

Chantey

LE BULLETIN DES CONCESSIONNAIRES MARINE YAMAHA

Septembre 2013

No. 148

Version française



SOMMAIRE

- P1 Chantey Spécial : Le marché nautique dynamique de Russie
- P3 Petits conseils de mécanique : Outils spéciaux – Le kit d'extraction hydraulique
- P4 Kurt, pêcheur passionné, nous livre : La pêche à la pieuvre au Japon
- P5 Revue d'actualité : Un héros qui aime la mer revient à Ishinomaki, et plus

YAMAHA MOTOR CO., LTD., Marine Business Operations, 2500 Shingai, Iwata, Shizuoka 438-8501, Japon

Chantey
Spécial

Le marché nautique dynamique de Russie



« Baïkal » signifie « lac riche ». Le lac du même nom est entouré d'un environnement naturel merveilleux. On dit que c'est le plus vieux lac du monde, mais c'est aussi un paradis aquatique pour les fans russes de la plaisance.

En tant que pays du BRICS, la Russie suscite beaucoup d'attention pour sa croissance économique. Le marché de la plaisance en constante expansion en est une des facettes. Le terme « plaisance » évoque des bateaux de luxe comme des grands yachts, mais en réalité ce sont des produits comme les canots pneumatiques et les petits moteurs hors-bord ainsi que les véhicules nautiques à moteur qui enregistrent à l'heure actuelle la plus forte croissance de vente. Dans ce Chantey Spécial, nous évoquons le marché russe en présentant quelques scènes de son marché nautique.

Avec une superficie totale de 17,09 millions de kilomètres carrés, la Russie fait environ deux fois la taille des États-Unis. Bien qu'elle comporte peu de zones côtières convenant à la plaisance, elle intègre de vastes étendues sauvages en Sibérie et dans d'autres régions, et d'innombrables plans d'eau magnifiquement préservés.

Comme on le voit à la manière dont les Russes s'adonnent aux plaisirs de la *dacha* (passer du temps libre dans une maison à la campagne) depuis l'époque de Pierre le Grand (1672-1725), les gens ici adorent passer du temps dans un environnement naturel, et cette coutume a valu à ceux qui s'y

adonnent le surnom de « gens des forêts ». La Russie a aussi dans son histoire de nombreux marins excellents. On peut dire que les produits de loisir de plein air Yamaha correspondent parfaitement à un peuple ayant de telles traditions et références culturelles.

C'est dans cet environnement de marché que la filiale de Yamaha Motor en Russie, OOO Yamaha Motor CIS (YMCIS), commercialise principalement des produits nautiques Yamaha, comme des moteurs hors-bord et des véhicules nautiques à moteur (VNM) WaveRunner. Et pour promouvoir davantage la plaisance en Russie,



On trouve de nombreuses marinas et des dachas luxueuses le long des rivières aux abords de Moscou.



Une présentation de VNM et une expérience des produits au club de plage Royal Bar à Moscou

il importe et commercialise aussi des bateaux Yamarin du distributeur Yamaha et constructeur de bateaux majeur en Finlande, Konekesko Marine. Pratiquement tous ses concessionnaires sont sous contrat exclusif de Yamaha, et presque tous vendent non seulement des produits nautiques Yamaha, comme des VNM et des moteurs hors-bord, mais aussi des produits de loisir de plein air attrayants, comme des motoneiges et des quads Yamaha. Cela leur permet d'offrir des produits pour toutes les saisons et d'établir des relations solides avec leurs clients tout en augmentant les ventes.

Promotion de la plaisance grâce aux expériences des participants à des événements itinérants

En juin de cette année, YMCIS a choisi le lac Baïkal comme site d'un voyage d'aventure expérimental en VNM pour des journalistes de la presse des loisirs. Le lac Baïkal est le plus vieux lac d'eau douce du monde. Il est connu comme la « perle de la Sibérie », et tout comme les îles Galapagos, c'est un « musée d'antiquités vivantes ».

Comme un des représentants de YMCIS l'explique, « de nombreux utilisateurs russes considèrent le VNM comme une embarcation qui vous emmène à une destination. Pour le marché russe et ses utilisateurs, aimer la nature et passer du temps dans les grands espaces de manière audacieuse et dynamique est un état d'esprit. »

L'équipée organisée pour la presse a remporté un franc succès. Bien qu'elle ait eu lieu au début de l'été, la température de l'eau ne dépassait pas 5 ou 6 degrés Celsius, et à pleine vitesse sur le lac, on ressentait un froid de plein hiver. Parcourir ainsi plusieurs centaines de kilomètres en deux ou trois jours fut certainement une aventure difficile pour les journalistes, mais ils se sont déclarés satisfaits et enivrés par la beauté naturelle du lac Baïkal.

Quelques jours plus tard, YMCIS a organisé un événement visant des clients aisés faisant partie du club de plage huppé Royal Bar à Moscou pour leur présenter la gamme des VNM et bateaux sportifs Yamaha. À cette occasion, ils ont montré un film relatant l'équipée en VNM sur le lac Baïkal, et quelques-uns des journalistes ont été invités à parler librement de leur expérience.

Le représentant de YMCIS a ainsi commenté : « Créer de la demande en présentant aux clients les produits réels dans un club de plage de ce type est une partie de notre objectif, mais nous voulons vraiment montrer aux gens que ces embarcations permettent de s'amuser dans les grands espaces de manière très dynamique. Je pense que les journalistes ayant assisté à la présentation presse en parlaient fièrement parce que c'était aussi bien reçu. Nous comptons sur le bouche à oreille pour susciter plus d'intérêt pour les véhicules nautiques. »

Bien entendu, cette tendance n'est pas limitée aux VNM, mais s'étend également aux bateaux. D'après ce que nous racontent nos concessionnaires, nous réalisons qu'un des objectifs les plus importants pour eux est de fournir au plus de clients potentiels et existants possible des occasions de réellement profiter des produits.

Le marché nautique dynamique de Russie

Le gouvernement russe a approuvé une « Stratégie pour le développement socio-économique de la partie extrême-orientale et de la région Baïkal jusqu'en 2025 ». Bien que cette stratégie économique ne comprenne aucun projet directement lié aux activités nautiques dans la région Sibérie, cette zone offre clairement un grand potentiel économique. Pour ce Chantey Spécial, nous avons discuté avec des concessionnaires de Sibérie.

Promotions de vente du concessionnaire d'Irkutsk, SOTEP Stimuler le marché en organisant des rencontres entre clients

SOTEP Ltd., un concessionnaire Yamaha basé à Irkutsk près du lac Baïkal, a commencé à vendre des moteurs hors-bord Yamaha en 1999.

« Il y a de plus en plus de gens avec des revenus élevés en Russie qui aiment passer leur temps libre sur des rivières, des lacs et des eaux côtières. Je pense que le marché de la plaisance a un avenir radieux », dit le président de SOTEP, M. Alexander Shoshin.

À l'heure actuelle, les moteurs hors-bord sont utilisés principalement pour la plaisance comme la pêche, et ce sont les petits modèles de 15 à 40 ch qui se vendent le mieux. Les bateaux en aluminium sont particulièrement prisés et SOTEP fabrique ses propres modèles. Pour s'étendre sur le marché des plus gros bateaux, l'entreprise fabrique actuellement des modèles allant jusqu'à 9 mètres de long.

La force de SOTEP en tant que concessionnaire réside dans leurs grandes capacités de présentation des produits et dans la qualité élevée du service qu'ils essaient toujours de fournir. Ils insistent également sur l'importance de leur politique consistant à toujours avoir en stock les modèles que les clients recherchent. Par ailleurs, leurs activités promotionnelles comprennent l'organisation de courses et de tournois de pêche là où ils peuvent communiquer activement avec les clients.

« L'organisation d'événements non seulement nous donne des occasions précieuses de communiquer avec nos clients, mais conduit également à des échanges



Un des bateaux vendus par SOTEP. Avec sa coque en aluminium, il convient bien à des usages intensifs.

entre les clients eux-mêmes. En résultat, ils se font des amis et se rencontrent lors des événements mais aussi en privé. Leurs activités de plaisance deviennent encore plus agréables et cela stimule le marché », commente M. Shoshin.

Une des initiatives commerciales de l'entreprise est actuellement de promouvoir les ventes de nouveaux modèles pour remplacer des bateaux plus vieux. Il s'agit de trouver des bateaux attrayants qui sont compatibles avec les derniers hors-bord Yamaha, et à les recommander aux clients. Les initiatives actives de marketing de l'entreprise, qui consistent à organiser des événements et à encourager les interactions entre les clients en utilisant des produits Yamaha, sont tout à fait impressionnantes.



Le grand showroom de SOTEP présente fièrement de nombreux produits et modèles dans des gammes étendues.



Le président de SOTEP, M. Alexander Shoshin

Des randonnées aventureuses qui ont valu l'attention nationale sur ce concessionnaire actif

Pendant que nous couvrons l'équipée des VNM de YMCIS sur le lac Baïkal, nous avons rencontré un groupe de propriétaires de VNM qui faisaient un tour du lac de dix jours. Leur guide était M. Andrey Prudnikov, directeur général de Rokot-Moto, une concession Yamaha située dans la ville de Surgut.

M. Prudnikov étant né et ayant passé sa jeunesse près d'un affluent de la rivière Ob, sa vie, ses sources de revenu ainsi que son temps libre ont toujours été liés aux rivières. En d'autres termes, ses loisirs et son travail sont connectés naturellement. La conjecture est difficile dans cette zone, et les hivers sont longs. Il va donc sans dire que Rokot-Moto vend principalement des motoneiges. Mais par ailleurs, pour exactement la même raison, l'enthousiasme est toujours débordant en été. La saison de la plaisance est courte, mais ce sont tout de même des produits très importants.

« Notre marché en est encore à sa phase de développement, et je pense qu'il va s'étendre à l'avenir. C'est valable non seulement pour les bateaux (et les moteurs hors-bord qui vont avec) mais également pour les VNM », explique M. Prudnikov. Rokot-Moto a une méthode très originale pour promouvoir les ventes de VNM. « J'ai fondé un



Ce groupe faisait un périple de 10 jours en VNM sur le lac Baïkal.

club d'amoureux des voyages d'aventure à Surgut. Nous avons fait de grandes expéditions, comme la traversée de la Russie et un tour de l'Alaska », raconte M. Prudnikov.

Les activités du club ont été couvertes dans les médias russes, et de nombreux membres l'ont rejoint après avoir lu des articles sur ces aventures et avoir été pris du désir de faire la même chose. Des demandes de renseignements ont afflué non seulement de la région de Surgut, mais aussi de régions lointaines de la Russie. « Regardez ça ! Malgré le mauvais temps, personne ne considère abandonner le voyage. Ils sont tous prêts à partir », dit-il.

Une des participantes, Mme Belaya Irina Valeryevna, une mère de trois enfants, a décidé d'acheter un VNM et de se joindre à l'aventure après avoir lu plusieurs articles sur les voyages de M. Prudnikov. C'est son premier voyage avec le club.

« C'est un super groupe, et on s'amuse tant ensemble. Cela donne aussi aux gens des expériences précieuses. La beauté naturelle de la Russie est illimitée. Et quand on voyage en VNM, on voit des paysages et on a des expériences qui seraient impossibles lors d'un voyage en train, en avion ou en voiture. »



Mme Belaya Irina Valeryevna a acheté son VNM pour pouvoir participer aux voyages d'aventure de M. Prudnikov.



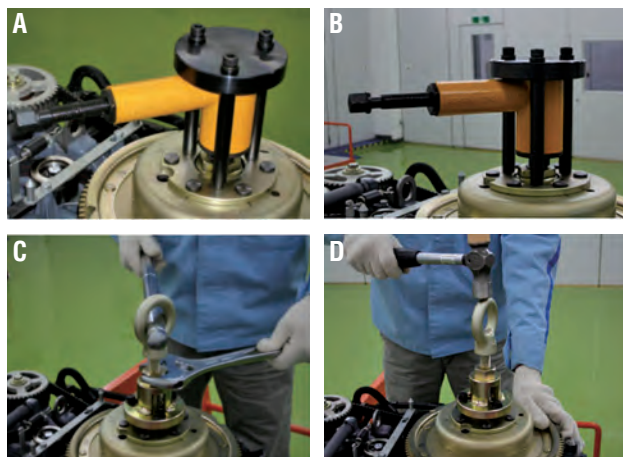
M. Andrey Prudnikov, directeur général du concessionnaire Rokot-Moto

Des outils spéciaux pour des pratiques de travail plus sécuritaires – Le kit d'extraction hydraulique

Dans cet article de notre série « Conseils d'un mécanicien chevronné », je voudrais continuer de parler des « outils spéciaux pour des pratiques de travail plus sécuritaires ». Dans notre dernier numéro, nous avons évoqué l'utilisation de l'outil d'immobilisation de volant-moteur, qui fait partie des nouveaux outils de l'édition 2012 du Manuel de service du F150A. Sur la même page du manuel 2012, vous trouverez le kit d'extraction hydraulique (Hydro puller kit) dont je veux parler ici. Comme dans le précédent article, je veux montrer les avantages considérables de l'outil spécial (SST) – kit d'extraction hydraulique – des points de vue de la vitesse et de la sécurité.

Problèmes inhérents à cette opération

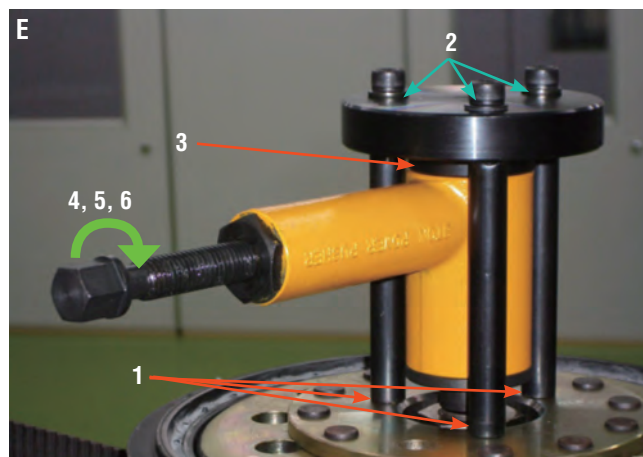
Le kit d'extraction hydraulique est un ensemble d'outils conçu pour séparer le volant-moteur du vilebrequin. (Photos **A** et **B**) Jusqu'à présent, un « extracteur de volant-moteur » était utilisé pour cette opération, mais examinons les avantages du kit d'extraction hydraulique des points de vue de la vitesse et de la sécurité. Comme pour l'outil d'immobilisation de volant-moteur, on utilise l'extracteur de volant-moteur classique en tenant la clé de la main gauche tout en appliquant une pression sur la barre de droite. Si le volant-moteur n'est pas déposé du premier coup, il peut être nécessaire d'appliquer un choc sur l'outil. (Photos **C** et **D**) Étant donné que cette méthode nécessite deux actions différentes avec les deux mains, elle ne peut pas être considérée très sécuritaire. Par ailleurs, le fait d'appliquer un choc en tapant sur l'outil peut endommager le vilebrequin ou le palier de butée, c'est donc en fait une mauvaise méthode de travail.



Caractéristiques de la nouvelle méthode d'extraction

Le nouveau kit d'extraction hydraulique sert à extraire le volant-moteur du vilebrequin par pression hydraulique. (Photo E) Lorsque la pression hydraulique est utilisée pour appliquer une pression importante, il convient de faire attention aux points suivants :

- 1) Les trois pieds du socle de l'outil doivent être fixés solidement contre le volant-moteur.
- 2) S'il n'y a pas de bague d'espacement sous les assises des boulons, deux rondelles doivent être utilisées. Par contre, une seule rondelle suffit s'il y a une bague d'espacement.
- 3) Une bague d'espacement est insérée sur le F150 et les modèles plus gros.
- 4) La vis servant à augmenter la pression hydraulique doit être serrée lentement.



- 5) Si la vis devient difficile à serrer, arrêtez-vous et attendez quelques secondes.
- 6) Répétez les trois étapes qui sont : tourner la vis, attendre, tourner à nouveau.

Il faut tourner la vis lentement, stopper, puis tourner à nouveau pour minimiser la déformation des trois boulons par la pression. Si une force importante est appliquée en une fois, les boulons s'étirent et ne supportent aucune pression supplémentaire.

Toutes les possibilités d'amélioration doivent être prises en considération

Yamaha a mis au point cet outil à pression hydraulique principalement pour les deux raisons suivantes : les mécaniciens voulaient plus de puissance pour extraire les volants-moteurs, et ils voulaient abandonner une méthode requérant deux actions différentes avec les deux mains. Quand vous utiliserez le nouveau kit d'extraction hydraulique, vous vous rendrez compte que le travail peut être exécuté avec plus de sécurité, plus facilement et plus rapidement. Le coût supplémentaire est un désavantage, mais cet outil augmente clairement la productivité et la sécurité.

Trouver de nouvelles variantes et améliorer les méthodes de travail classiques sont une part importante de notre travail. Si on se demande constamment comment une tâche peut être exécutée plus facilement, plus rapidement et avec plus de sécurité, on a toutes les chances d'avoir de nouvelles idées. Je suggère d'intégrer dans notre travail quotidien la recherche d'amélioration de nos méthodes.

Dr. Sugimoto Chantey Editorial Room

YAMAHA MOTOR CO., LTD., Marine Business Operations,
2500 Shingai, Iwata, Shizuoka 438-8501, Japon





Le lac Hamana est situé dans la Préfecture de Shizuoka, non loin du siège de YMC. C'est un lac saumâtre, c'est-à-dire qu'il contient un mélange d'eau de mer et d'eau douce, et il est parfois utilisé par Yamaha pour des essais de développement de produits, comme les moteurs hors-bord. Les poissons et les coquillages y abondent et alimentent une pêche commerciale active. Beaucoup de gens viennent aussi pêcher pour le plaisir et on voit de nombreuses embarcations sur le lac en fin de semaine. Les employés de Marine Business Operations de YMC sont d'ailleurs nombreux à posséder un bateau sur le lac Hamana.

Le type d'embarcation le plus couramment utilisé sur ce lac est un bateau utilitaire japonais traditionnel appelé *wasen*, équipé d'un moteur hors-bord à barre franche. En ce qui me concerne, je pêche beaucoup à bord du *Yuushinmaru*, le *wasen* d'un collègue.

On peut pratiquer une pêche côtière variée sur le lac Hamana, mais la pieuvre est la cible préférée. De nombreux pêcheurs affluent au début de l'été (fin mai - début juillet) pour en attraper, aussi bien depuis la côte que sur des bateaux.

Les pieuvres étaient abondantes cette année, et le lac a attiré de nombreux visiteurs tous les jours.

La pêche à la pieuvre traditionnelle se fait avec des crochets et des crabes comme appâts, mais depuis

Kurt, pêcheur passionné, nous livre : La pêche à la pieuvre au Japon

Les Japonais adorent la pieuvre. La pêche à la pieuvre se pratique dans tout le Japon, où l'on consomme 60 % des pieuvres pêchées dans le monde. Cet article est consacré à la pêche sportive à la pieuvre.



takoyaki (boulettes grillées avec des morceaux de pieuvre), ou riz à la pieuvre (du riz cuit avec de la pieuvre). Vous pouvez donc être sûr que les Japonais apprécieront toujours une pieuvre en cadeau. On peut trouver des pieuvres dans des endroits variés, alors tentez votre chance un jour !



quelques années, on utilise beaucoup un leurre appelé *egi*, avec un calamar et des poids. Étant donné que le lac Hamana est parcouru par des courants très forts, les meilleurs moments pour pêcher sont avant ou après les marées hautes et basses. Comme la pieuvre tend à rester au fond, les poids servent à faire couler le leurre et à ratisser le fond du lac.

La pêche à la pieuvre n'implique pas un combat énergique comme avec un poisson, mais ceux qui s'y adonnent sont attirés par son côté intéressant. Au Japon, la pieuvre crue est un met très prisé, et on peut la déguster de nombreuses manières : sashimi, friture,



Un héros qui aime la mer revient à Ishinomaki



Le programme à succès dédié au super-héros Sea Jetter Kaito se tient au Musée Ishinomaki Mangattan, consacré à un des plus célèbres mangaka (artiste/dessinateur de manga) du Japon, feu Shotaro Ishinomori. Le musée se trouve dans la ville d'Ishinomaki dans la Préfecture de Miyagi. Il a été établi à l'origine dans l'espoir de créer d'autres héros de ce type qui seraient aimés de tout le pays. Depuis sa fondation, ce programme devenu très populaire porte sur un super-héros qui affronte des vilains en pilotant un véhicule nautique à moteur (VNM) Yamaha. Les scènes ont lieu sur la rivière située juste à côté du musée. Cependant, le musée a été très endommagé par le tsunami faisant suite au grand tremblement de terre de l'est du Japon du 11 mars 2011. Il vient de rouvrir récemment après une fermeture qui a duré environ deux ans. Pour célébrer la réouverture du musée, un film intitulé *Sea Jetter Kaito – Special Edition* a été produit, encore avec un VNM Yamaha. On y voit des cascades sur VNM et de nombreuses scènes d'action sur l'eau.

Des promotions au niveau local sont un investissement d'avenir pour le distributeur turc

Depuis 2005, le distributeur de Yamaha Marine, Burla Machinery Trade and Investment Company, conduit une campagne servant à affirmer l'image de la marque Yamaha, inciter les jeunes à participer à des activités éducatives, et créer de la demande future en offrant aux enfants ainsi qu'à leurs parents des occasions de participer à des activités liées à la mer. Ces événements de deux jours, intitulés « De 7 à 70 ans – Allons à la mer », doivent être tenus cette année dans six ou huit endroits répartis dans le pays.

Le premier jour, les enfants se rassemblent à l'école et suivent un cours sur l'importance de porter un gilet de sauvetage et d'autres règles de la navigation. Ils apprennent ensuite à utiliser des cordages marins et la manière de démarrer un moteur. Le second jour, les enfants et leurs parents ont l'occasion d'aller sur l'eau dans des canots pneumatiques et s'entraînent à barrer avec un moteur hors-bord à barre franche. Burla donne ainsi aux familles une expérience amusante de la mer, de ses règles et de la sécurité.

Burla continuera d'offrir des biens matériels (les produits) et logiciels (les services) allant au-delà des motivations commerciales à court terme afin de fidéliser les clients du futur.

Les enfants reçoivent fièrement leur certificat à l'issue de ces deux jours.



Eduardoño et Yamaha participent à des projets de pêche artisanale

Pour promouvoir des projets économiques durables dans des communautés côtières en Colombie et pour créer une culture de légalité, en 2007, l'UNODC (Office des Nations Unies contre la drogue et le crime) et le Département colombien pour la prospérité sociale ont développé le projet GuardaGolfo en collaboration avec des communautés du golfe d'Urabá. Le distributeur de Yamaha Motor, Eduardoño, et sa fondation ont offert des produits, des services techniques et des formations pour la pêche artisanale.

Malgré la pauvreté et les problèmes d'ordre public, ces communautés ont bien tiré parti de cette aide, et il y a à l'heure actuelle des activités bien organisées de vente de produits de pêche dans tout le pays. La participation d'Eduardoño a facilité l'achat de bateaux de pêche en fibre de verre et de moteurs hors-bord Yamaha.

Quand les pêcheurs commençaient à remplacer leurs moteurs hors-bord 2 temps par des 4 temps, le savoir-faire technique d'Eduardoño concernant la bonne utilisation et l'entretien des moteurs devint encore plus important.

Par ailleurs, la Fondation Eduardoño a offert des stages de formation de pêche artisanale, portant sur la bonne technique pour attraper, manipuler et commercialiser les poissons. Ces programmes font mieux connaître les questions de protection de l'écosystème, ainsi que les stratégies pour pêcher plus efficacement et offrir des produits de meilleure qualité à la vente.

À l'heure actuelle, des projets de ce type se sont répandus dans d'autres régions côtières de Colombie, et Eduardoño reste engagé à aider les pêcheurs en proposant des produits et des services de qualité.



Impressionné par la fiabilité des moteurs Yamaha lors d'un voyage en Antarctique

Nous avons reçu cette lettre d'appréciation de M. Junji Aihara, qui vit à Odawara au Japon. Pour nous, recevoir des messages de soutien enthousiastes de cette nature est notre plus grand plaisir. Nous continuerons de tout mettre en œuvre pour créer des moteurs hors-bord qui méritent la confiance de tous les utilisateurs où qu'ils soient, qui créent du *Kando**, et qui ont une portée mondiale.



**Kando* est un mot japonais exprimant les sentiments simultanés de profonde satisfaction et d'émotion intense accompagnant une rencontre avec quelque chose d'une valeur exceptionnelle.

Salutations à tous.

18 avril 2013

J'écris pour la première fois à Yamaha pour vous parler de mon expérience vécue lors du voyage de mes rêves en Antarctique avec ma femme pendant deux semaines en janvier de cette année.

Ce fut une expédition plutôt difficile, mais elle nous a permis de découvrir différentes facettes fantastiques et incroyables du monde merveilleux de la nature. Je vis au bord de la mer à Odawara, et j'ai envie depuis longtemps d'avoir mon propre bateau pour profiter de l'eau. Alors, à 45 ans, j'ai passé mon permis mer pour petites embarcations de classe 1, mais je n'ai jamais réussi à économiser suffisamment pour acheter le bateau de mes rêves. En compensation, j'ai choisi de faire un voyage en Antarctique sur un bateau à coque renforcée pour la glace au départ d'Ushuaia à l'extrême sud de l'Argentine. Le navire transportait 18 canots pneumatiques Zodiac, et j'ai été surpris de constater que les hors-bord et les moteurs auxiliaires de ces canots étaient tous des Yamaha. Quand j'ai demandé au capitaine pourquoi il utilisait des hors-bord Yamaha, il m'a expliqué qu'ils tombaient rarement en panne et qu'il en était très content.

Quand nous avons atteint l'Antarctique, nous sommes allés sept fois à terre par groupes de dix. Chacune de ces sorties durait environ trois heures, et nous pouvions voir des icebergs et des animaux marins comme des phoques, des pingouins et des baleines. Nous traversions parfois des zones de glaces en dérive et nous étions un peu secoués quand l'hélice cognait de la glace immergée, mais le hors-bord fonctionnait bien malgré l'eau glaciale, et toutes nos sorties se sont déroulées sans aucun problème. En tant que Japonais, j'étais fier de la qualité des hors-bord Yamaha.

J'espère que Yamaha Motor continuera de s'étendre et de prospérer grâce à de nombreux produits exceptionnels de ce type.

**Bien sincèrement,
Junji Aihara**

Tournoi de pêche au surubi en Argentine

Le 38^{ème} Festival National de Surubi s'est tenu dans la ville de Goya en Argentine, du 22 au 28 avril 2013. Le surubi, un gros poisson chat que l'on trouve dans la rivière Pranana, est très prisé des pêcheurs à la ligne. Plus de 2500 participants et 844 embarcations prirent part à la compétition, à laquelle assistaient 208 000 visiteurs, un nouveau record pour ce tournoi.

À l'occasion de cet événement, Yamaha Motor Argentina S.A. (YMARG) offrait une campagne d'inspection gratuite de moteurs hors-bord Yamaha.

Une épreuve de vitesse a lieu lors de ce festival pour les différentes puissances de bateaux, et le gagnant de cette année était équipé d'un hors-bord F250C, une première victoire depuis longtemps pour Yamaha. Ces dernières années, des bateaux de Bombardier Recreational Products (BRP) gagnaient régulièrement, mais ce retour en force de Yamaha laisse espérer un essor rapide de la réputation des modèles VMAX et aussi du potentiel de marché du F150C.



Après le début de l'épreuve de vitesse



Le bateau équipé d'un F250C qui a remporté l'épreuve de vitesse

Note de la rédaction



Quand on découvre les périples en VNM organisés dans la nature russe et qu'on reçoit une lettre d'appréciation de quelqu'un qui a vu nos hors-bord en action en Antarctique, on apprécie les nombreuses manières dont les produits Yamaha remplissent la mission de notre entreprise qui est d'offrir du *Kando** à des personnes du monde entier. Ma fierté d'appartenir à la famille Yamaha en est renouvelée. Mais plutôt que de nous complaire dans cette fierté, j'espère que nous continuerons tous de travailler ensemble pour offrir du *Kando* à encore plus de personnes avec les produits Yamaha.

SITE WEB DES HORS-BORDS YAMAHA ▶ <http://global.yamaha-motor.com/business/outboards/index.html>

SITE DES FANS DU WAVERUNNER ▶ <http://global.yamaha-motor.com/business/waverunner/>

Yamaha Outboards Channel paraît sur Youtube.

Vous pouvez y voir des scènes maritimes et des moteurs Yamaha au travail dans le monde entier.

Yamaha Outboards Channel ▶ <http://www.youtube.com/user/Yamahaoutboardmotors>