



SUMITOMO

NEWS vol.12

**Improve the quality of service and customer satisfaction!
What is "SPP", the support and training enhancing plan?**

**Améliorez la qualité du service et la satisfaction du client!
Qu'est-ce que le «SPP», le plan de soutien et d'amélioration de la formation?**



COLOR NEGATIVE

SHFST - No. 93486793408612578



Improve the quality of service and customer satisfaction! What is “SPP”, the support and training enhancing plan?

To improve the quality level of service and contents that customers want, Sumitomo Partnership Program (SPP) has started in 2015. We interviewed Mr. Kawamura, Corporate Officer, Customer Support Div. and the promoter of the SPP.

SUMITOMO (S.H.I.)
CONSTRUCTION MACHINERY CO., LTD.
Associate Executive Officer
Corporate Officer, Customer Support Div

SUMITOMO (S.H.I.)
CONSTRUCTION MACHINERY CO., LTD.
Officier exécutif associé
Responsable corporatif, division service clientèle.

Mitsunori Kawamura

“Responsibility for Product,” “Responsibility in Business,” and “Responsibility to Customer.” These are the main philosophy of the Customer Support (CS) head office of Sumitomo Construction Machinery set forth as the “three responsibilities”. Among these three, the one CS head office thinks the most important is and also the one they are putting most effort into is the “customer service responsibility.” CS head office has started to support and educate the overseas distributors and the main body of that program is the SPP (Sumitomo Partnership Program) which started in 2015.

This is a policy that both Sumitomo Construction Machinery and our distributors took to improve the customer satisfaction and by improving customer support, to make a virtuous cycle with the customers. Head of the SPP project, Mr. Kawamura says,

“Recently during meetings at our distributors, we are continuously discussing about how customers’ demands for the quality of customer support are getting higher. So, to improve our customers’ satisfaction, I thought more effective support was needed. That is a main concept of the SPP.”

Mr. Kawamura has a long experience in overseas. He has stationed totally fourteen years abroad mainly in the United States and in Europe. While he stationed overseas, he strongly recognized in the importance of the local distributors’ customer



«Responsabilité du produit», «Responsabilité en entreprise» et «Responsabilité envers le client». Il s’agit de la philosophie principale du support client « Customer Support »(CS) ; définis par le siège social de Sumitomo Construction Machinery comme «trois responsabilités». Parmi ces trois, celui que le CS du siège social considère le plus important, et celui auquel ils mettent le plus d’effort est la «responsabilité du service clientèle». Le CS du siège social a commencé à soutenir et éduquer les distributeurs d’outre-mer et le principal organe de ce programme est le SPP (Sumitomo programme de partenariat) qui a débuté en 2015.

Il s’agit d’une politique que Sumitomo Construction Machinery et nos distributeurs se sont engagés pour améliorer la satisfaction de la clientèle et en améliorant le soutien à la clientèle, pour faire un cycle vertueux avec les clients. Chef du projet SPP, dit M. Kawamura,

“Récemment lors des réunions de nos distributeurs, nous discutons continuellement de la façon dont les demandes des clients pour la qualité du service à la clientèle augmentent. Pour améliorer la satisfaction de nos clients, j’ai pensé qu’un support plus efficace était nécessaire. C’est un concept principal le SPP. “

M. Kawamura a une longue expérience à l’étranger. Il a passé

Améliorez la qualité du service et la satisfaction du client!

Qu'est-ce que le «SPP», le plan de soutien et d'amélioration de la formation?

Pour améliorer le niveau de qualité du service et des contenus souhaités par les clients, le programme de partenariat Sumitomo (SPP) a débuté en 2015. Nous avons interviewé M. Kawamura, responsable d'entreprise, conseiller service clientèle. Et le promoteur du SPP.



quatorze ans à l'étranger principalement aux États-Unis et en Europe. Alors, il reconnaissait fortement l'importance des activités de soutien à la clientèle par des distributeurs locaux. Cette expérience l'a poussée à lancer le siège social de CS dans le siège de Sumitomo Construction Machinery, et il est devenu le premier responsable corporatif de CS et a lancé le programme SPP.

En utilisant le programme SPP, ils mesurent l'accomplissement des fonctions, dont les distributeurs ont besoin pour être partenaires de Sumitomo Construction Machinery, ce qui permet de les évaluer objectivement. Les points de contrôle tels que la maintenance et les soins avant la livraison de nos produits, sont en grande partie divisés en onze groupes, et le siège social de CS détermine la performance des concessionnaires.

“Dans le passé, nous ne pouvions que évaluer les distributeurs de vente de manière qualitative, mais maintenant, nous pouvons voir les réalisations par des chiffres, et les problèmes et les défis communs sont facilement reconnaissables. En outre, nous pouvons voir la force et la faiblesse de chaque distributeur, et nous sommes en mesure d'améliorer et de renforcer les activités après-vente. En conséquence, il y aura moins de problèmes pour les clients, ce

**Improve the quality of service and customer satisfaction!
What is "SPP", the support and training enhancing plan?**



support activities. This experience drove him to launch the CS head office in Sumitomo Construction Machinery headquarters, and he became the first Corporate Officer of CS, and started the SPP program.

Utilizing SPP program, they measure the accomplishment of the functions the distributors need to be a Sumitomo Construction Machinery partner, and evaluate them objectively. The check points such as maintenance and care before the delivery of our products, are largely divided into eleven groups, and then CS head office determines dealers' performance.

"In the past, we could only determine the selling distributors qualitatively, but now we can see the achievements by figures, and common problems and challenges are easily recognizable. Also, we can see strength and weakness of each distributor, so by sharing them, we are able to improve and strengthen the after-sales activities. As a result, there will be less troubles for the customers, which makes the machine availability better and its running cost lower."

In the SPP program, our distributors submit several kinds of reports each month to the CS head office. Based on that performance, staff from head office visits the local distributors twice a year to discuss and review to improve their service activities. Also, they categorize the year's achievement and give grades to each category. If the grade is more than criteria set in the program, the distributor gets "AAA". At the beginning of 2015 when they introduced the SPP, only six distributors started the program, but now five new distributors joined making total of eleven distributors participating in the program.

Furthermore, CS head office is inviting our distributors from overseas every year, to share success stories and problems of each other and to decide what kind of support is needed from the head office.

"I believe that the SPP, one of the tools or program as support activities, is making our distributors activities better. More distributors got AAA in the second year, some are investing willingly to the after-sales services, and some are focusing on educating the new service staff who actively visits customers to

qui améliorera la disponibilité de la machine et son coût de fonctionnement devient plus bas ".

Dans le programme SPP, nos distributeurs soumettent chaque mois plusieurs types de rapports au siège social du CS. Sur la base de cette performance, le personnel du siège social visite les distributeurs locaux deux fois par an pour discuter et examiner afin d'améliorer leurs activités de service. En outre, ils classent la réussite de l'année et donnent des notes à chaque catégorie. Si la note est plus que les critères définis dans le programme, le distributeur obtient "AAA". Au début de 2015, lorsqu'ils ont présenté le SPP, seuls six distributeurs ont lancé le programme, mais maintenant, cinq nouveaux distributeurs ayant rejoint les autres, il y a onze distributeurs dans le programme.

En outre, le siège social de CS invite nos distributeurs de l'étranger chaque année à partager leurs réussites et leurs problèmes et à décider quel type de soutien est nécessaire de la part du siège social.

«Je crois que le SPP, l'un des outils ou programme en tant qu'activités de soutien, rend les activités de nos distributeurs meilleures. Plus de distributeurs ont reçu AAA au cours de la deuxième année, certains investissent volontiers aux services



**Améliorez la qualité du service et la satisfaction du client!
Qu'est-ce que le «SPP», le plan de soutien et d'amélioration de la formation?**

suggest services” says Mr. Kawamura showing confidence.

In the SPP program, there is a category of observing distributors’ service force improvement by assigning a trainer for each distributor who organizes to train for their service team.

Every year in the autumn, CS Head Office organizes the “Global Service Skill Contest.” Two best service mechanics are chosen from each distributor taking service training program above, and they participate this skill contest to compete with each other.

There are going to be ten distributors from all over the world this year.

“In the CS head office, there are specialized staff in the Planning and Training Team organizing this contest. New staff joined the team in July and now three staff are working together. The team is hoping to invite all the distributors to participate the contest in the future. We are confident that our products are overwhelmingly superior to the others. CS head office is willing to make an effort to support aggressively and train our distributors so the customers will be able to utilize their machines with more comfort.”

“Customer Support Responsibility” that Mr. Kawamura is promoting is making the Sumitomo Construction Machinery go even higher.

après-vente et certains se concentrent sur l’éducation de nouveau personnel de service qui visite activement les clients pour proposer des services “, déclare M. Kawamura, avec confiance.

Dans le programme SPP, il existe une catégorie d’observation de l’amélioration de la force de service des distributeurs en assignant un formateur à chaque distributeur qui s’organise pour entraîner son équipe de service.

Chaque année à l’automne, le siège sociale du CS organise le “Global Service Skill Contest”. Les deux meilleurs mécaniciens de services sont choisis parmi chaque distributeur qui prend le programme de formation de service ci-dessus, et ils participent à ce concours de compétences pour concurrencer les uns avec les autres.

Il y aura dix distributeurs du monde entier cette année.

“Dans le siège social du CS, il y a du personnel spécialisé dans l’équipe de planification et de formation qui organise ce concours. De nouveaux membres ont rejoint l’équipe en juillet et trois membres du personnel travaillent ensemble. L’équipe espère inviter tous les distributeurs à participer au concours dans l’avenir. Nous sommes confiants que nos produits sont largement supérieurs aux autres. Le siège social de CS est prêt à faire un effort pour soutenir d’une manière agressive et former nos distributeurs afin que les clients puissent utiliser leurs machines avec plus de confort “.

La «responsabilité du soutien à la clientèle» que M. Kawamura promeut est de rendre les machines de construction Sumitomo encore plus élevées.



The key factors to gain trust from customers



PT. SUMITOMO S.H.I.
CONSTRUCTION MACHINERY SOUTHEAST ASIA.
Manager, Customer Support Group

PT. SUMITOMO S.H.I.
CONSTRUCTION MACHINERY SOUTHEAST ASIA
Responsable, Groupe de Soutien Clientèle

Toru Karakawa

En 2017, il y a 24 ans que j'ai rejoint Sumitomo machines de construction (S.H.I.). Mon premier travail était le soutien du service technique de terrain au Japon. Grâce à 14 ans de cette activité, j'ai appris beaucoup de nos précieux clients sur l'importance du service après-vente et de la qualité des produits.

À partir de 2006, ma responsabilité s'est étendue au marché de l'Europe, de l'Asie du Sud, de l'Asie, de la Chine et de l'Inde, et en 2013, j'ai été affecté à la direction du PT. Sumitomo S.H.I. construction Machinery en Asie du Sud-Est, couvrant principalement l'Indonésie et d'autres pays de l'ASEAN et maintenant je vis à Jakarta, en Indonésie.

La première mission qu'on m'a confiée après avoir déménagé en Indonésie était d'améliorer la mentalité des distributeurs

In 2017, it has been 24 years since I joined Sumitomo (S.H.I.) Construction Machinery. My first job was supporting technical field service in Japan. Through 14 years of this activity, I learned a lot from our valuable customers about the importance of after-sales service as well as product quality.

From 2006, my responsibility expanded to Europe, Southeast Asia, China and India market, and in 2013, I was assigned to Customer Support Group manager of PT. Sumitomo S.H.I. Construction Machinery Southeast Asia, covering mainly Indonesia and also other ASEAN countries and now I am living in Jakarta, Indonesia.

The first mission which I decided after moving to Indonesia was improving distributors' mindset about the after-sales service which our distributors in ASEAN countries had not taken very seriously. First of all, I started to interview both the after-sales service team and sales team of our distributors in Indonesia, Thailand and Malaysia. I figured out that both teams had related problems; for after-sales service team, "It is difficult to build up trust with customers," and for sales team, "One of reasons why we cannot sale well is poor service response by after-sales service team." To be honest, inner miscommunication in the organization seemed to unconsciously give unreliable impression to their customers. Considering claims held by both teams, I found it was necessary to realize closer communication between sales and after-sales teams. To build bridge between them, I actively joined distributors' meeting and involved all of them for settling



Les facteurs clés pour gagner la confiance des clients

problems together one by one. Keeping up with this action, I succeeded to integrate sales force and service force, and they were able to work in close cooperation with each other. As a result, we finally won the trust from customers at the point of both service and product quality. As for Asphalt Paver business which is rapidly growing up in the market these years, we have been providing after-sales service as well. Our after-sales service provides not only proper operating instruction but also "pavement method" cooperating with our reliable distributors. By carrying out our mission for customers, we resulted in drastically decreasing troubles in the actual pavement work as well as machine trouble.

Now I am struggling to organize a program and textbook by recollecting actual trouble cases occurred before. At the same time we are educating our distributors from the service skill point of view. I am very sure that anyone can offer good quality service with this program and textbook. Moreover, I will have to tackle bringing up not a serviceman but "a service-adviser" who can offer technical service together with wide range of proper advices from how to solve troubles and to keep the machine in good shape to ideal operation method, which is a key factor for us to be trusted from customers.

concernant le service après-vente que nos distributeurs dans les pays de l'ASEAN n'avaient pas pris au sérieux. Tout d'abord, j'ai commencé à interviewer l'équipe du service après-vente et l'équipe commerciale de nos distributeurs en Indonésie, en Thaïlande et en Malaisie. J'ai compris que les deux équipes avaient des problèmes connexes; Pour l'équipe de service après-vente, «Il est difficile de créer une confiance avec les clients» et pour l'équipe de vente, «Une des raisons pour lesquelles nos ventes sont faibles est la mauvaise interactivité du service après-vente.» Pour être honnête, La mauvaise communication à l'intérieur de l'organisation donne inconsciemment une impression peu fiable à leurs clients. D'après les réclamations de deux équipes, j'ai constaté qu'il était nécessaire de réaliser une communication plus étroite entre les équipes de vente et après-vente. Pour construire un pont entre eux, j'ai participé activement à la réunion des distributeurs et je les ai impliqués tous ensemble pour résoudre les problèmes.

Conformément à cette action, j'ai réussi à intégrer la force de vente et la force de service, et ils ont pu travailler en étroite collaboration les uns avec les autres. En conséquence, nous avons finalement gagné la confiance des clients au point (de vue) du service et de la qualité des produits. En ce qui concerne les entreprises de revêtement d'asphalte qui grandissent rapidement sur le marché ces années, nous offrons également un service après-vente. Notre service après-vente fournit non seulement des instructions d'utilisation appropriées, mais aussi une «méthode de revêtement » en collaboration avec nos distributeurs fiables. En menant notre mission pour les clients, nous avons diminué d'une façon drastique les problèmes dans le travail de revêtement en asphaltes lui-même ainsi que les pannes des machines.

Maintenant, je lutte pour organiser un programme et un manuel en me rappelant les cas de problèmes réels qui se sont produits auparavant. Au même temps, nous éduquons nos distributeurs du point de vue des compétences de service. Je suis très certain que tout le monde peut offrir un service de qualité avec ce programme et ce manuel. De plus, je devrai faire face à l'émergence pas d'un homme de service, mais "un conseiller-service" qui peut offrir un service technique avec un large éventail de conseils appropriés sur la façon de résoudre les problèmes et de garder la machine en bonne état avec une méthode d'opération idéale, ce qui est un facteur clé pour construire une relation de confiance avec les clients.



Istanbul is a city made up of mixture of Western and Oriental cultures. Today in the city of Istanbul, Sumitomo Excavators are working at ongoing construction site of the Istanbul Third Airport, which is said to be one of the biggest projects ever in Turkey. Here at an important project's construction site, a fleet of Sumitomo Excavators consist of SH700LHD-5, SH500LHD-5, SH480LHD-5, SH370LHD-5, in total 16 units, are working with its high performance.

These machines are sold & delivered by TSM Global, our distributor in Turkey, to the Orkun Group, a Turkish contractor who are taking part in the project. Mainly, these machines are working for the first step of the project, reclamation of the land and organizing the fundamental infrastructure before the main

construction of buildings and run ways.

The tough point at the initial stage is that it must be completed within a short period of time.

Therefore, excavators working in this project must be able to speedily break through tough ground surface and load what is dug up to trucks continuously arriving both right and left side of the machine. This operation goes as far as 20 hours in a day, and three shifts are set up for operators to take turns to cover the long working hours.

What Sumitomo excavators are expected to have here is, a speedy movement and high productivity to load to trucks continuously without any delay.

When Seyfi Celik replied to a question, "what was the reason for

Evaluating SUMITOMO excavators at the Third Airport construction site in Istanbul

Évaluation des excavatrices SUMITOMO sur le chantier du Troisième Aéroport à Istanbul



From left, Ichiro Shimada (Managing Director), İlhan Karadeniz (Chief of Board), and Taner Sonmezer (Chief Executive Officer).

de gauche à droite, Ichiro Shimada (directeur général), İlhan Karadeniz (chef d'administration) et Taner Sonmezer (chef de la direction).



Istanbul est une ville composée d'un mélange de cultures occidentales et orientales. Aujourd'hui, dans la ville d'Istanbul, les excavatrices Sumitomo travaillent sur le chantier de construction du troisième aéroport d'Istanbul, qui est considéré comme l'un des plus grands projets de Turquie. Ici, dans le chantier d'un important projet, une flotte de pelles Sumitomo se compose de SH700LHD-5, SH500LHD-5, SH480LHD-5, SH370LHD-5, totalisant 16 unités, travaillent avec leurs performances élevées.

Ces machines sont vendues et livrées par TSM Global, notre distributeur en Turquie, au groupe Orkun, un entrepreneur turc qui participe au projet. Principalement, ces machines travaillent pour la première étape du projet, la remise en état de la terre et l'organisation de l'infrastructure fondamentale avant la

construction principale des bâtiments et des pistes.

Le point difficile à l'étape initiale est que le travail doit être complété dans un court laps de temps.

Par conséquent, les excavatrices travaillant dans ce projet doivent être en mesure de franchir rapidement la surface du sol et de charger ce qui est creusé vers les camions qui arrivent en continu à la fois du côté droit et du côté gauche de la machine. Cette opération dure jusqu'à 20 heures par jour, et trois équipes sont mises en place pour que les opérateurs se relayent pour couvrir les longues heures de travail.

Les spécificités que les excavatrices Sumitomo devraient avoir ici, c'est un mouvement rapide et une productivité élevée pour charger les camions sans interruption.

Lorsque Seyfi Celik a répondu à une question, "quelle était la

choosing Sumitomo excavators?,” his reply followed “High fuel efficiency, digging power, fast speed, durability, and TSM’s twenty four seven after service and maintenance support.”

As shown in his answer, TSM Global had studied deeply to analyze what the key factors for excavators are for this project. Then they proposed suitable machinery options to Orkun with a hundred percent operation and maintenance back up.

For example, TSM has placed a storage container for keeping consumables and spare parts at the Orkun’s construction site in the Third Airport. By doing this, they have successfully shorten the work time loss required for machine maintenance, i.e. replacing filters and oils. In addition, as TSM endeavor to shorten machine downtime, they have also placed 2 experienced

mechanics at Orkun’s construction site to respond to sudden machine problems.

“Although we do have our own maintenance team, TSM Global is taking deepest care of Sumitomo excavators as if the excavators are their own children. And we really thank TSM Global for that. Thanks to this high quality & intense service, we can concentrate on the construction works.” “If we were to plan further machine procurement, we’d like to think of purchasing Sumitomo excavators from TSM Global.”

The words came out from Seyfi Celik is a clear praise for Sumitomo Brand & TSM Global’s services.



From **Turkey**



Depuis la **Turquie**



It is an excerpt from iGA HP.
C'est un extrait de iGA HP.

raison de choisir les excavatrices Sumitomo?,” Sa réponse a suivi “Efficacité énergétique élevée, puissance de creusement, vitesse rapide, durabilité et service après-vente, et maintenance 24/7 de TSM”.

Comme le montre sa réponse, TSM Global a étudié profondément et analysé les facteurs clés pour les excavatrices pour ce projet. Ensuite, ils ont proposé des options de machines appropriées à Orkun avec un engagement à 100% pour les opérations de support et de maintenance.

Par exemple, TSM a placé un conteneur de stockage pour des consommables et des pièces de rechange sur le chantier de construction d'Orkun dans le troisième aéroport. Ce faisant, ils ont raccourci avec succès la perte de temps de travail requis pour la maintenance de la machine, c'est-à-dire le remplacement des

filtres et des huiles. En outre, comme TSM s'efforce de raccourcir les temps d'arrêt de la machine, ils ont également placé 2 mécaniciens expérimentés sur le chantier d'Orkun pour répondre à des problèmes soudains de la machine.

«Bien que nous ayons notre propre équipe de maintenance, TSM Global prend soin des pelles Sumitomo comme si les pelles étaient leurs propres enfants. Et nous remercions vraiment TSM Global pour cela. Grâce à ce service de haute qualité et intensif, nous pouvons nous concentrer sur les travaux de construction. “” Si nous prévoyons d'autres achats de machines, nous aimerions acheter des pelles Sumitomo de TSM Global “.

Les mots sortis de Seyfi Celik représentent un éloge clair pour les services de la marque Sumitomo et TSM Global.



Promising distributor in Indonesia, PT. Oscarmas

Distributeur prometteur en Indonésie, PT. Oscarmas

It is our great pleasure to introduce PT. Oscarmas as a sole distributor of Sumitomo hydraulic excavator in Indonesia. Founded back in 2007 and located in an industrial area of 30km away east from center of Jakarta, PT. Oscarmas is a distributor with heavy equipment whose product line-ups are hydraulic excavators, wheel loaders, dump trucks and other attachments and parts.

After PT. Oscarmas's experience of sales and after sales service especially for hydraulic excavators of another brand since 2009, it was a great pleasure that the business relationship between Sumitomo and PT. Oscarmas began from October 1st 2015.

Considering trend and market opportunities at that time, PT. Oscarmas has taken common strategic actions to make the presence of Sumitomo brand stronger in this industry by establishing a subsidiary company which operates heavy equipment rental business especially for wheel loader and by establishing a retail sales finance company for end users of various products of heavy equipment.

It is their clear company policy to serve local customers with Sumitomo excavators and our after-sales service activity. In addition, we wish to build an everlasting relationship with those qualified customers. In order to realize this mission, we are in an expansion phase of local branch network, machinery salesmen, specialized salesmen for spare parts, mechanics and other HR securing even though the market situation in Indonesia is expected to be severe.

C'est notre grand plaisir d'introduire PT. Oscarmas en tant que distributeur exclusif de l'excavatrice hydraulique Sumitomo en Indonésie. Fondé en 2007 et situé dans une zone industrielle à 30 km à l'est du centre de Jakarta, PT. Oscarmas est un distributeur de matériel lourd dont les gammes de produits sont des pelles hydrauliques, des chargeuses sur pneus, des camions à benne basculante et pièces détachées.

Après l'expérience de vente et de service après-vente d'Oscarmas, en particulier pour les excavatrices hydrauliques d'une autre marque depuis 2009, c'était un grand plaisir que la relation commerciale entre Sumitomo et PT. Oscarmas a commencé à partir du 1er octobre 2015.

Considérant la tendance et les opportunités de marché à ce moment-là, PT. Oscarmas a pris des actions stratégiques communes pour renforcer la présence de la marque Sumitomo dans cette industrie en créant une filiale qui exploite des services de location de matériel lourd spécialement pour la chargeuse sur pneus et en créant une société de financement de vente au détail pour les utilisateurs finaux de divers produits d'équipements lourds.

C'est leur politique d'entreprise claire pour servir les clients locaux avec les pelles Sumitomo et notre activité de service après-vente. En outre, nous souhaitons établir une relation éternelle avec les clients qualifiés. Pour réaliser cette mission, nous sommes dans une phase d'expansion du réseau de distributeurs local, des vendeurs de machines, des vendeurs spécialisés pour les pièces de rechange, de la mécanique et d'autres dispositifs de sécurité des RH, même si la



PT. Oscarmas realized difficulties and obstacles that they may face in the future. Because of the implementation of new regulations for coal and mineral business by Indonesian government, which makes us to shift to construction and earth moving sector regardless of our previous dedication to mining sector. However, PT. Oscarmas are absolutely ready to take this chance to compete against other established brands of excavators.

As PT. Oscarmas is committed to SUMITOMO Construction Machinery, they are very serious to attain ten percent (10 %) share of the market or to attain 700 units in coming four (4) years. They feel much supportive by Sumitomo for sharing our common goal and activity all the time already implemented in depth in just less than two (2) years' close cooperation and relationship with Sumitomo in Indonesia.

situation du marché en Indonésie devrait être sévère.

PT. Oscarmas sont conscients des difficultés et des obstacles auxquels ils pourraient faire face dans l'avenir. En raison de la mise en œuvre de nouvelles réglementations pour le secteur du charbon et des minéraux par le gouvernement indonésien, ce qui nous pousse à passer au secteur de la construction et du terrassement indépendamment de notre dévouement antérieur au secteur minier. Cependant, PT. Oscarmas sont absolument prêts à prendre cette chance de rivaliser avec d'autres marques concurrentes de pelles.

Comme PT. Oscarmas s'engage avec dévouement avec SUMITOMO Construction Machinery, ils sont déterminés pour atteindre une part de 10% du marché ou d'atteindre 700 unités au cours des quatre (4) prochaines années. Ils se sentent appuyés par Sumitomo pour avoir partagé notre objectif et notre activité commune tout le temps déjà mis en œuvre en profondeur dans une coopération étroite de moins de deux (2) ans et des relations avec Sumitomo en Indonésie.

United States of America "Conexpo 2017"

les Etats-Unis d'Amérique "Conexpo 2017"



● From March 7th to 11th, "Conexpo 2017", the biggest exhibition of construction machineries in the United States was held at Las Vegas, Nevada. From our group, LBX Company LLC, our subsidiary company in the U.S., exhibited a lineup of the X4 series from standard to special machines, and in addition to that, the 210X3E models designed for Latin America. Many visitors came to the booth not only from the U.S. but also from Latin America, leading to many promising business negotiations.

In addition, there was a display of a miniature excavator which was made out of Lego blocks. This attracted the visitors' attention and effectively appealed our brand of Link-Belt.

● Du 7 au 11 mars, "Conexpo 2017", la plus grande exposition de machinerie de construction aux États-Unis a eu lieu à Las Vegas, au Nevada. De notre groupe, LBX Company LLC, notre filiale aux États-Unis, a présenté une gamme de séries X4 de machines standard et spéciales, et en plus, les modèles 210X3E conçus pour l'Amérique latine. Beaucoup de visiteurs sont venus au stand non seulement des États-Unis, mais aussi d'Amérique latine, ce qui a entraîné de nombreuses négociations commerciales prometteuses.

De plus, il y avait une pelle miniature qui était fabriquée à partir de blocs Lego. Cela a attiré l'attention des visiteurs et attiré efficacement notre marque de Link-Belt.

Algeria "Batimatec 2017"

Algérie "Batimatec 2017"

● From April 23rd to 27th, the international construction exhibition, "Batimatec 2017," was held at Algiers, the capital city of Algeria. It is a biggest exhibition in Algeria, with 1,190 companies exhibiting in 44,000m² area, and approximately 47,000 visitors came to purchase or to see the trend of the wide variety of building material, scaffolds, and construction machines.

We and our distributor, SIAD, exhibited SH480LHD-5, which was well received and enhanced our presence in the market for our large excavator model and at the same time promoted Sumitomo brand.

● Du 23 au 27 avril, l'exposition internationale de construction, "Batimatec 2017", a eu lieu à Alger, la capitale algérienne. C'est la plus grande exposition en Algérie, avec 1 190 entreprises exposantes dans un espace de 44 000 m², et environ 47 000 visiteurs sont venus acheter ou voir la tendance de la grande variété de matériaux de construction, d'échafaudages et de machines de construction.



Nous et notre distributeur, SIAD, avons exposé SH480LHD-5, qui a été bien accueilli et amélioré la présence sur le marché de notre modèle de grande excavatrice et, en même temps, il a fait la promotion de la marque Sumitomo.

Turkey "KOMATEK"**Turquie "KOMATEK"**

● From May 3rd to 7th, "KOMATEK" was held at Ankara, the capital city of Turkey. In the venue of 98,000m², not only excavators but also large plants, cranes, and spare parts such as filters were also exhibited. Our distributor, TSM Global, displayed a booth of 2000m² and proudly exhibited the new Dash 6 series model from 13t to 48t.

We were able to explain in detail to over 1,000 visitors about the new Dash 6 models which had been improved in specifications, performance, and design!

● Du 3 au 7 mai, "KOMATEK" a eu lieu à Ankara, la capitale de la Turquie. Dans un cadre de 98 000 m², non seulement les pelles, mais aussi les grandes usines, les grues et les pièces de rechange comme les filtres ont également été exposés. Notre distributeur, TSM Global, a affiché un stand de 2000m² et a présenté avec fierté le nouveau modèle de la série Dash 6 de 13t à 48t.

Nous avons pu expliquer en détail pour plus de 1000 visiteurs sur les nouveaux modèles Dash 6 qui ont été améliorés dans les spécifications, les performances et le design!

**Poland "AUTOSTRADA-POLSKA"****Pologne "AUTOSTRADA-POLSKA"**

● From May 9th to 11th, "Autostrada-Polska", the exhibition of the leading-edge machines, was held at Kielce, a city in Poland, three hours of drive away from Warsaw. This year was the 23rd exhibition with the venue of an impressive size more than 30,000 m² in which over 418 companies from twenty countries were witnessed, participating in the exhibition while the number of visitors went up to over 14,000 people in three days.

Our distributor, ASBUD, and we exhibited the HA60C-8. We welcomed more than a hundred companies to the booth which resulted in a highly successful event. We will keep aiming for the bigger share.

● Du 9 au 11 mai, "Autostrada-Polska", l'exposition des machines de pointe, a eu lieu à Kielce, une ville en Pologne, à trois heures de route de Varsovie. Cette année était la 23ème exposition avec une taille impressionnante de plus de 30 000 m², où plus de 418 entreprises de vingt pays ont assistées, participant à l'exposition alors que le nombre de visiteurs a dépassé 14 000 personnes en trois jours.

Notre distributeur, ASBUD, et nous ; avons exposé le HA60C-8. Nous avons accueilli plus d'une centaine d'entreprises sur le stand qui a abouti à un événement très réussi. Nous continuerons à viser plus de clients.



Hikone Chastle with it's catle tower with white walls, stands on a small hill east of Lake Biwa, the biggest lake in Japan. The construction started on 1604 and it took twenty years to finish, and it is known to be among the best castles in Japan. Although the national treasure castle tower is only three layers and three floors high, it has a beautiful atmosphere with an elaborate design. The roofs are especially eye catching with its diverse variety. By putting Chidori hafu (gable) and Kiritsuma hafu on the first layer, Chidori hafu and Nokikara hafu with decorations on the second layer, and the combination of Irimoya hafu and Nokikara hafu on the third layer, it attracts the visitors' attentions. Also, the Zen temple style architecture such as Katomado, a bell-shaped window, and Mawaribuchi, a railing, add beauty to its appearance.

On the other hand of its elegant appearance, Hikone Castle is know to be a very practical territorial castle. The castellan Naomasa Ii was a descendent of a warlord known as "Red devil of Ii", and the family served as Tokugawa's spearhead for generations. Hikone Castle was built on the front line to prepare for the attack of the biggest rival then, Toyotomi of Osaka castle. Visitors can see artifices for



Hikone Castle's tower was moved and rebuilt from other castle which tower castle was four layers and five floors. Is has a history unique to wooden architecture which is easy to dismantle, transport, and rebuild.
1-1 Konkicho, Hikone-shi, Shiga
<http://www.hikoneshi.com/jp/castle/>

La tour du château de Hikone a été déplacée et reconstruite à partir d'un autre château dont le château de la tour était de quatre strates et cinq étages. A eu une histoire unique pour l'architecture en bois qui est facile à démanteler, à transporter et à reconstruire.
1-1 Konkicho, Hikone-shi, Shiga
[Http://www.hikoneshi.com/jp/castle/](http://www.hikoneshi.com/jp/castle/)

battles such as a big moat called Oohorigiri, made by cutting the mountain ridge and a stone wall called Nobori ishigaki thought up during the war in Korean Peninsula.

Having both elegance and practicality is the reason the Hikone Castle is called a great castle.

Japanese Castle Hikone Castle

Château japonais Hikone

Japanese castles are great sightseeing spots symbolizing Japan's architectural beauty. Here are some castles you can visit and enjoy the history of several hundreds of years and the culture.

Les châteaux japonais sont de grands sites touristiques symbolisant la beauté architecturale du Japon. Voici des châteaux que vous pouvez visiter et profiter de plusieurs centaines d'années d'histoire et de culture.

Château Hikone avec sa tour et avec des murs blancs, se dresse sur une petite colline à l'est du lac Biwa, le plus grand lac du Japon. La construction a commencé en 1604 et il a fallu vingt ans pour terminer, et il est connu parmi les meilleurs châteaux au Japon. Bien que la tour du château du trésor national ne soit que trois strates et trois étages, elle a une belle atmosphère avec un design élaboré. Les toits sont particulièrement

attrayants avec sa variété. En mettant Chidori hafu (pignon) et Kiritsuma hafu sur la première strate, Chidori hafu et Nokikara hafu avec des décorations sur la deuxième strate, et la combinaison de Irimoya hafu et Nokikara hafu sur la troisième strate, elle attire les attentions des visiteurs. En outre, l'architecture du style du temple Zen, comme Katomado, une fenêtre en forme de cloche, et Mawaribuchi, une balustrade, ajoutent de la beauté à son apparence.



There are two-storied tower on both sides of the gate, so it's called Tenbin Tower which means scale tower. It leads to the keep so it's a important gate and there is a deep moat under the bridge.

Il y a une tour à deux étages sur les deux côtés de la porte, donc on l'appelle Torre Tenbin, ce qui signifie une tour d'échelle. Cela conduit à la garde, donc c'est une porte importante et il y a un fossé profond sous le pont.

D'autre part de son aspect élégant, château Hikone est connu pour être un château territorial très pratique. Le castellan Naomasa Ii était un descendant d'un seigneur de guerre connu sous le nom de «diable rouge d'Ii», et la famille a servi comme fer de lance pour Tokugawa depuis des générations. Château Hikone a été construit en première ligne pour préparer l'attaque du plus grand rival, Toyotomi du château d'Osaka. Les visiteurs peuvent voir des artifices pour les combats comme un grand fossé appelé Oohorigiri, fabriqué en coupant la crête de la montagne et un mur de pierre appelé Nobori ishigaki pensé pendant la guerre dans la péninsule coréenne. Avoir l'élégance et la commodité, c'est la raison pour laquelle le château de Hikone s'appelle un grand château.

Popular Japanese cuisine is Sushi.
It's nice to eat authentic Sushi
in Japan, but wouldn't it be nicer
if you make it yourself?
Well there is a sushi restaurant
where you can enjoy
such experience.

Japanese Experience Expérience Japonaise

La cuisine japonaise populaire c'est
le Sushi. C'est agréable de manger
des sushis authentiques au Japon,
mais ne serait-il pas plus agréable
si vous le faites vous-même? Bien, il y a
un restaurant de sushi où vous
pourrez profiter de cette expérience.



- ① It seems easy to make sushi but in fact it is difficult. The saying "it takes three years to learn to cook rice, and eight years to make sushi" explains the training to be a sushi chef, and you would know this is not too exaggerated.
- ② You wrap the rice with your hands to make shrimp sushi. You learn to make eight kinds of nigiri sushi and one temaki sushi.
- ① Il semble facile de faire des sushis, mais en fait, c'est difficile. Le dicton "il faut trois ans pour apprendre à cuire du riz, et huit ans pour faire des sushis" explique la formation pour être un chef de sushi, et vous savez que cela n'est pas trop exagéré.
- ② Vous enveloppez le riz avec vos mains pour faire du sushi de crevettes. Vous apprenez à faire huit types de sushi nigiri et un sushi de temaki.

Tsukiji Tamasushi is a well-established sushi restaurant which has been in business since 1924. Its history is older than that of Tsukiji fish market (which opened in 1935). This restaurant is giving sushi making experience courses only for the travelers from abroad.

The lesson is about 90 minutes long. You wear a white coat like a real sushi chef and stand behind the counter, to signal you are ready to begin. What the real chef teaches you first is how to shape the rice. If it's too soft, it won't hold the fish, and if it's too hard, the texture will be bad in your mouth. It is best to gently hold it in your hands.

When the rice shaping is mastered, it's time to put the fish on top. Tuna and salmon are rather easy, and from there it gets harder, such as egg, shrimp and sea eel.

"They are all called sushi, but depends on what goes on the rice, the technique is different. Please experience the variety of the sushi world" says the chef. The last one to learn is suehiro temaki, a kind of sushi shaped like a trumpet that was created at Tamasushi. Then, the visitors get to eat the sushi they make by themselves.

Miss Denise Delgado who came to Japan a week ago was surprised. "I wanted to make Japanese cuisine while I was visiting, but I'd never expected it to be so difficult!" Mrs. Patricia Flechilla was happy to experience the Japanese culture. "The way they handle the rice so delicately was so Japanese-like. It is so different from other country's way of cooking" she says.

Tsukiji Tamasushi (Harumi-dori-ten)
Tsukiji Tamasushi (Harumi Avenue Store)

Information ● Address: 2-15-19 Tsukiji Chuo-ku Tokyo / Phone number: 03-3541-0022 / URL: <http://www.tamasushi.co.jp/english/> / reservation accepting from 14:30 to 17:00 (Japanese only) / closed on Sundays and holidays / Price: Standard course (9 nigiri sushi and sashimi etc.) 8,000 yen per person (about 71 dollar 1 cent), Premium course (standard course plus watching the demonstration of cleaning and cutting of fish, and experiencing the making of vinegared rice) 13,000 yen per person (about 115 dollar 39 cent). * Tax included. Reservations can be made from two people. Lessons are in Japanese only. Please come with a interpreter.

Tsukiji Tamasushi est un restaurant de sushi bien établi qui a été lancé depuis 1924. Son histoire est plus ancienne que celle du marché de poisson Tsukiji (qui a ouvert ses portes en 1935). Ce restaurant offre une expérience en apprenant à faire le sushi uniquement pour les voyageurs venus de l'étranger.

La leçon dure environ 90 minutes. Vous portez un tablier blanc comme un véritable chef de sushi et on vous met derrière le comptoir pour signaler que vous êtes prêt à commencer. Ce que le vrai chef vous enseigne d'abord, c'est comment façonner le riz. S'il est trop doux, il ne tiendra pas le poisson, et si c'est trop dur, la texture sera mauvaise dans votre bouche. Il est préférable de le tenir doucement entre vos mains.

Lorsque la mise en forme du riz est maîtrisée, il est temps de mettre le poisson sur le dessus. Le thon et le saumon sont plutôt faciles, et à partir de là, il devient plus difficile, comme les œufs, les crevettes et l'anguille.

«Ils sont tous appelés sushi, mais ça dépend de ce qui est mis sur le riz, la technique est différente. Veuillez découvrir la variété du monde des sushis», dit le chef. Le dernier à apprendre est suehiro temaki, une sorte de sushi en forme de trompette qui a été créée à Tamasushi. Ensuite, les visiteurs sont obligés de manger les sushis qu'ils fabriquent eux-mêmes.

Mlle Denise Delgado, qui est venue au Japon il y a une semaine, a été surprise. «Je voulais faire de la cuisine japonaise durant mon séjour, mais je ne pensais jamais à ce que cela soit si difficile». Mme Patricia Flechilla était heureuse de vivre la culture japonaise. «La façon dont ils manipulent le riz avec tant de délicatesse est tellement japonais. C'est tellement différent de la façon dont on cuisine dans les autres pays», dit-elle.

Tsukiji Tamasushi (Harumi-dori-ten)
Tsukiji Tamasushi (Harumi Avenue Store)

Information ● Adresse: 2-15-19 Tsukiji Chuo-ku Tokyo / Numéro de téléphone: 03-3541-0022 / URL: <http://www.tamasushi.co.jp/english/> / Réservation acceptée de 14h30 à 17h00 (seulement en japonais) / Fermé le dimanche et les jours fériés / Prix: cours standard (9 nigiri sushi et sashimi, etc.) 8 000 yens par personne (environ 71 dollars 1 centime), cours Premium (cours standard, suivi de la démonstration du nettoyage et de la coupe du poisson et de la fabrication du riz vinaigré) 13 000 Yen par personne (environ 115 dollars 39 cents). * Taxe incluse. Les réservations peuvent être faites à partir de deux personnes. Les leçons sont en japonais seulement. Venez avec un interprète.