

I migliori rivenditori: Sing a Song

GAMMADELTA



“Cerco di fornire ai miei clienti tutti gli elementi utili affinché siano completamente consapevoli del loro acquisto”.

Il numero 15 di Gammadelta ospita Moreno Corti titolare di Sing a Song, che ci parla del suo negozio, della filosofia dietro un progetto nato per avvicinarsi agli appassionati di Hi-Fi nel cuore della Lombardia, a Monza. Un negozio che è piuttosto un “contenitore di oggetti” da vedere, toccare, ascoltare. Tutto il meglio scelto con competenza e messo in vetrina così come potrebbe essere installato in casa, per annullare le distanze e far entrare l’alta fedeltà nelle stanze di tutti noi. Un’idea semplice, essenziale, che ha il sapore di una visione rivoluzionaria.

Gammadelta: Qual è la genesi della tua passione? Qual è la scelta all’origine del tuo negozio di Hi-Fi?

Moreno Corti: Ho iniziato a interessarmi di alta fedeltà quando frequentavo le scuole superiori a

Lecco. Ho sempre avuto la passione per la musica, aspettavo con trepidazione l’uscita dei nuovi LP per andare ad acquistarli: quella del negozio è stata una naturale conseguenza. Così, la mia vita a 15 anni comprendeva lo studio durante la mattina e il lavoro presso un negozio di dischi e alta fedeltà il pomeriggio. Qui mi occupavo principalmente delle vendite e andavo nelle case dei clienti a fare le installazioni. In pratica ho iniziato dalla classica gavetta.

Gammadelta: E gli apparecchi allora quali erano?

Moreno Corti: Quando ho iniziato non c’era una vera e propria alta fedeltà. C’erano i sistemi Grundig, Telefunken i primi tempi. Solo successivamente sono arrivati altri tipi di prodotti più inerenti all’alta fedeltà come la intendiamo oggi, tipo i Marantz, Klipsch, AR, Thorens ecc.

Gammadelta: Quindi tu sei prima di tutto un appassionato di musica e, conseguentemente, di alta fedeltà. Secondo te l’evoluzione cui stiamo assistendo in questi ultimi anni è stata completamente positiva, oppure no? Ad esempio, i prodotti a valvole di oggi sono molto simili a quelli dell’epoca che hai vissuto, oppure hai notato un effettivo miglioramento?

Moreno Corti: C’è stato un innegabile miglioramento: in passato era impossibile acquistare con la stessa cifra degli apparecchi che offrirono le performance di oggi. I progressi che sono stati fatti possono definirsi enormi, soprattutto per i diffusori acustici, per i quali è stata fondamentale la ricerca dei materiali che ha portato

a standard di prestazione molto elevati. Una volta c'era la scuola di pensiero che individuava due tipologie: cassa americana e cassa inglese. La prima era identificata da JBL, Klipsch, se ascoltavi musica rock, mentre c'era AR, per esempio, se ascoltavi musica classica.

Gammadelta: Il punto di riferimento, quello che mette d'accordo tutti e tutti i gusti, potrebbe essere Bowers & Wilkins?

Moreno Corti: Certo, è l'azienda di casse Hi-End più grande al mondo, e che produce esclusivamente diffusori.

Gammadelta: Tu, che hai così tanta esperienza proprio in questo ambito, che differenza hai notato fra la Serie 800 e la Serie 600 nuove e le precedenti versioni?

Moreno Corti: Dunque, con l'arrivo sul mercato della Serie 800 D sono cambiati radicalmente tutti i punti di riferimento. I diffusori sono

prima di tutto molto più facili da pilotare e suonano anche a basso volume, cosa che prima non avveniva. La Serie vecchia e la nuova non sono assolutamente paragonabili in termini di qualità: infatti molti dei miei clienti, i più raffinati, hanno scelto di passare dall'una all'altra.

Gammadelta: E la nuova Serie 600?

Moreno Corti: La nuova Serie 600 è quella in cui è più evidente che in tutte le altre l'avvento della tecnologia. Per la prima volta, e mi riferisco all'entry-level, con una coppia di casse da 400 euro, unite a un buon amplificatore, si ottengono risultati stupefacenti.

Gammadelta: Ma allora, restando in casa B&W, conviene comprare la nuova Serie CM o la nuova Serie 600, anche considerando l'innegabile differenza in termini di prezzo?



Moreno Corti: La Serie CM è una cassa molto più raffinata, sia per riproduzione sonora che per un livello di finitura decisamente superiore all'industrializzazione della Serie 600. Quindi, secondo me, la differenza di prezzo è assolutamente giustificata, anche perché la cassa CM resta estremamente competitiva in termini di rapporto qualità/prezzo. E, comunque, la Serie CM ha bisogno, per esprimersi al meglio, di un ottimo sistema di amplificazione e di una sorgente perfetta. La 685 è meno raffinata, ma offre prestazioni di un livello generalmente riservato a casse di dimensioni maggiori.

Gammadelta: Qual è il tuo approccio con i clienti?

Moreno Corti: Il mio approccio con i clienti è in primo luogo mirato a farli sentire a proprio agio. I clienti che entrano, infatti vogliono vedere, capire, essere seguiti. Cerco inoltre di fornire loro tutti gli elementi utili affinché siano consapevoli del loro acquisto, sia per quanto riguarda il mondo audio che video. In realtà, questo più che un negozio potrei definirlo un "contenitore di oggetti", in cui è possibile vedere installati i sistemi come si potrebbe fare nella propria casa.

Gammadelta: Qual è la storia di questa nuova visione che avete realizzato nel negozio? Il cliente ne rimane colpito, affascinato?

Moreno Corti: Il cliente ha un approccio completamente diverso

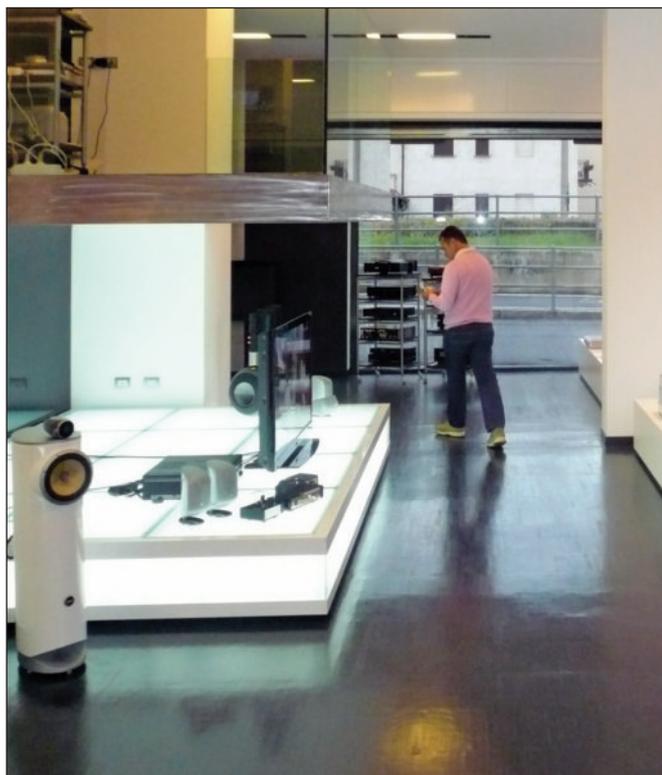
rispetto agli altri negozi, in cui vede scaffali stracolmi di oggetti fra cui non riesce a orientarsi e non sa che cosa scegliere. Qui la gran parte della scelta è già stata fatta dal rivenditore, che ha esposto i marchi ritenuti migliori nella fascia di prezzo di appartenenza, e questo per facilitare anche i meccanismi di post-vendita. L'aspetto fondamentale è valutare, e quindi trattare, allo stesso modo gli acquirenti che spendono somme maggiori e i ragazzi che scelgono magari un prodotto entry-level della Denon che costa 300 euro, perché i loro soldi sono altrettanto importanti.

Gammadelta: Quindi hai notato un maggiore interesse dei giovani nell'approccio all'alta fedeltà?

Moreno Corti: Certamente. Ci sono molti giovani che entrano, si informano. Anche perché questo negozio è molto improntato alla visibilità del prodotto. A volte si stupiscono di vedere ancora le valvole e chiedono se ci siano differenze con i prodotti del passato. E sono particolarmente interessati alle spiegazioni. C'è poi gente che viene a chiedere il vinile ed è curiosa di sapere se vengono ancora prodotti i giradischi.

Gammadelta: E per quanto riguarda il discorso iPod? Ci sono persone che entrano chiedendo informazioni su come amplificarlo?

Moreno Corti: Proprio ieri ho venduto iTube 182 di Fatman. I più appassionati entrano e chiedono i





migliori sistemi di amplificazione per iPod. Molti non sono neanche a conoscenza del fatto che esistano amplificatori a cui può essere collegato l'iPod con ottimi risultati di riproduzione.

Gammadelta: Negli ultimi tempi c'è stato il boom del multicanale. Molta gente pensava di poter sostituire lo stereofonico con il multicanale, mentre adesso si assiste a un ritorno verso la stereofonia. Tu cosa ne pensi?

Moreno Corti: Premesso che un impianto multicanale è in grado di suonare molto bene la stereofonia, ma con costi molto elevati, è sicuramente vero che si è verificato questo fenomeno. Attualmente si vende di più il due canali, a meno di richieste precise a seguito di ristrutturazioni in cui si sceglie di includere un videoproiettore o un plasma, e allora viene preferito il multicanale.

Gammadelta: Per quanto riguarda, invece, il mercato dei videoproiettori? C'è richiesta o c'è stato un calo?

Moreno Corti: Il settore ha sicuramente subito un calo. Si vende con molta più facilità un display, anche perché il videoproiettore richiede spazi appositi, adibiti esclusivamente alla videoproiezione, e che non tutti hanno.

Gammadelta: E per quanto riguardo l'usato? Nel tuo negozio ne ritiri?

Moreno Corti: Ritiro l'usato solamente se risponde a determinati requisiti. In particolare, deve essere un oggetto commerciabile e prodotto da un'azienda primaria e deve essere in buone condizioni estetiche oltre che funzionali. Comunque, prima di essere messo in vendita, deve essere controllato presso un laboratorio specializzato e viene venduto con un anno di garanzia.

Gammadelta: Stiamo assistendo all'affermazione del digitale anche in ambito Hi-Fi. Noti interesse per queste nuove tecnologie o le persone sembrano ancora diffidenti e distanti? E mi riferisco, ovviamente, a Squeezebox e Transporter, che in America sono già una realtà acquisita e vendutissima.

Moreno Corti: Adesso nel mio negozio è in funzione Squeezebox e suscita molto interesse perché la gente non lo conosce e ne resta incuriosita. Proprio perché non è ancora stato acquisito come realtà, e se ne ignorano funzionalità e potenzialità, sono io a presentarlo e a farne vedere il funzionamento. Nel mio negozio è in vendita da giugno, e da allora mi è stato chiesto specificatamente solo da una persona.

Gammadelta: E il Transporter da nessuno, immagino.

Moreno Corti: Esatto. Il problema in Italia è che la tecnologia progredisce a passo da gigante, ma noi restiamo conservatori su molte cose. Un utente finale non dovrebbe vedere il Transporter con riserva e diffidenza, ma come un prodotto che, dal punto di vista della diffusione sonora, riesce a ottenere risultati notevoli semplificando quello che è l'impianto.

Gammadelta: Inoltre, rappresenta una bella idea per tutti coloro che scaricano la musica sul computer e possono finalmente fruirne direttamente.

Moreno Corti: Certo. Purtroppo pochissimi ne conoscono l'esistenza e ne intuiscono le potenzialità, che sono straordinariamente più alte di quanto si possa intuitivamente ritenere.

Gammadelta: E per quanto riguarda i cavi? Che fascia di prezzo si predilige? Si scelgono cavi molto costosi o di medio/basso costo?

Moreno Corti: Principalmente viene preferito il cavo medio/piccolo. Ogni tanto c'è qualche cliente che sceglie cavi particolari e costosi. Del resto, il cavo è una cosa importante, è un "necessario" dell'impianto, come lo definisco io. Però deve essere scelto con una certa logica: non si può avere un impianto da 1000 euro e un cavo da 800 euro, sarebbe folle!

Gammadelta: Uno degli aspetti di maggiore difficoltà di prospettiva è dato dal mercato dell'Hi Fi di alto livello, l'Hi End, che risulta, a oggi, preferito da una fascia di età avanzata. Sembra quindi destinato a esaurirsi. Tu sei preoccupato per questo fenomeno o rimani speranzoso perché vedi che un

minimo di ricambio generazionale sta avvenendo?

Moreno Corti: Sinceramente il ricambio generazionale su macchine di un certo tipo è molto lento e nutro anch'io delle preoccupazioni, perché persone che maturano una consapevolezza tale da acquistarle sono veramente poche. Se non si fa nulla per far crescere la gente in ambito musicale, tutto rimarrà invariato. Questo problema nel mondo dell'alta fedeltà non è mai stato proposto in modo articolato e consapevole, non sono mai state intraprese strade concrete per trovare possibili soluzioni.

Gammadelta: Del resto, è diventato difficile anche fare la promozione considerando che i negozi stanno chiudendo, fenomeno che interessa sia l'Italia che l'America. Si va verso il contenuto Internet, che però in Italia va particolarmente a rilento. Nel tuo negozio incontri più appassionati di musica o fanatici dell'impianto?

Moreno Corti: C'è una percentuale, molto piccola in realtà, di quelli che io chiamo "ascoltoni", che hanno un impianto costosissimo e solo 20 CD da ascoltare. Comunque, la gran parte dei miei clienti chiede i dischi ed è prima di tutto appassionata di musica.

Lasciamo Moreno nel suo negozio, in quello spazio nuovo e affascinante fatto di impianti che sono prima di tutto visione. Impianti che diventano rappresentazione tangibile e accolgono i clienti, avvolgendoli di immagini e suoni suggestivi eppure straordinariamente reali. Proprio come potrebbe essere nella loro casa.