

Un incontro con Davide e Cristiano Bastianelli di Music Tools

Pierre Bolduc

Per noi stranieri il design italiano fa parte del grande patrimonio culturale italiano. Mi ricordo ancora del primo depliant che mi avete dato: mobili per componenti hifi di grande eleganza e bellezza. Ho avuto l'impressione allora che lo stile, il target, era più quello di eleganti mobili che di mobili pensati esclusivamente con gli audiofili in mente?

Io Davide, mi sono laureato in Architettura presso il Politecnico di Milano: la 'casa' storica del design italiano; Achille Castiglioni, Marco Zanuso, Thomas Maldonado - i teorici e protagonisti del design italiano e della istituzione del Compasso D'oro, sono stati i miei professori. La buona musica unita allo stile e al design sono il binomio di riferimento per il nostro lavoro. Infatti Music Tools nasce undici anni fa per volontà mia e di mio fratello Cristiano che da anni si occupava di lavorazione artigianale del vetro utilizzato nell'arredamento e nei complementi d'arredo. Lavorava nel fiorente distretto industriale di Pesaro che, come noto, opera nel settore del mobile. Nella nascita e nello sviluppo dei prodotti ha un ruolo fondamentale la sala d'ascolto dove con l'aiuto di un impianto di alto livello si eseguono nuove sperimentazioni ed applicazioni dei prodotti con sedute tenute da gruppi di ascolto.

Nel 1998 Music Tools partecipò al primo Top Audio di Milano con un notevole successo ed inserendosi nel pur difficile mercato italiano dell'alta fedeltà. Oggi Music Tools ha 120 punti vendita in Italia e si è affermata da anni anche sul mercato internazionale.

- Se i vostri prodotti sono stati pensati per audiofili, allora che elementi nel loro design sono stati introdotti nel tempo per controllare e eliminare le vibrazioni che sono il nemico numero uno dei componenti audio?

Per quanto riguarda la tecnologia utilizzata per controllare le vibrazioni deleterie per il nostro sistema audio e la musica che da esso viene riprodotta, ne esistono di innumerevoli. Noi, sin dall'inizio abbiamo utilizzato la tecnica dell'accoppiamento mediante punte tra ripiano di appoggio e struttura e tra struttura e pavimento. I materiali utilizzati sono scelti tra quelli in grado di assor-



bire maggiormente le vibrazioni, e le risonanze. La nostra linea top level (Isostatic), per esempio, è costituita da un sistema modulare di piani sovrapponibili; lo schema progettuale, la costruzione e la qualità dei materiali utilizzati, permettono di ottenere una struttura rigida tra i piani di appoggio.

I seguenti punti tecnici consentono di ottenere l'eliminazione di vibrazioni e risonanze, portando a un miglioramento delle prestazioni di ogni singolo apparecchio audio, questi sono i punti tecnici:

* struttura in acciaio saldato, riempito e

accordato

* finitura a forno con vernice al plastico insonorizzante

* punte in acciaio inox verso il pavimento

* punte regolabili in acciaio inox tra struttura e piano di appoggio utile

* piano di appoggio in vetro multistrato antirisonante, spessore 20 mm (5+8+5mm)

* peso tollerato per ogni ripiano 120 kg

- Parliamo del marketing di tavole per componenti hifi. Spesso ho l'impressione - parlo del mercato degli accessori in generale - che vengano presentati e venduti come prodotti mira-

coli che trasformano la qualità di un impianto. Non c'è una tavola al mondo che possa avere un impatto sul suono come un eccellente progetto tecnico di un finale, per esempio. Siete d'accordo su questo?

Esistono molte tecnologie per migliorare un impianto audio alcune molto buone, alcune meno buone, ritengo che miracoli non se ne possano fare, ma a volte la differenza c'è e si sente. Noi abbiamo raccolto una serie di commenti entusiastici dei nostri clienti e questa è l'unica cosa che conta veramente.

- Come potrà la tecnologia in futuro aiutare a creare questo tipo di accessori: tavole designate con l'obiettivo di eliminare tutte le vibrazioni ed altri problemi associati al supporto di componenti audio? In altre parole, che tipo di tecnologie sarà sfruttata per creare prodotti che soddisferanno sia le esigenze stilistiche degli Italiani sia le esigenze audiofili dei vostri principali clienti?

Stiamo lavorando su nuovi progetti sulla base della esperienza accumulata in questi anni. La nostra base-line di mission aziendale è 'audio living design': in queste tre parole si racchiude l'anima dei nostri nuovi progetti Music Tools .

-Il design è sicuramente nel cuore dei due fratelli Bastinelli anche perché vedo che la vostra attività di distribuzione non può essere dissociata di prodotti eleganti come Pathos e Brinkman. Gli audiofili, a sentirle, sono tutti interessati alla qualità del suono prima di qualsiasi altra considerazione. E vero questo? Che importanza ha il fattore moglie nel marketing dei prodotti hifi?

-Secondo me vengano trascurate ed il prezzo al fatturato globale del settore non è insignificante.

Quando nel 1997 Music Tools iniziò la sua attività, il mercato era ipnotizzato da apparecchiature di vario tipo e prezzo. Il termine 'esoterico' ancora imperversava e questa parola, come sappiamo, intimoriva coloro che si avvicinavano al mondo dell'alta fedeltà e anche quelli che vi si riavvicinavano dopo molti anni. Tutto in questo periodo è diventato complesso, incerto, incomprendibile: tanti marchi e modelli, tante teorie una opposta all'altra e l'incertezza che predominava sul potenziale cliente. Si è visto che via via gli appassionati audiofili abbandonavano l'interesse nell'alta fedeltà e vendevano il proprio impianto o lo abbandonavano sotto la polvere in cantina. A un certo punto essere definito audiofilo era divenuto offensivo. Il 'fattore moglie' in tutto questo ha un ruolo fondamentale perché la musica si ascolta in casa tutti i giorni con la moglie e figli in soggiorno, questo dà valore aggiunto all'impianto Hi-Fi e quindi deve essere ben integrato con l'ambiente domestico con l'arredo e con la 'vivibilità' del sistema HiFi in casa. Se questo non avverrà il risultato sarà che gli appassionati di musica sono tantissimi ma coloro che l'ascoltano con un sistema di qualità saranno pochissimi.

Music Tools si propone di comunicare un modo più semplice e chiaro per comprendere e poter



MUSIC TOOLS

PATHOS



BRINKMANN



FISCHER & FISCHER



AUDIOPLAN



AUDIA FLIGHT

MusicTools Audio Living Design

supporti per il completamento e l'ottimizzazione di impianti audio e video
distributore esclusivo di Pathos, Brinkmann, Audioplan, Fischer & Fischer, Audia Flight

119, via pantanelli 61025 montelabbate (pesaro) italy
voice +39.0721.472.899 - www.musictools.it

accedere al favoloso mondo dell'alta fedeltà. L'impegno per i prossimi anni è di far raggiungere questo messaggio al maggior numero di persone e soprattutto di creare nuovi appassionati tra i giovani, perché sono molto sensibili al design e alle emozioni, (un buon ascolto è soprattutto emozione). Pensiamo che il costo dell'alta fedeltà non sia un ostacolo in quanto il problema sia più un fatto di comunicazione e conoscenza, (un buon sistema audio costa quanto uno scooter!).

- Con la crisi economica i negozianti più deboli sono in difficoltà. Il mercato sicuramente farà sparire tanti punti vendita. Come vedete il vostro futuro - di designer e di importatore/distributore - in un mercato in piena rivoluzione? Come si fa per assicurare una crescita dignitosa in un mercato chiaramente in crisi? Ho l'impressione che chi da la colpa all'Internet firmerà il suo proprio certificato di morte....

Noi abbiamo cominciato la nostra attività in un momento di piena crisi dell'Hi-Fi e da sempre ho sentito parlare di crisi. Credo che non si questo il punto. La mission dell'azienda è operare bene, dare il massimo ai rivenditori e al cliente finale, sia per quanto riguarda il miglior prodotto Music Tools che per quanto riguarda la distribuzione. La crisi, Internet, la chiusura di alcuni operatori del settore, sono solo perturbazioni del mercato come tutti i mercati. Lavorare bene e con professionalità porta inevitabilmente alla crescita.

- Allora l'autunno sarà molto importante per il rilancio del settore. Ci saranno quattro fiere importanti da Settembre a Novembre - il Top Audio e Video Show, il Roma HiEnd, il Bari HiEnd e lo show dei fratelli Angelucci a Lanciano. Quali prodotti nuovi possiamo aspettare di vedere e sentire prima di Natale?

Parteciperemo al Top Audio come tutti gli anni, e alla fiera di Sintonie dei Faratelli Angelucci a Lanciano.

La grande novità sarà il nuovo sistema di amplificazione Synapse e Adrenalin di Pathos. Synapse è il degno partner per un amplificatore come l'Adrenalin è questo nuovo preamplificatore bilanciato che, come nel caso dei finali, rappresenta lo stato dell'arte della tecnologia marchiata Pathos. L'apparecchio si presenta in due telai. La parte inferiore ospita l'alimentatore e tutta la logica di controllo, la parte superiore è dedicata agli stadi di trattamento del segnale analogico. Il trattamento del segnale è affidato ad un circuito ibrido a tre stadi che si avvale di un differenziale cascode per l'amplificazione di tensione dove viene impiegato un doppio triodo 6H30, e successivamente di due buffer, il primo a valvole col secondo doppio triodo 6H30, e per ultimo un inseguitore a Mosfet. Il segnale bilanciato viene perciò trattato sempre come tale, al punto che i regolatori di volume sono due per canale.

L'amplificatore Adrenalin rappresenta il punto di arrivo per quanto riguarda il concetto

INPOL. Questo amplificatore monofonico è in grado di erogare una potenza di 200 W su un carico di 8 Ohm ed utilizza una configurazione ormai supercollaudata per Pathos. Infatti, ci troviamo di fronte ad uno stadio completamente bilanciato, il che significa che ogni amplificatore è composto da due stadi di potenza connessi in configurazione INPOL e quindi intrinsecamente funzionanti in classe A. Ricordiamo che uno stadio INPOL può funzionare solamente in classe A. Esso, infatti, non è un circuito push-pull e non è nemmeno uno stadio single-ended. Questa tipologia INPOL creata e brevettata da Pathos, si è ormai conquistata a pieno diritto un posto di riferimento nel mondo dell'Hi-End. Si è così realizzato un amplificatore molto potente ed estremamente lineare, senza impiegare retroazione ingresso uscita (global feedback). E' notevole lo sforzo tecnico messo in atto dai tecnici e dai designer della Pathos per realizzare questo progetto.

- Vi ringrazio per l'intervista. Pierre Bolduc

Synapse:

prezzo al pubblico (iva inclusa)
Euro 21.000,00

Adrenalin:

prezzo al pubblico (iva inclusa) la coppia Euro 42.000,00

The advertisement features two speakers: a purple one on the left and a gold one on the right, both shown in a cutaway view to reveal internal drivers. The background is a mix of orange and white splatters. In the center, there is a logo for 'cdsdesign loudspeakers' with a stylized speaker icon. At the bottom, the brand name 'cdsdesign loudspeakers' is written in large, bold letters. Contact information is provided at the very bottom.

cdsdesign
loudspeakers

CDS design loudspeakers: via Sbarre Centrali 172/a - 89133 Reggio Calabria - phone +39 0965 58943/fax +39 0965 031913
www.cdsdesign.it - mail:info@cdsdesign.it

COMPTON