

# Chantey

2009 No. 126

NEWSLETTER FOR YAMAHA MARINE DEALERS

ENGLISH/FRENCH VERSION



**In challenging economic conditions  
Une conjoncture économique stimulante**

# In challenging economic conditions

This edition's special feature is a message from the top management of Yamaha Motor Co., Ltd.'s (YMC's) newly created Marine Business Operations describing plans for YMC's marine business in this recession which is widely considered the worst in decades.

## Marine Business Operations

### The advantage of a "total" approach for our marine business

The year 2009 represents a new start for Yamaha's marine business. This is the year the Marine Business Operations was established, and within it, three new business units: the Marine Engine Business Unit for our outboard motor business, the Water Vehicle Business Unit to handle PWCs, and the Boat Business Unit to undertake domestic marine business in Japan. This new system places us in an "absolute No. 1 position" by establishing a business model that produces business synergy.

By integrating and advancing marine traditions built up over many years in each business, we can offer customers new value as a total marine supplier, through not just a lineup of attractive products but

also through marine business knowhow built up over decades of experience and an extensive business network that allows us to provide quality customer service and events.

As the division responsible for Yamaha's marine business, we will carry the pride of the world's top brand, and be committed to business reform by breaking down the walls between businesses and integrating Yamaha's marine operations.



*Chief General Manager  
of Marine Business  
Operations,  
Takaaki Kimura,  
Directeur général en  
chef des Opérations  
Business Nautique*



## Marine Engine Business Unit

### Ensuring that customers experience maximum satisfaction

In an exceedingly challenging environment where demand is falling all over the world, ensuring that each individual customer who purchases an outboard motor experiences the maximum amount of satisfaction holds the key to surviving the current difficulties.

In decades past, Yamaha staff was always combined with sales and service activities conducted with local distributors and dealers, they have continued to win the wholehearted trust of



*Executive General  
Manager of ME  
Business Unit,  
Yoichiro Kojima,  
Directeur général  
exécutif de l'Unité  
Business ME*

## Unité Moteurs Nautiques

### Garantir aux clients une satisfaction maximale

Dans un contexte extrêmement exigeant où la demande périclète partout dans le monde, la clé de notre capacité à surmonter les difficultés actuelles consiste à faire en sorte que chaque acquéreur d'un moteur hors-bord éprouve une satisfaction maximale.

Au fil des années, le personnel de Yamaha s'est toujours associé aux activités de vente et d'entretien, lancées par les distributeurs et les concessionnaires locaux, s'acquérant ainsi la confiance sans réserve de la clientèle.

# Une conjoncture économique stimulante

L'article spécial de ce numéro vous propose un message de la direction des "Opérations Affaires Nautiques" de Yamaha Motor Co., Ltd. (YMC). Il décrit les projets du secteur nautique de YMC face à la récession actuelle, largement considérée comme la pire des dernières décennies.

## Opérations Business Nautique

### L'atout d'une approche "totale" pour nos activités nautiques

L'année 2009 marque un nouveau départ pour les activités nautiques de Yamaha, car c'est celle de la fondation des "Opérations Business Nautique". Elle comprend 3 secteurs : l'Unité Moteurs nautiques pour les moteurs hors-bord, l'Unité Véhicules nautiques chargée des jet-skis, et l'Unité Bateaux qui traite des activités nautiques au Japon même. Ce nouveau système nous place en "position de No. 1 imprenable", car il met en place un modèle qui produira des synergies.

En intégrant des traditions de pointe accumulées au fil de longues années dans chaque spécialité, nous pourrons offrir à nos clients de nouvelles valeurs par une gamme de produits

attrayants, car nous serons un fournisseur complet. Nous disposerons aussi d'un savoir-faire, affiné pendant des décennies d'expérience dans le domaine du nautique, et d'un réseau étendu qui nous permettra de proposer aux clients des services de qualité.

Devenus responsables des activités nautiques de Yamaha, nous sommes fiers de notre marque réputée dans le monde et nous nous engageons dans des réformes, en brisant les cloisons entre nos sections et en intégrant les opérations nautiques de l'entreprise.



customers in the Yamaha brand.

In the future we will continue to focus our greatest efforts on increasing—one by one if need be—the number of customers who choose Yamaha, by building up overall customer satisfaction and striking a chord with customers through activities based on cooperation between YMC, the distributors and the dealers. Such mutual activities extend to product use and service rather than just sales.

We ask for your cooperation as we upgrade in an effort to continue to channel feedback from the market into our products.



A l'avenir, nous continuerons à concentrer nos efforts sur l'augmentation du nombre des clients qui portent leur choix sur Yamaha. A cet effet, nous renforcerons leur confiance et tenterons

de toucher une corde sensible par des activités entre YMC, les distributeurs et les concessionnaires, qui sont les lecteurs de *Chantey*. Ces activités concerneront aussi les services et pas seulement les produits.

Nous comptons sur votre coopération alors que nous intensifions nos efforts pour refléter les desiderata du marché dans nos produits futurs.

## To distributors and dealers

While the world economy is currently in dire straits, the worldwide marine environment has an extremely strong foundation. We believe that in the near future the market will bounce back. In preparation for that day, we completed the relocation of production lines for large 4-stroke models to our new Fukuroi plant in May 2009 and established a production system capable of better meeting worldwide customer expectations on both a qualitative and quantitative level. In this way, we are continuing to further enhance the competitiveness of Yamaha outboard motors, which hold the world's top market share.

Finally, it exactly is this kind of environment that it is vital for YMC and its distributors and dealers to share a sense of crisis and mission and steadily implement our own respective initiatives. I believe that if we take this approach we can make our "absolute No. 1 position" still stronger going forward.

We (YMC, the distributors and the dealers) are a team that is working toward one goal. Let us pull together to create an inspirational team that is even more unified and energetic.

## A l'intention des distributeurs et concessionnaires

Si l'économie mondiale traverse actuellement une passe difficile, le secteur nautique repose sur des bases extrêmement solides. Nous croyons que, dans un avenir proche, le marché rebondira. En prévision de ce jour, nous avons achevé en mai 2009 le réaménagement des chaînes de production à notre usine de Fukuroi. Désormais, nous disposerons d'un outil de production mieux à même de répondre aux attentes de la clientèle, tant au plan quantitatif que qualitatif. De cette façon, nous continuons d'affiner la compétitivité des hors-bords Yamaha qui détiennent la plus grande part du marché mondial.

En fait, c'est précisément dans ce genre de conjoncture qu'il convient, pour YMC, ses distributeurs et leurs concessionnaires, de partager leur sentiment de crise et de mettre en œuvre leurs propres initiatives. Je suis convaincu que, par cette approche, nous rendrons notre statut de No. 1 encore plus "imprenable".

Formant un tout, YMC, distributeurs et concessionnaires œuvrent vers un même objectif. Serrons les rangs pour créer une équipe enthousiaste, toujours plus solide et dynamique.



## Water Vehicle Business Unit

### Providing excitement on the water

Yamaha Water Vehicles (PWCs) bring the excitement of exhilarating marine sports into lives everywhere. PWCs are enjoyed all around the world by a wide range of users, including families, sports-oriented riders, and customers renting at resorts. To encourage users to more readily enjoy these jet-propelled vehicles with their almost limitless potential for enjoyment, Yamaha will continue to offer models with a whole host of added-value features and ideas.

The reason Yamaha Water Vehicles are so popular around the world today is because everyone in the Yamaha sales network undertaken sales and service



*Executive General Manager of Water Vehicle Business Unit, Takaaki Kimura, Directeur général exécutif de l'Unité Véhicules Nautiques*

## Unité Véhicules Nautiques

### Procurer des sensations sur l'eau

Les véhicules nautiques ou scooters des mers font découvrir à beaucoup les frissons des sports nautiques. Nos engins sont appréciés par une large gamme d'utilisateurs : familles, sportifs ou touristes de stations balnéaires. Soucieux d'encourager les clients à goûter aux joies des jet-skis dont les possibilités comme divertissement sont quasi sans limites, Yamaha continue de proposer des modèles dotés de fonctions toujours plus performantes.

La popularité des jet-skis de Yamaha dans le monde s'explique par un éventail d'activités de vente et d'entretien, adaptées aux marchés et conçues par les points de vente qui agissent comme fournisseurs

activities that are closely tied to your markets from a standpoint of functioning as total marine suppliers. In support of the efforts of everyone in this network, we are working even harder to improve the quality and reliability of our products so that customers choosing a Yamaha PWC will be thoroughly delighted with their purchase.

## Creating demand, seizing business opportunities

As long as people love recreation on the water they will be captivated by the appeal of Yamaha Water Vehicles. What is important is to create more opportunities for users all over the world to get close to PWCs and experience the excitement they offer. It is essential particularly in the case of leisure products like PWCs to continue to offer creative ideas. For example, we need to come up with events to attract customers, offer collaborations with other products, organize safety promotion activities, and offer information through websites, just to mention a few approaches. YMC will provide a range of ideas to help create opportunities for customers to get to know Yamaha PWCs. And we intend to implement these together with all our distributors and dealers.

The seeds of future WV business lie just below the surface in countries around the world. We hope to nurture these seeds one by one and together develop a thriving market.

nautiques complets. Pour soutenir le travail du personnel courageux de ces points de vente, nous redoublons d'efforts, nous aussi, pour améliorer la qualité et la fiabilité de nos produits, de sorte que ceux qui auront choisi notre marque en seront entièrement satisfaits.

## Créer la demande et saisir les occasions

Quiconque aime s'amuser dans l'eau sera captivé par l'attrait des scooters de mer. Il importe donc de créer pour les clients potentiels une foule d'occasions pour entrer en contact avec ces engins et faire l'expérience des joies qu'ils procurent. Et dans le cas d'engins de loisir comme les jet-skis, il est essentiel de proposer sans cesse de nouvelles idées. A titre d'exemple, nous devons orchestrer des rencontres pour attirer les clients, offrir notre coopération avec d'autres produits, organiser des activités de promotion de la sécurité et diffuser des informations via Internet. YMC avancera une série d'idées, visant à donner l'occasion aux clients de découvrir nos motomarines. Cette activité sera menée à bien en compagnie de tous nos distributeurs et de leurs concessionnaires.

Les graines d'un commerce prospère à l'avenir sont actuellement mises en terre. Nous espérons qu'elles porteront leurs fruits et donneront naissance à un marché florissant.



This fiscal year Chantey will appear only twice. We thank you for your kind support, and ask for your understanding. The editorial team remains fully committed to ensuring that Chantey continues to fulfill its role as an effective communication tool for all.

Pendant cette année fiscale, Chantey sera publié deux fois. Nous vous remercions de votre appui et faisons appel à votre patience et à votre compréhension. L'équipe de rédaction s'engage à faire en sorte que Chantey continuera de remplir son rôle comme outil de communication efficace au bénéfice de tous.

**A**s economic recession grips much of the world today, there are still many areas where there is little negative effect being felt in the outboard motor business and particularly with commercial-use outboards, business continues to develop steadily. For this Chantey Market Report we visited the Latin American markets of Venezuela and Colombia that continue to show solid growth.



## Colombia

**C**olombia is a country situated on the north-west coast of the South American continent. It borders with Venezuela to the east, Brazil to the southeast, Peru to the south, Equador to the southwest and Panama to the northwest. It has coast on the Caribbean to the north and the Pacific Ocean to the West. After Brazil and Mexico, Colombia has the third largest population of the countries of Latin America. It is known as a coffee producing country and also has an abundance of natural resources, including oil, coal, gold and emeralds among others. In the South American financial crisis during the 1980s, Colombia was the only country that continued to record economic growth and didn't need to reschedule debt thanks to its strong economic policies and performance.



Cartagena is Colombia's leading tourist city. The old sector of the city is registered as a UNESCO World Heritage. Cartagena est la principale ville touristique de Colombie. Son vieux quartier est inscrit au Patrimoine mondial de l'Unesco

### Outboard business backed by Eduardoño's top domestic boat builder status

Eduardoño is the Yamaha marine distributor in Colombia, with its headquarters in Medellin. The company was founded in 1962 and its marine

business was launched when the father of the present owner began importing outboard motors from the US for the boats, who was an avid

fishing fan. Later, dissatisfied with the quality of the outboards they were importing, they sought outboards made in Japan and ended up dealing in Yamaha products. The company also acquired boat-building expertise in the US and FRP manufacturing technology and used these to establish themselves as a boatbuilding company as well. This is a line of business that they continue today. Presently, Eduardoño has offices in four locations and employs a total of approximately 500 people. It also boasts a sales network of about 200 dealerships. With an annual boat production of 500 units, Eduardoño also claims the title of South America's largest boat-builder. They hold an 85% share of the domestic market and export to



Eduardoño's Advertising and Communication Manager, Ms. Ana Mercedes Londoño. Mme Ana Mercedes Londoño, Directrice de Publicité et Communication chez Eduardoño



The Service Center of the Eduardoño branch office in Cartagena. The Service Center raises customer satisfaction with quality service and facilities. Le Centre d'entretien du siège d' Eduardoño à Cartagena. Il garantit la satisfaction des clients par ses services et installations de qualité



## Colombie

**S**ituée sur la côte Nord-Ouest de l'Amérique du Sud, la Colombie a une frontière commune avec le Venezuela à l'Est, le Brésil au Sud-Est, le Pérou au Sud, l'Équateur au Sud-Ouest et le Panama au Nord-Ouest. Au Nord, elle est baignée par la Mer des Caraïbes et par l'Océan Pacifique à l'Ouest. Par sa population, la Colombie arrive en troisième position en Amérique Latine après le Brésil et le Mexique. Producteur de café, ce pays dispose aussi d'abondantes ressources naturelles, notamment du pétrole, du charbon, de l'or et des émeraudes. Lors de la crise financière qui secoué l'Amérique du Sud dans les années 1980, la Colombie a été le seul pays à poursuivre une croissance économique record et qui n'a pas dû rééchelonner sa dette, grâce à la solidité de sa politique et de ses performances économiques.

### Commerce des hors-bord étayé par l'excellence d'Eduardoño comme constructeur de bateau

Implanté à Medellin, Eduardoño est le distributeur des produits nautiques Yamaha en Colombie. Fondée en 1962, l'entreprise a entamé ses activités nautiques quand le père du patron actuel - un passionné de la pêche - a commencé à importer des États-Unis des hors-bord pour ses bateaux. Déçus de la qualité du matériel importé, la firme s'est tournée vers le Japon et a fini par traiter avec Yamaha. Entre-temps, Eduardoño s'est acquis de l'expérience en construction nautique

grâce à des technologies FRP (plastique renforcé par fibres de verre) qui lui ont permis de s'imposer aussi dans la fabrication de bateaux, une branche d'activités encore prospère aujourd'hui. A l'heure actuelle, Eduardoño compte des bureaux en 4 endroits, emploie près de 500 personnes et dispose d'un réseau de ventes d'environ 200 concessionnaires. Assurant une production annuelle de 500 embarcations, Eduardoño est aussi le plus

grand constructeur de l'Amérique du Sud. Il détient 85% du marché intérieur et exporte vers les îles des Caraïbes, le Venezuela, l'Équateur et d'autres pays. Bien que l'entreprise fabrique aussi des bateaux pour la plaisance, la majorité de la demande en moteurs hors-bord provient du secteur commercial. En tête des ventes arrive le E40G, destiné à la pêche commerciale. Mais d'autres bateaux, réservés aux transports et à la plongée, s'équipent à présent de hors-

**S**i la récession économique touche aujourd'hui la majeure partie du monde, il existe des zones où ses effets négatifs sont peu ressentis. C'est le cas du secteur des moteurs hors-bord et en particulier de ceux à usage commercial pour lesquels les ventes continuent de progresser régulièrement. Dans cette Revue des marchés de Chantey, nous présentons ceux du Venezuela et de la Colombie, soutenus par une solide croissance.

SURINAME

the countries of the Caribbean, Venezuela, Ecuador and other countries as well.

Although the company also manufactures pleasure-use boats, by far the largest segment of demand for sales of outboard motors comes from the commercial-use sector. Its largest-selling outboard is the E40G for commercial fishery use but other commercial boats such as transporters and diving boats now mount 4-stroke outboards. As a result 4-stroke sales are starting to catch up

with 2-stroke sales in recent years. Some fishermen today are also tuning to 4-strokes and it looks like the shift to 4-strokes is going to continue in the future. Also, pleasure-use demand is increasing mainly along Colombia's Caribbean coast. In cities like Cartagena with an international tourist industry, many wealthy Europeans own homes and boats. Eduardoño manufactures large-class boats to mount Yamaha's F350 4-stroke outboard and

expectations are high for increasing demand among customers like these.

The company admits that it is concerned about the entry of other Japanese outboard makers in the Colombian market. But with measures like boat-outboard package sales and other cost-conscious business moves, Eduardoño plans to score a decisive business victory in the next three or four years.

## The Cartagena pleasure-use market

For this report, Chantey visited the city of Cartagena on Colombia's Caribbean coast. Cartagena (proper name Cartagena de Indias) is the city with the largest tourist industry in Colombia. With a population of 900,000 it is Colombia's 5th largest city. It is a city with a unique atmosphere where business skyscrapers stand in contrast to the old quarter of the city that is registered and UNESCO World heritage. A peninsula juts out to the southwest on the south side of Cartagena and beaches and resorts dot this part of the coast and the outlying islands. The islands have hotels and other tourist facilities centered around the beaches where you can see many diving boats and transport boats that provide a substantial market for the marine industry.

In town you are not far from the bay and the marinas that line it, filled with many motorboats

*There is growing demand for 4-stroke outboards like the F350*  
*Une demande croissante existe pour les hors-bord 4-temps comme le F350*



and sailing cruisers. At one of these marinas is located the Eduardoño business center for Cartagena. In addition to service facilities for the company's outboards and other marine engines, there is a large facility where FRP boat work can be done. The combined facilities are a clear reflection of Eduardoño's strong business presence in the city of Cartagena.



*Eduardoño manufactures a wide range of boats, from transport boats to pleasure-use boats for general users and small fishing boats*  
*Eduardoño fabrique une large gamme de bateaux, servant aux transports, à la plaisance, aux services généraux et à la pêche*



bord 4-temps. Il s'ensuit que, ces dernières années, les ventes des 4-temps rattrapent celles de 2-temps. Comme certains pêcheurs s'orientent aussi vers les 4-temps, le passage à ce type de moteur devrait se poursuivre. Entre-temps, la demande pour la plaisance s'accroît surtout le long de la côte de la Mer des Caraïbes. Dans des villes comme

## Le marché de la plaisance à Cartagena

Pour ce numéro, Chantey s'est rendu à Cartagena (de Indias), la ville sur la côte des Caraïbes qui a la plus grande industrie touristique de la Colombie. Cité de 900 mille habitants, elle est la 5ème du pays et elle dégage une ambiance unique du fait du contraste entre ses gratte-ciel et son vieux quartier, inscrit au Patrimoine mondial de l'Unesco. Au sud de Cartagena une péninsule s'avance vers le Sud-Ouest. Celle-ci et les îles

Cartagena dont l'industrie touristique est internationale, bien des Européens fortunés possèdent leurs propres maison et bateau. Comme Eduardoño fabrique des bateaux haut de gamme, propulsés par des F350 4-temps de Yamaha, on peut s'attendre à une demande croissante auprès de cette clientèle.

L'entreprise admet qu'elle s'inquiète de

au large sont parsemées de plages et de stations balnéaires. Y sont aménagés des hôtels et d'autres installations touristiques, entre lesquels circulent de nombreux bateaux de plongée et de transport qui constituent un marché substantiel pour l'industrie nautique.

De la ville, l'on n'est jamais loin de la baie où s'alignent des marinas, remplies de bateaux à moteur et de voiliers. C'est sur une de ces marinas qu'est situé le centre des affaires

l'arrivée d'autres fabricants japonais de hors-bord sur le marché colombien. Mais par des contrats d'ensembles "bateau-moteur" et d'autres mesures de réduction des coûts, Eduardoño entend remporter une victoire décisive au cours des 3 à 4 prochaines années.

d'Eduardoño à Cartagena. Outre les installations d'entretien des hors-bord et autres moteurs nautiques vendus par la firme, on trouve aussi un grand atelier de fabrication des bateaux FRP. La combinaison de ces installations illustre clairement la présence solide d'Eduardoño dans la ville de Cartagena.

# Venezuela

Venezuela is a country with a population of 28 million at the northern end of the South American continent with shores on the Caribbean Sea and the Atlantic Ocean and sharing borders with Guyana to the east, Colombia to the west and Brazil to the south. The capital is Caracas. Venezuela is known among the counties of South America as one blessed with a rich natural environment and also as a country with one of the largest petroleum producers, and the oil income is an important part of the country's economy. Venezuela is also rich in resources of natural gas, iron ore, bauxite, gold and diamonds.



Puerto La Cruz is one of the important marine markets in Venezuela  
Puerto La Cruz est un des importants marchés nautiques au Venezuela

## Promoting outboard business on a solid fishery market base

Venemotos is this country's Yamaha outboard motor distributor, with its head offices in the capital, Caracas. The company began dealing in

Yamaha outboards in 1963. Presently the company has about 200 employees and there are 60 dealerships in their nationwide sales network for outboard motors.



Yamaha E40G outboards are the power of choice at the fishing town of Santa Fe near Puerto La Cruz  
Les hors-bord E40G de Yamaha sont les moteurs préférés parmi les pêcheurs de Santa Fe, près de Puerto La Cruz

The largest segment of outboard use in Venezuela is the commercial fishing industry. The largest selling outboard in the line is the "E40G." According to Venemotos, the national government limits the size of fishing boats as a means to prevent over-fishing and provides various types of support for fishermen with smaller class boats. Interest-free loans are provided for fishermen purchasing outboard motors on very generous terms that allow a two-year buffer before the start of repayment. With this kind of market as a base, it has been possible to build a



Venemotos Managing Director, Mr. Claudio Ippolito  
M. Claudio Ippolito, directeur général de Venemotos

business that is effected little by the recession.

Yamaha outboards dominate the commercial-use market almost completely in Venezuela, but there is still a lot of room for development in the pleasure-use market. Although it is not so easy to promote 4-stroke models on the basis of their fuel efficiency alone in a market like Venezuela where the price of gasoline is so cheap, Venemotos is still able to increase their sales of 4-stroke models in the pleasure-use market.

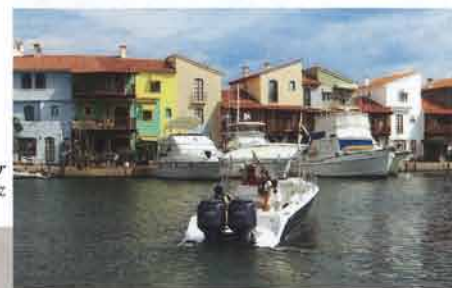
The company is actively participating in the YTA (Yamaha Technical Academy for upgrading technician service skills) and other activities to raise the level of mechanic skills as well as strengthening its spare parts supply system to differentiate itself from the competition and continue to build trust in the Yamaha brand.

## High expectations for the pleasure-use market

One of Venezuela's main outboard motor markets, Puerto La Cruz, is harbor city with a population of 200,000 and serves as the access port for the resort islands like Margarita in the Caribbean Sea. In the past it was no more than a

small fishing port but it grew rapidly after WWII as a shipping port for the region's petroleum. It has a large harbor with enough depth to enable entrance by large oil tankers. There are also numerous resort hotels and on holidays they are

A residential area built along the canals of Puerto La Cruz harbor  
Un quartier résidentiel est construit le long des canaux du port de Puerto La Cruz



# Venezuela

Pays de 28 millions d'habitants situé dans le Nord de l'Amérique du Sud, le Venezuela fait face à la Mer des Caraïbes et à l'Océan Atlantique. Il partage des frontières avec la Guyane à l'Est, la Colombie à l'Ouest et le Brésil au Sud. Bénéficiant d'un riche environnement naturel, le Venezuela, dont la capitale est Caracas, est aussi un des principaux producteurs de pétrole du continent latino-américain et les revenus de l'or noir sont essentiels à l'économie du pays. Le Venezuela est riche également en gaz naturel, minerais de fer, bauxite, or et diamants.

## Promotion des ventes de hors-bord sur un solide marché de la pêche

Distributeur des moteurs hors-bord Yamaha, Venemotos a son siège à Caracas, la capitale. L'entreprise, qui se charge de nos hors-bord depuis 1963, compte à présent 200 employés environ et 60 concessionnaires forment son réseau national de vente de hors-bord.

Au Venezuela, le principal secteur du marché des hors-bord concerne la pêche commerciale et le modèle le mieux vendu est le "E40G". Selon Venemotos, le gouvernement central limite la taille des bateaux de pêche comme moyen d'éviter la surpêche et il accorde divers types de soutien aux pêcheurs dont le bateau est de petit

gabarit. Des prêts sans intérêt sont généreusement proposés aux pêcheurs pour l'achat de hors-bord. Le contrat prévoit un délai de 2 ans avant le premier remboursement. Grâce à un tel marché comme fondation, il a été possible de poursuivre des affaires, peu affectées par la récession.

Les hors-bord Yamaha dominent presque complètement le marché à usage commercial au Venezuela, mais celui de la plaisance peut encore largement se développer. Bien qu'il ne soit pas facile de promouvoir les modèles 4-temps en vantant uniquement leur sabriété en

carburant dans un pays comme le Venezuela où l'essence est bon marché, Venemotos parvient quand-même à accroître ses ventes de 4-temps sur le marché de la plaisance.

L'entreprise prend activement part à l'initiative YTA (Académie Technique Yamaha) et à d'autres activités, visant à élever le niveau des compétences mécaniques des techniciens de l'entretien et à renforcer le système de fourniture de pièces de rechange. L'objectif est de souligner la différence entre Yamaha et les rivaux et de consolider encore la confiance envers notre marque.



alive with a vacationers.

In the COMPLEJO TURISTICO EL MORRO area of the city work has been proceeding on a large-scale canal project since 25 years ago which includes the construction of marinas and residential areas with dock facilities. Docked in the marinas are large luxury yachts including sports convertible and salon cruiser models as well as storage racks for smaller boats. On the

islands off the coast there are six beach areas that can be accessed for day trips and you can see many boat taxis ferrying tourists to the islands. There is a solid market for outboard motors to power these boats.



There are numerous marinas in the city and most have racks for storing smaller boats  
De nombreuses marinas existent dans la ville et la plupart disposent de racks pour les petits bateaux



The offshore is scattered with scenic islands and beaches. Boats bring vacationing tourists to these islands  
Au large se trouvent des îles aux plages pittoresques où des bateaux amènent des touristes

## Dealer conducting grassroots promotions

The dealer based here in Puerto La Cruz is LAS GARZAS C.R. Its marine business was launched in 1991. Presently its ratio of commercial and pleasure-use sector sales is 65%/ 35%. They say that their business orientation is also focused primarily on the commercial-use sector. One of LAS GARZAS C.R.'s main markets is the fishing town of Santa Fe to the east of Puerto La Cruz. LAS GARZAS has a business office in Santa Fe to handle this important market with

grassroots sales, service and promotional activities. One of those activities is managing sports clubs in the community. LAS GARZAS has joined with the community to create a softball team and a basketball team. They also support a rowing team (scull) coached by local residents as another way to contribute to the community. They also tell us that another important promotion is motorboat races for smaller class boats.



In Santa Fe, Venemotos is involved in a number of grassroots business activities and promotions like supporting sports clubs

A Santa Fe, Venemotos s'implique dans diverses activités commerciales et de promotion, telles que le soutien à des clubs sportifs



LAS GARZAS C.R. is the Yamaha marine dealer in Puerto La Cruz. Las Garzas C.R. est le concessionnaire de produits nautiques Yamaha à Puerto La Cruz

The staff of LAS GARZAS C.R. At right in the photo is Venemotos Sales Manager  
Le personnel de Laz Garzas C.R. À droite, sur la photo, le Directeur Commercial de Venemotos.

## Espoirs sérieux sur le marché de la plaisance

Puerto La Cruz, un des principaux marchés du hors-bord au Venezuela, est une cité portuaire de 200 mille habitants. Elle sert de port d'accès aux îles touristiques, comme Margarita, dans les Caraïbes. Petit port de pêche autrefois, elle s'est transformée après la Seconde Guerre mondiale en un grand port d'exportation du pétrole, car sa profondeur autorise l'accès aux grands pétroliers. On y

trouve aussi de nombreux hôtels de tourisme, débordant de vacanciers pendant les périodes de congé. Dans le quartier appelé "Complejo Turismo El Morro", des travaux sont en cours depuis 25 ans sur un projet de canal à grand échelle, comportant la construction de marinas et de quartiers résidentiels, dotés de quais. Dans les marinas se bercent de grands yachts luxueux,

des convertibles de sport, des bateaux de croisière à salon, ainsi que des racks de stockage pour petites embarcations. Sur les îles au large se trouvent six zones de plages, accessibles pour des excursions à la journée et beaucoup de taxis nautiques assurent la liaison pour les touristes. Leurs hors-bord constituent eux aussi un solide segment du marché.

## Promotion de base assurée par le concessionnaire local

Las Garzas C.R. est le concessionnaire, installé à Puerta La Cruz. Commencées en 1991, ses activités nautiques se ventilent actuellement comme suit : 65% au secteur commercial et 35% à la plaisance. D'après eux, l'orientation des affaires est centrée avant tout sur le secteur commercial. Située à l'Est de Puerto La Cruz, la ville portuaire de

Santa Fe est un des principaux marchés de Las Garzas. Cette entreprise dispose à Santa Fe d'un bureau, chargé sur cet important marché des ventes, de l'entretien et des activités de promotion. Une de celles-ci est la gestion de clubs sportifs dans la communauté. Las Garzas s'est joint à la communauté pour créer une équipe de softball et de basket. La

firme soutient aussi une équipe d'aviron (scull), entraînée par des locaux, comme moyen de contribuer à la vie communautaire. Des courses de bateaux à moteur de petite cylindrée sont également organisées, nous a-t-on dit.

## Marine YTA Program Enters Silver Class Level

The Yamaha Technical Academy (YTA) has been promoted worldwide with steady progress. Since the full-fledged start of the "Bronze Class" training program in 2007, over 5,000 technicians have received YTA Bronze Class certification in more than 20 countries around the world. As the next stage of this program to raise the skill levels of technicians providing Yamaha service, Silver Class technical training has begun with the goals of raising the levels of Technician Standards, Department Standards and Marketing Standards.

### Train The Trainer courses aimed at international spread of YTA

To win the prestigious "Bronze Technician" certification, technicians must receive training in 15 categories of skills and pass demanding examinations. And, many of the service people who have been certified as Bronze Technicians have now begun training toward Silver Technician certification, while

continuing to learn about outboard motor maintenance and repair.

To take the program to the Silver level, the Service Div. of YMC has been holding Train The Trainer (TTT) courses in cooperation with the distributors in numerous countries to lay the groundwork for Silver Technician

training. In these TTT courses representatives from a number of countries gather to further strengthen their knowledge and skills for training technicians in their respective countries for Silver class certification.

### 2009 is a year of Silver Technician training

The contents of the YTA Silver courses take into consideration the type of customer visitation service calls that are a frequent part of an outboard motor service technician's job. Thus, the curriculum includes the sequence of procedures and skills involved in a Silver Technician visiting a customer, diagnosing and repairing the outboard and

then making a report on the results and the work completed. Outboard motor service is inherently a complex thing that involves the problems of not only the engine but the boat as well.

As with the Bronze courses, the Silver courses involve 15 categories of training and practical tests concerning outboard motors

and boats that the trainees must pass in order to receive the prestigious Silver Technician certification. Eventually the plan is to have at least one Silver Technician at each Yamaha dealership.

Before long there will surely be Silver Technicians at the dealerships in your country.

### Progress in the spread of Silver Technicians

In Mid-April YMC's Service Div. held 2nd YTA Silver TTT training seminars over five days at Lake Hamana. Eight service representatives from the seven countries of Brazil, Colombia, the Philippines, Saudi Arabia, Singapore, Turkey and the UAE participated. The seminars included explanations of the marketing manual and trouble solution guide, boat testing, engine/boat troubleshooting, data analysis and more. The representatives also exchanged opinions about service activities and the YTA program.



## Le programme YTA nautique passe au niveau "Classe Argent"

La promotion de l'Académie Technique Yamaha (YTA) se poursuit régulièrement dans le monde. Depuis l'ouverture en 2007 du programme de formation de "Classe Bronze", plus de 5 mille techniciens de quelque 20 pays ont décroché le Certificat YTA de Classe Bronze. Phase suivante de ce programme, visant à rehausser encore le niveau des compétences des techniciens qui assurent les services Yamaha, la formation technique de "Classe Argent" vient de commencer. Ses objectifs sont le relèvement du niveau des Normes Techniciens, des Normes Département et des Normes Marketing.

### Cours "Former les Formateurs" pour propager YTA dans le monde

Pour prétendre au prestigieux certificat de la classe "Technicien Bronze", les candidats doivent recevoir une formation, portant sur 15 catégories d'aptitudes, et réussir des examens exigeants. Bon nombre de ceux qui se sont élevés au niveau "Bronze" se sont maintenant lancés dans une formation en vue du certificat "Technicien Argent",

tout en continuant à peaufiner leurs connaissances en maintenance et réparation des moteurs hors-bord.

Pour porter le programme au niveau Argent, la Division Service de YMC organise des cours, baptisés "Former les Formateurs" (TTT), en coopération avec des distributeurs de divers pays afin de poser les fondations

de la formation "Technicien Argent". Lors de ces cours TTT, des représentants de plusieurs pays se rassemblent pour approfondir leurs connaissances et leur savoir-faire de manière à former ensuite chez eux des techniciens, candidats au certificat de Classe Argent.

### 2009, année de la formation "Technicien Argent"

Le programme des cours YTA du niveau "Argent" tient compte du type de visites d'entretien auprès des clients, une part importante du travail d'un technicien, chargé de l'entretien des hors-bord. Le programme décline donc la série de procédures et de compétences requises lorsqu'un technicien "Argent" se rend chez un client pour diagnostiquer et réparer son

hors-bord, des démarches suivies par la rédaction d'un rapport sur les résultats de son intervention. L'entretien d'un moteur hors-bord est un processus complexe qui touche aux problèmes à la fois du moteur et du bateau.

Comme dans le cas du programme "Bronze", celui du niveau "Argent" comprend 15 catégories d'entraînement et

des tests pratiques sur les hors-bord et les bateaux. Les prétendants doivent les réussir pour obtenir le prestigieux certificat "Technicien Argent". L'objectif est de compter au moins un Technicien Argent chez chaque concessionnaire Yamaha.

Un jour prochain, les concessionnaires de votre pays auront, eux aussi, des Techniciens Argent.



### Multiplication progressive des Techniciens Argent

A la mi-avril, la Division Service de YMC a organisé pendant 5 jours le 2<sup>e</sup> séminaire TTT de niveau Argent au Lac Hamana. Y ont participé 8 représentants de 7 pays, à savoir le Brésil, la Colombie, les Philippines, l'Arabie Saoudite, Singapour, la Turquie et les E.A.U. Les séminaires ont comporté des explications sur le manuel de marketing, le guide de solution des pannes, les tests sur bateau, le dépannage de moteur/bateau, l'analyse des données, etc. Les délégués ont également échangé leurs opinions sur leurs activités d'entretien et le programme YTA.



# GOOD SHOW YAMAHA

Beau spectacle Yamaha

The Japan International Boat Show 2009 in Yokohama was held from March 12 to 15 at the Pacifico Yokohama expo center in Yokohama City, Kanagawa Pref. This year's show attracted 210 exhibitors from Japan and abroad.

As in years past, Yamaha mounted the largest booth at the show in keeping with its role as the leading marine manufacturer dedicated to promoting the spread of marine leisure. In addition to the outboard motors and personal watercraft, boats manufactured by Yamaha for the domestic market were also displayed at the booth.



Today, the world is in the grips of a recession and it is affecting the Japanese marine industry just like others. The business environment remains harsh, as the sales of large-size boats that had previously been one of the strong market sectors are now decreasing. At the press conference at the opening of the boat show, Yamaha Motor's President and CEO, Takashi Kajikawa, described the company's stance: "To deal with this difficult business environment, Yamaha Motor has undertaken broad-reaching measures to streamline and optimize our operations in the areas of procurement, development and manufacturing throughout the Yamaha Motor group as of January this year. As part of these measures, we have implemented a merger with our marine engine manufacturing subsidiary, Yamaha Marine, and we have estab-

lished a headquarters to collectively supervise our three main marine operations of marine engines, boats and personal watercraft. These are measures that will be effective for cutting costs and restructuring and innovating our manufacturing system to get us through these crucial times."

Visitor attendance over the four days of the show was 40,533 (vs. 47,103 in 2008). Despite the effects of the global economic slump, there was a large turnout of visitors at the show every day. This demonstrated clearly that people's interest in marine leisure remains strong.

Looking to the future, Yamaha Motor is determined to win the hearts of marine fans around the world by continuing to develop and manufacture attractive products with the outstanding reliability that is Yamaha's trademark.

## Interest in marine leisure holds strong Large visitor turnout at Yamaha booth in Japan International Boat Show



## Intérêt solide pour les loisirs nautiques Grande affluence au stand Yamaha lors du Salon International du Bateau au Japon

Le Salon International du Bateau 2009 s'est tenu du 12 au 15 mars au centre d'exposition de l'hôtel Pacifico Yokohama dans la ville du même nom de la Préfecture de Kanagawa. Cette année, le salon a attiré 210 exposants du Japon et de l'étranger.

Comme par le passé, Yamaha avait préparé le plus grand stand, assumant ainsi son rôle de premier fabricant nautique, soucieux de promouvoir ce type de loisirs. Outre les moteurs hors-bord et les jet-skis, Yamaha a également exposé ses bateaux, destinés au marché intérieur.

Actuellement, le monde est en proie à une récession qui affecte aussi l'industrie nautique du Japon. Le climat des affaires est d'autant plus difficile que les ventes de grands bateaux ont chuté, alors qu'elles avaient été un segment solide du marché. En conférence de presse à l'ouverture du Salon, M. Takashi

Kajikawa, président et P.D.G. de Yamaha, a déclaré ce qui suit : « Pour faire face à cette conjoncture difficile, Yamaha Motor a lancé, dès janvier de cette année et à travers tout le groupe, des mesures considérables de rationalisation et d'optimisation de ses opérations dans les domaines des achats de matériel, du développement et de la fabrication. Nous avons notamment réalisé une fusion avec Yamaha Marine, notre filiale de fabrication de moteurs nautiques. Nous avons établi un Siège qui supervisera collectivement nos trois principales activités : moteurs nautiques, bateaux et jet-skis. Ces mesures contribueront à réduire les coûts, à restructurer et rénover notre outil de production, de manière à traverser cette période cruciale. »

Les 4 jours du Salon ont attiré 40 533 visiteurs (contre 47 103 en 2008). Malgré les effets de la crise économique planétaire, le



nombre considérable de visiteurs prouve que l'intérêt du public pour les loisirs nautiques reste puissant.

Orienté vers l'avenir, Yamaha Motor entend captiver le cœur des passionnés de loisirs nautiques en poursuivant la mise au point et la fabrication de produits attrayants, porteurs de la marque Yamaha, symbole d'une fiabilité sans pareille.