

CHANTEY
Spécial

Un jeune employé de Yamaha part examiner de près les méthodes des concessionnaires Marine sur le plus gros marché du monde

Depuis sept ans déjà, Yamaha Motor au Japon (YMC) envoie de jeunes ingénieurs en voyage d'étude à l'étranger dans le cadre de notre programme Close to Market Activity (CTMA). Leur mission consiste à communiquer avec les concessionnaires et les utilisateurs locaux pour mieux comprendre leurs besoins et leurs problèmes. Cette mentalité « proche du marché » est un des principaux atouts de nos activités moteurs hors-bord. Depuis que Yamaha a mis au point son premier modèle il y a près de 60 ans, nos ingénieurs ont parcouru différents marchés dans le monde pour connaître de première main les souhaits des consommateurs, et ont conçu des produits appréciés et fiables. En d'autres termes, le point de vue des utilisateurs passe avant tout. La mission importante de notre programme CTMA consiste à transmettre cette tradition et cette approche au plus près des marchés à notre prochaine génération d'ingénieurs.

Le rédacteur en chef de *Chantey* a récemment eu la chance d'accompagner un voyage d'étude CTMA et d'observer les marchés du point de vue du marketing. La rubrique *Chantey Spécial* de ce numéro présente les résultats des entretiens avec les concessionnaires sur le marché américain très développé, en particulier dans les états du sud que sont la Louisiane, la Floride et la Caroline du Nord et du Sud, où la plaisance est pratiquée toute l'année. Certains ingénieurs de cette mission ont trouvé l'expérience édifiante et précieuse. Quelques-uns de leurs commentaires : « Ce qui m'a surpris, c'est à quel point la plaisance est courante là-bas. Peu de gens peuvent posséder un bateau au Japon, mais aux États-Unis, ce n'est pas plus spécial que d'avoir une voiture. » « J'ai découvert que la culture de la navigation est très répandue aux É.-U. et que les besoins en matière de plaisance varient grandement. » Nous vous présentons ici les trois principales observations de notre rédacteur en chef sur les stratégies et techniques de marketing des concessionnaires américains.

SOMMAIRE

- P1 Chantey Spécial** : Un jeune employé de Yamaha part examiner de près les méthodes des concessionnaires Marine sur le plus gros marché du monde
- P3 Petits conseils de mécanique** : Nourriture pour les hommes et pour les moteurs hors-bord
- P5 Revue d'actualité** : Congrès annuel des distributeurs au Mexique, et plus
- P6 Accros ! Des histoires de pêche** : Un duo français père et fils passionnés de pêche
- P7 Une équipe de Revs** : L'équipe de Yamaha a de hautes ambitions en voile Classe 470
- P8 La famille Yamaha** : Des décennies d'expérience combinées dans une nouvelle activité

La pêche sportive en bateau offre des possibilités de croissance

Des bateaux sont utilisés pour divers sports nautiques et la plaisance aux États-Unis, mais la pêche récréative est plus populaire dans ce pays que dans n'importe quel autre pays du monde. Que ce soit en eau douce ou le long du littoral, beaucoup de gens passent leur temps libre sur leur bateau en espérant ferrer une belle prise. Les embarcations à console centrale – conçues spécialement pour la pêche sportive – sont populaires ici, tandis que les « bay boats » (coque à fond plat) sont prisés pour pêcher dans des eaux peu profondes, en particulier en Floride. Dans les deux cas, vu la popularité de la pêche sportive aux É.-U., ces types de bateaux occupent une part importante des activités hors-bord de Yamaha.



Les bateaux à console centrale sont populaires pour la pêche à la ligne aux É.-U. (Butler Marine, Inc. en Caroline du Sud)



Les bay boats sont conçus spécialement pour la pêche en eau peu profonde.

Point 1

Association avec des pêcheurs professionnels pour l'attention médiatique

Aux États-Unis, des émissions sur la pêche sont retransmises régulièrement sur les chaînes de télévision locales et nationales. Plus récemment, les passionnés peuvent voir des vidéos de pêche du monde entier sur Internet. Plusieurs concessionnaires que j'ai interviewés au cours de ce voyage font la publicité de leur concession et vantent leurs produits Yamaha par le biais de parrainages. Ils diffusent des annonces pendant ces émissions et/ou fournissent des bateaux et des équipements de pêche et d'accastillage aux personnalités qui passent dans ces émissions, s'assurant ainsi une visibilité importante. Ces programmes présentent souvent des pêcheurs professionnels qui peuvent influencer fortement les téléspectateurs, en particulier quand ils voient des pros utiliser certains produits et en vanter l'excellence.

La pêche sportive (ou pêche à la ligne) est une forme de loisir populaire dans le monde entier depuis des générations. Elle est pratiquée individuellement, en famille ou même en équipe. De nombreux pays organisent des tournois de pêche, allant du niveau local à



Marshall's Marine en Caroline du Sud est un bon exemple de concessionnaire qui est complètement impliqué dans les tournois de pêche.

international. Naturellement, ces événements sont très prisés aux É.-U. À ces occasions, les concessionnaires érigent des tentes pour l'exposition de leurs produits et aménagent des zones de discussion avec les participants. Cela leur permet de rencontrer de nouveaux clients et d'établir de nouvelles relations. Les concessionnaires peuvent aussi se faire une idée des dernières tendances en observant les bateaux des participants, et mieux adapter leur stratégie marketing.

Point 2

Des séminaires de pêche pour augmenter la base d'utilisateurs

Certains concessionnaires aux É.-U. comprennent l'importance d'éduquer les clients et d'organiser des séminaires de pêche, allant de la maintenance des bateaux et des moteurs aux méthodes de pêche selon les espèces, et qui s'adressent à tous les propriétaires de bateaux, quelle que soit leur expérience. Ces séminaires ne servent pas seulement à former les clients ; ils donnent aussi l'occasion aux concessionnaires de présenter en détail leur gamme de produits et la qualité de leur service, et surtout de tisser des liens avec les participants. C'est une situation où tout le monde est gagnant.



Un événement qui favorise la communication avec les utilisateurs chez Marshall's Marine

Point 3

Utilisation du Web et des réseaux sociaux

La plupart des concessionnaires tirent parti de l'influence considérable d'Internet et des réseaux sociaux sur les ventes et leur communication avec les clients. Certains investissent dans le tournage et le téléchargement de vidéos sur Internet ou dans des publicités sur Google, et mettent leur site à jour régulièrement. Toutes ces méthodes visent à attirer des clients et à les diriger vers le site web d'un concessionnaire, qui n'est plus seulement une source d'informations mais aussi un showroom permettant des décisions d'achat. Les réseaux sociaux comme Instagram et Facebook sont particulièrement efficaces pour amener des clients vers un site web. Les concessionnaires américains ont bien compris le potentiel du marketing sur les réseaux.



Les concessionnaires exploitent activement les réseaux sociaux comme Facebook et Instagram pour communiquer avec leurs utilisateurs.

La pêche sportive – une grande opportunité commerciale

La pêche est considérée différemment suivant le lieu où l'on se trouve. Pour certains, ce n'est guère qu'une occupation de tous les jours. Mais les É.-U., où la pêche à la ligne est un élément moteur du commerce des hors-bords, sont le plus gros marché de produits nautiques au monde. Ernest Hemingway, grand écrivain américain et prix Nobel de littérature, est récipiendaire du prix Pulitzer pour son célèbre roman *Le vieil homme et la mer*. En fait, il pratiquait lui-même la pêche sportive et a écrit sur l'attrait de la pêche à la ligne, alors que d'autres vantaient les mérites de la chasse au gros gibier prisée par l'aristocratie et l'élite fortunée. Hemingway avait son propre bateau pour la pêche au gros et s'y adonnait comme un sport de gens distingués, en encourageant l'établissement de règles sportives.

Hemingway nous a quittés en 1964, mais s'il vivait aujourd'hui, il serait probablement propriétaire d'un bateau de pêche sportive haute performance équipé de gros hors-bords. La pêche à la ligne est un loisir et un sport que les



L'affrètement de bateaux de pêche est aussi une activité importante aux É.-U. Venice Marina de Venice en Louisiane exploite une telle entreprise, ainsi qu'un restaurant et des installations d'hébergement pour les pêcheurs.



Le site d'exposition de bateaux à Butler Marine joue un rôle important dans la satisfaction des clients et inspire également confiance envers le concessionnaire.

gens veulent pratiquer avec style, en utilisant de beaux bateaux, du matériel de pêche dernier cri et des tenues spécialisées. Les moteurs hors-bord constituent ainsi un potentiel commercial important pour les concessionnaires de produits nautiques.



Nourriture pour les hommes et pour les moteurs hors-bord

Salut tout le monde. Quel temps fait-il chez vous ? Savez-vous que si vous ne mangez rien au lever, vous manquez d'énergie pour le reste de la journée ? On dit qu'il faut commencer la journée par un petit déjeuner équilibré, car ceux qui mangent bien le matin fournissent plus de travail que ceux qui sautent ce repas.

Si vous travaillez bien, c'est certainement parce que vous avez bien mangé le matin, mais il y a des gens qui prennent un petit déjeuner léger et d'autres qui préfèrent un repas copieux.

Mais alors, ceux qui mangent peu peuvent-ils fournir la même quantité de travail que ceux qui dévorent à belles dents ? Au Japon, on dit qu'il ne faut remplir l'estomac qu'à 80 %, mais une chose est sûre, c'est qu'il ne faut pas manger trop ou trop peu. Ainsi, si vous participez à un marathon, pourriez-vous bien courir avec un estomac bien plein ? Par contre, avec un estomac presque vide, vous auriez sans doute du mal à atteindre la ligne d'arrivée.

Peut-on dire la même chose au sujet des moteurs hors-bord ? Si un hors-bord dispose du carburant dont il a besoin en quantité suffisante, il peut travailler longtemps et hardiment. Mais s'il a trop de carburant, il se met à tousser et à hoqueter et produit un échappement foncé. Et s'il n'en a pas assez, il semble émettre des râles et ne fonctionne pas très fort.

Comment définit-on la bonne quantité de carburant à fournir à un moteur ? Si un hors-bord ne « mange » que du carburant, il aura des « maux d'estomac ». Il faut qu'il ait une certaine quantité d'air dans le carburant pour produire le bon « mélange air-carburant ». Si le mélange est incorrect, le moteur ne pourra pas le digérer.

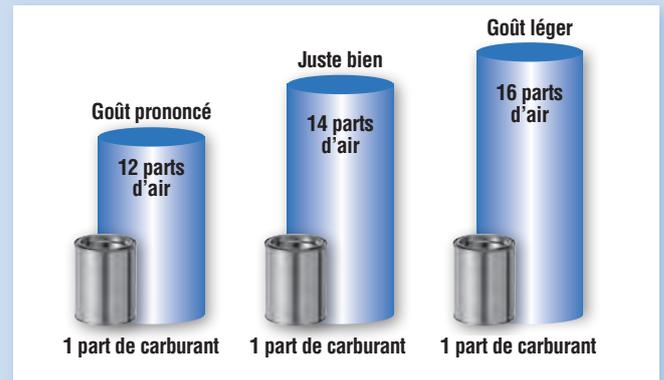
Alors, quel mélange air-carburant faut-il fournir à un hors-bord ? Essayons de considérer la richesse du carburant en termes d'« assaisonnement » approprié à un hors-bord, en utilisant les rapports air-carburant suivants.

12/1 : 12 parts d'air et 1 part de carburant (mélange au « goût prononcé »)

14/1 : 14 parts d'air et 1 part de carburant (mélange « juste bien »)

16/1 : 16 parts d'air et 1 part de carburant (mélange au « goût léger »)

S'il y a trop d'air (nombre supérieur/1), le mélange est pauvre – il a un « goût léger ». À l'inverse, s'il n'y a pas assez d'air (nombre inférieur/1), le mélange est riche – il a un « goût prononcé ».



Quel type d'assaisonnement aimez-vous ? Et si vous préférez habituellement un goût modéré, comme le mélange air-carburant 14/1, est-ce valable tout le temps ? Vos préférences risquent de varier en fonction de votre faim et de votre état de fatigue comme suit :

Quand vous êtes au repos ou dormez : vous ne travaillez pas et n'avez pas faim (18/1).

Quand vous marchez normalement ou descendez une pente : vous ne développez pas d'appétit et n'avez pas besoin d'aliments avec un goût prononcé (16/1).

Quand vous courez : vous développez un appétit normal et avez besoin d'aliments avec l'assaisonnement habituel (14/1).

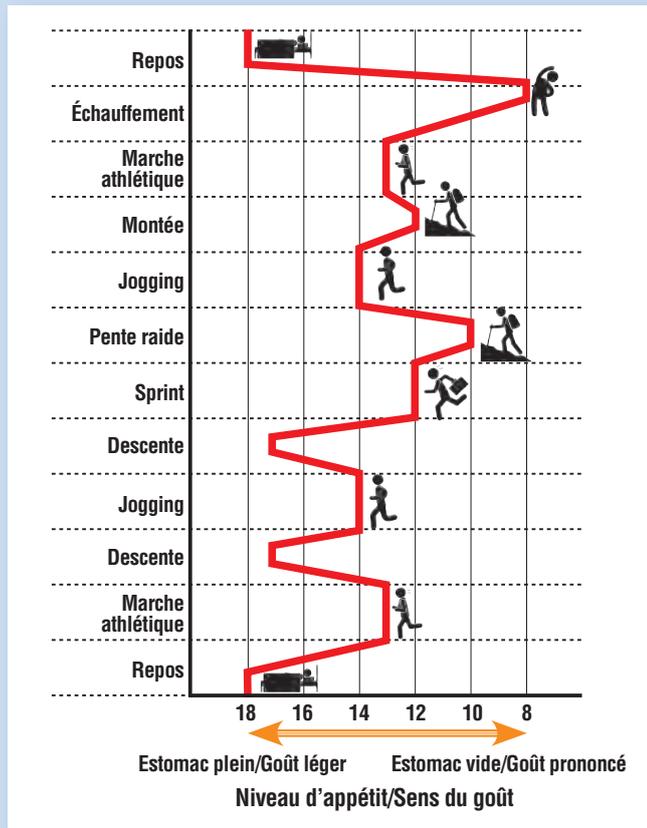
Quand vous faites du sport intense ou montez une pente : vous commencez à avoir très faim et voulez quelque chose avec un goût plus prononcé (12/1).

Quand vous escaladez une pente raide : vous développez un gros appétit et voulez des aliments au goût très prononcé (10/1).

Avant un exercice intense : vous savez que vous aurez besoin d'énergie et pouvez prendre des aliments riches (8/1).



Si l'on devait mettre tout cela sous forme d'un graphe, on obtiendrait quelque chose comme ci-dessous :



Le mélange d'air et de carburant qui constitue la « nourriture » d'un moteur hors-bord est décrit en termes de rapport air-carburant, ou « dosage carburant ». Si l'on appliquait l'exemple de la nourriture humaine à des moteurs hors-bord, on obtiendrait quelque chose comme ceci :

Le moteur est à l'arrêt : en principe, aucun carburant n'est nécessaire (18/1).

Le moteur tourne normalement ou décélère : bonne économie de carburant ; un mélange riche n'est pas nécessaire (16/1).

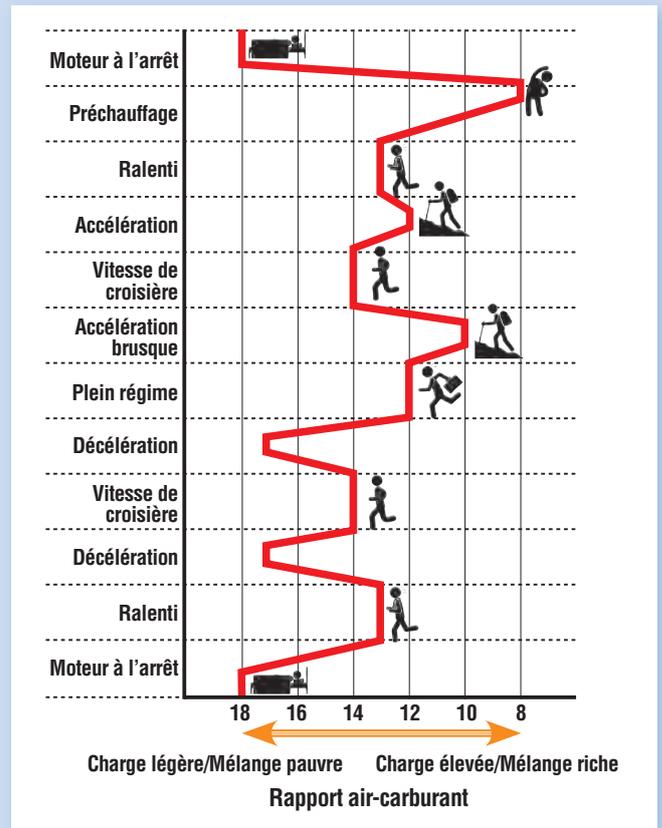
Il tourne en vitesse de croisière : économie de carburant normale ; un mélange normal convient (14/1).

Le moteur tourne à plein régime ou accélère : mauvaise économie de carburant ; un mélange plus riche est nécessaire (12/1).

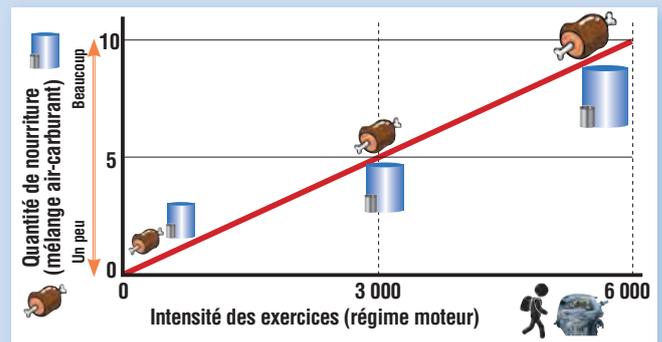
Accélération brusque : très mauvaise économie de carburant ; un mélange riche est nécessaire (10/1).

Démarrage du moteur : un mélange très riche est nécessaire (8/1).

Si l'on devait mettre ces conditions sous forme de graphe, on obtiendrait sans doute ce qui suit :



Tout comme la quantité de nourriture que nous absorbons, le mélange air-carburant varie suivant les besoins du moment. Ainsi, si nous faisons deux fois plus d'exercices ou si le régime du moteur double, la quantité de nourriture dont nous avons besoin et la quantité de mélange nécessaire doublent également.



Notre sensation de faim régule la quantité de nourriture que nous absorbons, tandis que dans le cas d'un moteur hors-bord, c'est le carburateur ou le système d'injection de carburant qui fait cet ajustement.



Dans notre prochain numéro, nous évoquerons les parallèles entre la « digestion » humaine de nourriture et la « combustion » d'un moteur hors-bord. J'espère que vous aurez hâte de le lire.



Mexique

Congrès annuel des distributeurs au Mexique

Le 19 janvier 2018, le distributeur Yamaha Industria Mexicana de Equipos Marinos, S.A. de C.V. (IMEMSA) a tenu son congrès annuel des distributeurs Yamaha Marine à Mexico, qui a rassemblé tous les concessionnaires Yamaha Marine du pays, comme en chaque début d'année. Cette fois-ci, les résultats de l'exercice 2017 ont été analysés et les principaux objectifs et stratégies pour 2018 ont été présentés aux participants. Cette rencontre fructueuse a aidé à raffermir les liens entre les concessionnaires et IMEMSA, et tous sont repartis plus déterminés que jamais à dépasser les objectifs de vente de cette année.

Par Jin Matsuno, 1st Marketing Div., Marine Business Operations, YMC



ÉTATS-UNIS

Salon nautique international de Miami 2018

Le 77^{ème} Miami International Boat Show s'est tenu du 15 au 19 février 2018, encore une fois au Miami Marine Stadium Park & Basin sur l'île de Virginia Key en Floride, avec des zones d'exposition couvertes et flottantes. Un grand nombre de produits Yamaha Marine, allant des bateaux inférieurs



à 36 pieds aux moteurs et accessoires marins, étaient présentés dans plusieurs tentes gigantesques constituant la zone d'exposition couverte sur le bord de mer. Par ailleurs, un grand nombre de bateaux et voiliers – la plupart équipés de plusieurs hors-bords – étaient amarrés sur les quais dans la zone d'exposition flottante, plus étendue que l'an dernier. Le beau temps était au rendez-vous pendant toute la durée du salon. Quelque 97 000 visiteurs du monde entier ont fait le déplacement cette année, une affluence similaire à celle de l'an dernier. Yamaha exposait ses moteurs hors-bord, ses WaveRunners et ses bateaux ainsi que des hélices et des équipements d'accastillage, s'imposant comme un fabricant et fournisseur complet de produits nautiques avec une gamme de produits très étendue. De nouveaux modèles étaient exposés dans la zone des moteurs hors-bord, dont les F300 et F350 dotés de capots blancs, et le F90 SHO. La présence de Yamaha Motor au salon, renforcée encore par la grande bannière Yamaha suspendue sous la tente, était certainement difficile à ignorer.

Par Yukiya Akahori, 1st Marketing Div., Marine Business Operations, YMC



Les Bahamas

Communiquer les atouts de Yamaha aux Bahamas

La nation insulaire des Bahamas est située à environ 300 km de Miami en Floride, au large de la côte est des États-Unis. Harbourside Marine, un distributeur Yamaha local pour les îles installé dans la capitale Nassau, propose une gamme étendue d'équipements pour la pêche et la plaisance. C'était un des premiers distributeurs de Yamaha aux Caraïbes à proposer des moteurs 4 temps. Le marché des Bahamas compte aussi bien des modèles 2 temps que 4 temps, et Harbourside Marine continue d'occuper une grande part de ce marché en assurant un service après-vente complet à tous ses clients.

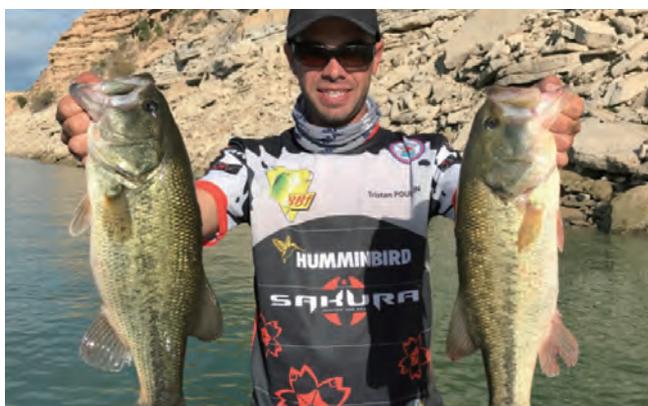
Une des méthodes adoptées par cette entreprise face aux différentes promotions de ses concurrents passe par la communication continue, insistant sur la durabilité et la fiabilité des hors-bords Yamaha. À l'heure actuelle, on peut voir au showroom de Harbourside Marine un hors-bord Yamaha F100B 4 temps qui a assuré à son propriétaire plus de 7 000 heures d'utilisation intensive – allant de la pêche commerciale à l'activité de charter privé – pendant plus de dix ans.

Par Reiko Kirihara, Overseas Market Development Operation Business Unit (OMDO)





Un duo français père et fils passionnés de pêche



Pour le premier article de cette série, nous braquons nos projecteurs sur un duo de pêcheurs père et fils, Laurent et Tristan Poulain.

Laurent Poulain (52 ans) vit dans le sud de la France et travaille comme garde forestier, mais c'est aussi un pêcheur de compétition redoutable. Depuis son premier tournoi il y a 22 ans, il a accumulé les succès, dont le titre de champion de France en 2008, et décroché deux médailles de bronze au Championnat du Monde de Pêche au Black Bass, pour le Team France.

Son fils, Tristan (23 ans), travaille comme vendeur dans une société de systèmes de navigation maritime et a participé à son premier tournoi à l'âge de sept ans. Comme son père, il a un don pour la pêche et a rejoint l'équipe officielle à 12 ans. Il est aussi devenu champion de France avec son père en 2008 et a remporté la médaille de bronze au Championnat du Monde de Pêche au Black Bass en 2013.

Cette équipe père-fils est sponsorisée par Yamaha Motor France dans le cadre de son programme de soutien à la pêche professionnelle. Pour la saison 2018, les Poulain ont choisi pour motoriser leur bateau le hors-bord léger F200FETL pour trois raisons principales : 1) le moteur est silencieux à bas régime et se fait discret quand ils cherchent un bon coin, 2) sa puissance leur permet d'atteindre des zones de pêche distantes, et 3) sa fiabilité assure qu'il ne les lâchera pas en cours de tournoi, qui dure généralement 2 à 3 jours dont 8 à 10 heures par jour sur l'eau, parfois dans des conditions difficiles.

Les Poulain participeront à des compétitions principalement en France et en Espagne, alors si vous en avez la possibilité, n'hésitez pas à venir les soutenir !

Une équipe de Revs



Membres de l'équipe



Sho Kaminoki (skipper) / Taisei Hikida (équipier)



Daichi Takayama (skipper) / Kimihiko Imamura (équipier)



Mano Udagawa (skipper) / Ayano Kudo (équipière)

Participations prévues en 2018

Date	Événement	Lieu
30 mars – 7 avr.	Trophée Princesse Sofia	Palma, Espagne
22–29 avr.	Coupe du monde de voile 2018, Hyères	Hyères, France
3–10 juin	Finale de la coupe du monde de voile 2018	Marseille, France
16–24 juin	Semaine de Kiel 2018	Kiel, Allemagne
30 juill. – 12 août	Hempel Sailing World Championships Aarhus 2018	Aarhus, Danemark
20–26 août	Championnat du Japon 2018 de 470	Enoshima, Japon
9–16 sept.	Coupe du monde 2019 – 1 ^{ère} manche, Enoshima	Enoshima, Japon
21–24 sept.	ASAF Sailing Cup JSAF Enoshima Olympic Week 2018	Enoshima, Japon

Regardez le [Vol. 11 de Moving You](#), notre série de courts documentaires qui présentent l'équipe.



Championnat du monde 2017 de 470

Le distributeur Yamaha local Motodynamics S.A. a soutenu le championnat du monde, tenu à Thessalonique en Grèce, en tant que commanditaire en titre du tournoi.



Coupe du monde 2018 – 2^{ème} manche, Miami

Takayama et Imamura ont participé chez les hommes, et Udagawa et Seki chez les femmes. Takayama et Imamura ont terminé à la 12^{ème} place (2^{ème} place parmi les participants japonais), mais ont senti que leur entraînement avait réellement porté ses fruits. Ils ont réussi à se maintenir parmi les premiers même dans des vents légers, ce qui était difficile pour eux auparavant.

L'équipe de Yamaha a de hautes ambitions en voile Classe 470

L'équipe de voile de Yamaha « Revs » a été lancée en 2016 dans l'esprit du slogan « Revs your Heart ». Composée de six athlètes – deux duos d'hommes et un duo de femmes –, elle a obtenu d'excellents résultats dans de nombreuses compétitions internationales de voile. Les membres de Revs ont été choisis pour l'équipe nationale du Japon 2018 et pour des programmes de soutien, preuve s'il en est que notre objectif de faire partie des meilleurs marins du monde est à portée de main. Par ailleurs, Yamaha a signé un contrat avec l'équipe australienne de voile AUS 11 composée de Mathew Belcher et Will Ryan (médaillés d'argent en Classe 470 hommes aux JO de Rio) et leur coach Victor Kovalenko. Yamaha soutiendra AUS 11 en compétition, et en échange ils offriront des conseils et des instructions en techniques de voile, et des occasions de pratiquer la voile à l'international.

Rétrospective des principales compétitions en 2017



ASAF Sailing Cup 2017 : JSAF Enoshima Olympic Week 2017

La fine fleur des navigateurs du monde entier a participé à cette régate organisée sur le site prévu pour les JO de 2020. Takayama et Imamura ont remporté la médaille d'argent.



Kaminoki et Hikida ont subi de nombreuses blessures, mais ils sont désormais complètement rétablis et ont retrouvé la forme.

La famille
Yamaha

Des décennies d'expérience combinées dans une nouvelle activité

L'Indonésie compte plus de 17 000 îles, ce qui signifie que la culture maritime est profondément ancrée dans les mentalités. Naturellement, les transports sur l'eau font depuis longtemps partie intégrante de la vie quotidienne pratiquement partout dans le pays. Il y a des bateaux pour le tourisme, la pêche et le transport, équipés de moteurs hors-bord et in-bord.

CV. Berkah Nusantara est un concessionnaire Yamaha Marine primé. Il est situé dans le port de Tanjung Perak à Surabaya, Java oriental, à moins de 10 minutes des postes des garde-côtes et de la marine nationale. Il s'agit d'une nouvelle succursale établie en février 2017 par le distributeur de Yamaha Marine, PT. Karya Bahari Abadi (KBA). Bien qu'il s'agisse d'une nouvelle opération, nous avons 30 ans d'expérience et de savoir-faire derrière nous et un réseau de connexions couvrant tout Java, avec des constructeurs de bateaux, des techniciens de service, des vendeurs de pièces détachées et bien d'autres. Depuis ce nouveau bureau, nous associons à ces avantages une grande énergie et une approche moderne pour promouvoir la croissance de Yamaha en Indonésie.

Comme Yamaha est la marque numéro un de moteurs hors-bord dans ce pays, nous mettons un point d'honneur à offrir un excellent service et envoyons régulièrement nos techniciens en stage chez KBA. Nous nous préparons à un changement radical du marché au cours des dix prochaines années, quand une nouvelle génération de concessionnaires et d'utilisateurs viendront sur le devant de la scène, en investissant dans la technologie et un personnel qualifié.

Nous sommes honorés de travailler avec Yamaha et prêts à accomplir davantage à l'avenir !
Yamaha senyum bahari senyum Indonesia!

Par Eddy Susanto, CV. Berkah Nusantara

Indonésie



CV. Berkah Nusantara



Note de la rédaction



Bonjour tout le monde ! Merci d'avoir pris le temps de lire *Chantey* N° 167, notre premier numéro de 2018 (l'année du chien). Avez-vous remarqué quelque chose de différent ? Et oui ! Nous avons changé la mise en page et le design. J'espère que c'est devenu plus facile et agréable à lire. Je vous souhaite encore une année fantastique et j'ai hâte de recevoir vos dernières nouvelles !

SITE WEB DES HORS-BORDS YAMAHA

<https://global.yamaha-motor.com/business/outboards/index.html>

SITE WEB DES WAVERUNNERS

<https://global.yamaha-motor.com/business/waverunner/>

Yamaha Outboards Channel sur YouTube

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

Yamaha Outboards Channel

<https://www.youtube.com/user/Yamahaoutboardmotors>