



L'HI-FI ITALIANA pronta per la sfida

Interviste e fotografie: D. Caimi e G. Binari

Si può acquistare un apparecchio hi-fi italiano?

I protagonisti

[Hirtel](#) ,
[Electrosound](#)
[Europhon](#)

[Milani](#) ,

[Decibel](#) ,

[Galactron](#)

[Augusta](#)

[Lenco italiana](#)

[Revac](#)

[R.C.F.](#)

[Gammavox](#)

[Perser](#)

[Voxson](#)

[Steg](#)

[Selmin](#)

[Studio HI-FI](#)

[Brionvega](#)

[E.S.B.](#)

(n.d.r. La maggioranza delle marche indicate non esiste più e i loro prodotti si possono reperire solo nel

Fino a poco tempo fa riservata a qualche privilegiato, l'Hi-Fi si sta indirizzando adesso ad un pubblico sempre più numeroso. La tecnica di riproduzione stessa segue una evoluzione parallela e si é 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 é 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'anni), possiamo essere ottimisti sulla potenzialità del mercato audio in Italia. Purtroppo un grosso neo in mezzo a questo ottimismo dovuto al fatto che il 90% del materiale acquistato é 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 é di fabbricazione nazionale, in Germania più del 50% e in Inghilterra si arriva addirittura al problema inverso che gli importatori devono combattere 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? È 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. È bastato che due o tre creassero il fenomeno, e l'emulazione ha fatto 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 » 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 pò dappertutto, si é 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, %laquo; si può acquistare un apparecchio hi-fi italiano?!! Si »

[Hirtel](#) , [Milani](#) , [Decibel](#) , [Electrosound](#) , [Europhon](#) , [Galactron](#) , [Augusta](#) , [Lenco italiana](#) , [Revac](#)

,
[R.C.F.](#)

,
[Gammavox](#)

,
[Perser](#)

,
[Voxson](#)

,
[Steg](#)

,
[Selmin](#)

,
[Studio HI-FI](#)

,
[Brionvega](#)

,
[E.S.B.](#)

(n.d.r. La maggioranza delle marche indicate non esiste più e i loro prodotti si possono reperire solo nel mercato dell'usato.)

SUONO STEREO HI-FI *novembre 1972*

[Inizio pagina](#)

