il s'agit en réalité du sillage d'un bateau, traversant les flots bleus vers une anse que l'on aperçoit dans

le coin supérieur gauche de la photo. Cette image "Ciel-Mer" illustre toute la puissance et la vitesse du nouveau hors-bord 4-temps de Yamaha, un engin si extraordinaire qu'il donne l'impression d'emporter le bateau vers le ciel.

Epica Awards

The annual Epica Awards, began in 1987 and were held for the 21st time in 2007. It is one of Europe's biggest advertisement award events aimed at heightening the presence and encouraging the creativity of ad agencies, film production companies, media consultants, photographers and design studios that operate in the regions of Europe and EMEA. In 2007, there were 5,642 entries from 732 companies, 47 countries competing for awards in 37 categories.

Le Prix Epica

Institué en 1987, le Prix annuel Epica en était à sa 21^{ème} édition en 2007. Il s'agit d'une des principales récompenses d'Europe, destinée à souligner la présence et à encourager la créativité des agences publicitaires, des entreprises de production de films, des conseillers et photographes des médias, ainsi que des studios de design, travaillant dans les régions de l'Europe et EMEA. En 2007, 5.642 candidatures de 732 entreprises de 47 pays ont concouru pour les prix, décernés dans 37 catégories.