

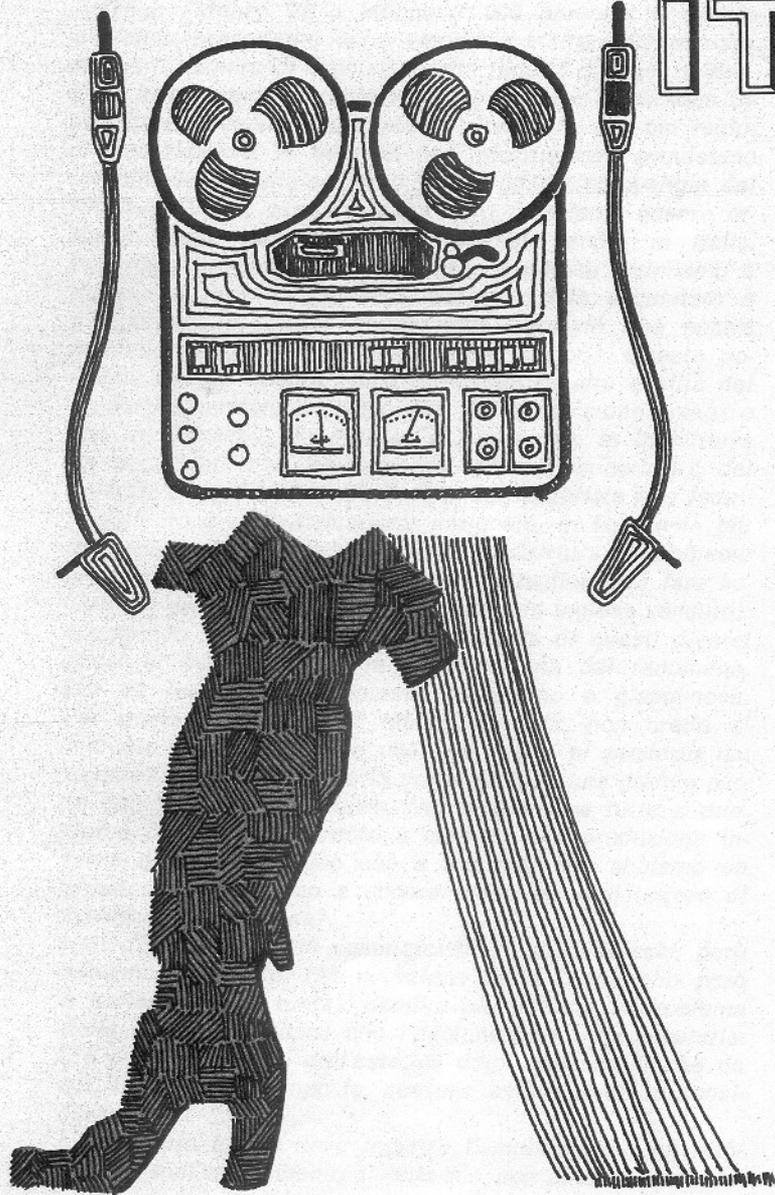


L'Hi-Fi ITALIANA:

pronta per la sfida

di DANIEL CAIMI

si può acquistare un apparecchio hi-fi italiano?



I PROTAGONISTI

Hirtel

Quando l'ing. Lo Martire fondò la Hirtel, in Italia di alta fedeltà quasi non si parlava. Era il lontano Agosto 1959. Indirizzò subito la ditta alle costruzioni di bassa frequenza. L'attività della ditta verteva allora sulla costruzione di amplificatori per cinematografia sonora, che conosceva in quegli anni il boom del cinema a piste magnetiche ed effetto stereofonico. Nel 1963, la Hirtel realizzò la prima serie di amplificatori professionali HI-FI per uso in locali pubblici (il Whisky a gogo di Torino per esempio). Venne poi il primo 100 watt italiano capace di una risposta

da 30 a 20000 hertz con una distorsione inferiore all'1%.

I passi consecutivi sulla strada della fedeltà furono numerosi: nel '64, l'ampli C40 (20+20 watt) a valvole e una serie di diffusori a tre vie, con woofer già a sospensione pneumatica di nome « Dixieland » e « Concerto », nel 1967, dopo 2 anni di studi sui transistor, il C30 (15+15 watt) e il C60 (30+30 watt), nel 1970, i C30 e C60 ridisegnati insieme allo C90 (45+45 watt), e nel 1971, il C200 di elevata potenza (100+100 watt) e di basso costo, e le casse Minuet, MK 3, Granada MK 4, e Dirigent MK 4 tutte a tre vie. Più tardi è.. la Hirtel di oggi: all'High Fidelity 72 di Milano la pre-

sentazione del Dynarange System Sound in prima assoluta mondiale un equalizzatore ambientale a posizioni preparate per un perfetto accoppiamento riproduttore acustico/ambiente. Il bilancio Hirtel dopo 13 anni di attività si riassume con la cifra di 13.000 apparecchi venduti, premontati o in scatola di montaggio. Lo Martire vede con molto ottimismo il futuro dell'azienda e si propone un programma di sviluppo che prevede la realizzazione di un trasduttore acustico nuovo e definitivo (sic), l'estensione del Dynarange a tutti gli amplificatori e la costruzione di un dispositivo separato utilizzando questo sistema, e il lancio di un impianto in

Fino a poco tempo fa riservata a qualche privilegiato, la Hi-Fi si sta indirizzando adesso ad un pubblico sempre più numeroso. La tecnica di riproduzione stessa segue una evoluzione parallela e si è passati in pochi anni dalla mono alla stereo, attaccata adesso dalla quadrifonia.

All'High Fidelity '72 a Milano 31.000 persone, il doppio dell'anno precedente sono venute a visitare 80 marche. Anche il numero di acquisti in alta fedeltà è quasi raddoppiato in un anno. Se teniamo conto di tutte le persone interessate al suono e alla musica riprodotta che per ragioni finanziarie o di insufficiente informazione acquistano complessini o valigie stereo (quasi 50.000 fonovaligie del Readers Digest vendute quest'anno), possiamo essere ottimisti sulla potenzialità del mercato audio in Italia. Purtroppo un grosso neo in mezzo a questo ottimismo è dovuto al fatto che il 90% del materiale acquistato è d'importazione (l'89% esattamente secondo una nostra inchiesta basata su 5.000 schede di lettori). Questo potrebbe essere dovuto alla reputazione di alta qualità dei prodotti americani e giapponesi. Ma allora come spiegare che in Germania, in Francia e soprattutto in Inghilterra gli acquirenti non credono alla pretesa superiorità dei prodotti esteri? In Francia il 40% del materiale alta fedeltà venduto è di fabbricazione nazionale, in Germania più del 50% e in Inghilterra si arriva addirittura al problema inverso che gli importatori devono battere per fare accettare i prodotti esteri (75% di materiale inglese venduto). Sfogliando le pubblicazioni specializzate di questi diversi paesi si ha facilmente la dimostrazione del fenomeno. Qui da noi, c'è il complesso americano e giapponese. Per quale motivo? E' il fabbricante che non crede al mercato o è l'acquirente che non crede al prodotto nazionale? Voxson dimostra la prima ipotesi, una grande parte del pubblico la seconda. Noi crediamo a tutte e due. Come farebbe l'acquirente a credere alla produzione interna quando sappiamo che a tutt'oggi non abbiamo un giradischi, un pick-up e ancora meno un registratore di fabbricazione italiana?

Non c'è niente di più commerciale di un giradischi, però nessuno l'ha fatto, (ad eccezione della Lenco che però è italiana solo a metà). Sembra più difficile il problema della lettura del disco che l'esplorazione interplanetaria. C'è poi il problema dell'estetica degli apparecchi che da noi, fino a poco tempo fa, nessuno aveva preso in considerazione.

L'acquirente infatti deve inserire l'amplificatore, gli altoparlanti nell'arredamento di casa sua, non in un laboratorio.

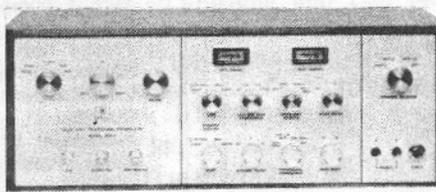
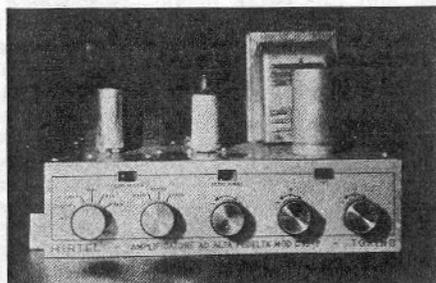
Senza contare poi che la qualità sonora di un prodotto viene quasi sempre identificata con il design dal cliente potenziale. Allora acquista.... giapponese.

Per fortuna, qualcuno ha preso qualche rischio. Artigiani soprattutto, che hanno capito che l'interesse c'è, che basta costruire i prodotti validi, possibilmente belli e il pubblico risponde presente prima o poi. Le ditte a carattere industriale invece non prendono rischi per cercare di educare l'acquirente (la Europhon lo dice chiaramente). Sono dunque i fabbricanti con organizzazione artigianale che, almeno per adesso, stanno creando l'alta fedeltà di fabbricazione italiana. Costruiscono, nei casi migliori, dei prodotti-suicidio di altissimo livello tecnico che hanno l'importantissimo compito di ridare fiducia nel prodotto nazionale alla grande massa di acquirenti. Certo, stanno anche lavorando per gli altri, per le ditte che hanno scelto la politica di attesa e che una volta il vero mercato di massa avviato si metteranno a grandi colpi di pubblicità a vantare la loro tecnica da sempre di avanguardia. Speriamo soltanto che gli artigiani che in questo campo sono sempre quelli che trovano le soluzioni originali almeno in Italia si sviluppino abbastanza rapidamente per fare fronte a questa possibile situazione futura.

Noi abbiamo visitato più di 20 fabbricanti, tutti determinati ad entrare sulla scena nazionale. E' bastato che due o tre creassero il fenomeno, e l'emulazione ha fatto il resto. Certo, molti apparecchi stranieri saranno sempre venduti, ed è normale ma siamo ad una svolta del mercato. Ne siamo personalmente convinti e... abbiamo fatto « l'hi-fi all'italiana » su Suono di questo mese. L'incremento del mercato contemporaneamente farà il resto. Ancora due o tre anni e l'alta fedeltà sarà diventata effettivamente di massa. Non sarà più allora come troppo spesso attualmente, un segno di riconoscimento di una certa condizione sociale, ma una necessità culturale o l'esigenza di passare piacevolmente il tempo libero. Non sarà più il modo di meravigliare l'amico, ma una passione veramente autentica basata sull'ascolto della musica.

Siamo tornati dalla nostra inchiesta convinti che, un po' dappertutto, si è deciso di far ascoltare nel prossimo futuro la musica riproposta da apparecchiature made in Italy.

I protagonisti ci sono, molti non hanno niente da invidiare a nomi famosi dell'ovest o dell'est. Allora, « si può acquistare un apparecchio hi-fi italiano?!! Si ».



kit, molto facile da montare, di alto livello qualitativo formato da un amplificatore da 40 watt RMS per canale (90.000 lire al pubblico), e da due casse a tre vie con altoparlanti americani di marca prestigiosa (60.000 lire a cassa al pubblico).

« L'opinione che il pubblico italiano ha dell'alta fedeltà è stata distorta dai prezzi che le prime marche introdotte in Italia proponevano. L'HI-FI è stata identificata a un capriccio per ricchi, gli appassionati per fortuna cominciano a fare dei conti per verificare i costi di certe marche americane tanto apprezzate, e si rendono conto che un eccellente impianto HI-FI con prodotti di marca viene a co-

L'HI-FI ITALIANA:

stare meno di un mezzo milione a New York. Senza poi tenere conto del diverso potere di acquisto delle rispettive clientele. Questa è la nostra fortuna, ed è per questo motivo che cercheremo di assumere un ruolo rilevante sul mercato italiano, producendo degli apparecchi a prezzi molto più accessibili. La qualità? Basta guardare il nostro ultimo nato, il preampli 305 A e il finale di potenza di 200 watt RMS, non abbiamo complessi. I complessi ce li ha il pubblico, ma ha le sue ragioni: le grosse marche nazionali gli hanno sempre proposto dei prodotti che l'hanno convinto che il prodotto Made in Italy fosse scadente. Noi riteniamo che l'offerta di materiale valido sotto ogni punto di vista, ad un prezzo « europeo » sia la migliore premessa per un brillante avvenire dell'alta fedeltà in Italia: i fatti ci stanno già dando ragione; il fatto per esempio che Suono dedichi un numero ai costruttori nazionali. Non bisogna però dimenticare i problemi della distribuzione. In Italia è generalmente affidata a rivenditori di elettrodomestici che hanno allargato la loro sfera all'alta fedeltà attratti dalla sola prospettiva di buoni guadagni. Abbiamo constatato come i distributori attuali preferiscano vendere un

numero limitato di apparecchi con un forte utile, piuttosto che facilitare l'accesso di larghi strati di pubblico all'argomento con dei guadagni ragionevoli. Riteniamo fondamentale una specializzazione di chi vende l'HI-FI come del resto avviene già da diversi anni in Francia, in Germania e in Inghilterra ».

Indirizzo: C.so Francia, 30 - Torino - Tel. (011) 779.881

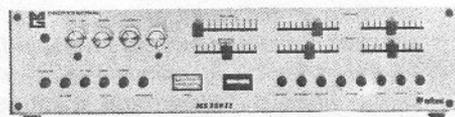
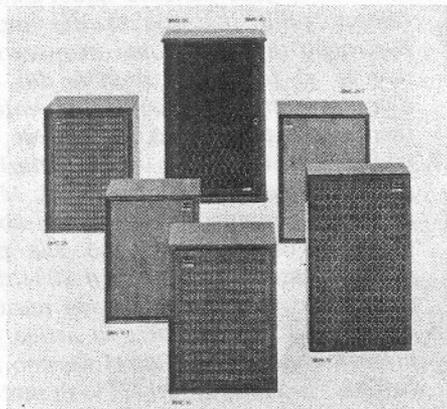
Milani

La Milani, fino adesso conosciuta per la sua produzione di giradischi compatti ha iniziato a dedicarsi alla produzione di materiale alta fedeltà. Questa ditta di Lāncenigo, piccolo paese vicino Treviso, si inserisce con una gamma che comprende due amplificatori, un apparecchio per la commutazione di due ampli in un impianto stereo, due modulatori di luci, un preamplificatore per microfoni a due ingressi, e una serie di 5 modelli di casse acustiche: le BMX 10, BMC 15, BMC 25, tutte a sospensione pneumatica a due vie e due altoparlanti, la BMX 30 di tipo bass-reflex a due vie e 3 altoparlanti, la BMX 40 sempre a bass-reflex con

3 vie e 3 altoparlanti. I giradischi proposti dalla Milani non sono fatti in casa ma sono della nota BSR inglese.

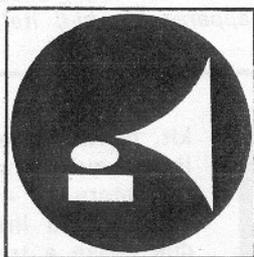
Indirizzo: 31020 Lāncenigo (TV) - Tel. 91114 (0422).

Filiale. Centro commerciale: 20125 Milano - via Zuccoli, 26 - Tel. 6886168 (02).



Ditta Buscemi

C.so Magenta, 27
Tel. 896.410 - MILANO



SCONTI

IMPIANTI ALTA FEDELTA' Sala Audizione

Marantz - AR - LEAK - SME
ADC - Thorens - Dual - Revox
Sansui - Shure - Wharfedale - Akai
Uher - Koss - Garrard - Nivico

STEG elettronica

amplificatore di potenza stereofonico professionale ST-200

Lo ST-200 E' POTENTE.

La sua potenza è sufficiente a pilotare, in un ambiente domestico, qualunque tipo di diffusore acustico.

LO ST-200 E' PRIVO DI DISTORSIONE.

Le sue caratteristiche tecniche sono state mai prima d'ora raggiunte. Tutti i tipi di distorsione hanno valori r.m.s. e di picco minori di quelli che l'orecchio umano può apprezzare.

Il suono riprodotto non può essere descritto con alcun aggettivo: esso è semplicemente identico a quello che, sotto forma di segnale elettrico, viene applicato all'ingresso.

LO ST-200 E' ESSENZIALE.

Tutto ciò che nello ST-200 esiste è esclusivamente necessario ad una perfetta riproduzione del suono. Il superfluo è stato eliminato in ogni sua forma.

Tutti i componenti sono di qualità professionale. I più critici sono a norme MILITARI.

Prezzo netto L. 640.000

Richiedete informazioni a STEG ELETTRONICA
Via Madonna Cristina, 11 - 10125 Torino - Tel. 658424

Distributori.
Piemonte: HI-FI Stereo Center,
Corso Traiano 28/11 - Torino - Tel. 6199888