

STONEWATER, INDIA: UNA GRANDE ESPERIENZA AUDIO

ANDREW RICHARDSON (FaitalPRO) A COLLOQUIO CON VIKRAM SHETTY (STONEWATER)

Nel corso degli anni, il team della società indiana "Stonewater" è stato autore di prodotti premiati e scelto molte volte per la distribuzione di marchi premium nei mercati installazione, intrattenimento e industria in India. Stonewater vanta



un ricco patrimonio tecnico di oltre 42 anni di esperienza con innovazioni all'avanguardia nel campo dell'elettronica ed elettromeccanica. Un forte settore Ricerca & Sviluppo è affiancato a una base produttiva globale che si estende tra l'Europa, la Cina e l'India. Specializzata nello sviluppo di sistemi di altoparlanti, i loro laboratori allo stato dell'arte sono dotati di strumenti di misura di precisione e l'ultima versione dei software di simulazione necessari per lo sviluppo. La loro vera risorsa tuttavia, è un team entusiasta di ingegneri brillanti che portano con sé decenni di esperienza nel settore in India e in Europa. Il team di sviluppo comprende anche musicisti professionisti per poter trasferire sui prodotti la loro sensibilità per il tono e l'equilibrio musicale.

Andrew Richardson FaitalPRO: SIG. VIKRAM SHETTY, PUÒ DESCRIVERE ALCUNI PUNTI CHIAVE DELLA SUA AZIENDA STONEWATER?

Vikram Shetty Stonewater: I nostri diffusori acustici integrano driver e altri componenti prodotti

da aziende high tech in Europa, Giappone e America. Le parti in legno, plastica, morsetti, ecc sono prodotte in India e in Cina, sotto stretto controllo di qualità. Una diffusione così equilibrata del nostro tessuto produttivo ci permette di mantenere un controllo molto puntuale sul costo del prodotto, pur offrendo prestazioni di classe mondiale. Il risultato finale è che i nostri clienti non devono “pagare di più” per quello di cui hanno bisogno.

Il mercato delle installazioni commerciali in India è spesso compromesso da apparecchiature installate senza la giusta competenza che una buona configurazione audio richiede. Noi crediamo che i prodotti siano solo uno dei passi verso l'offerta di ciò che il cliente vuole davvero, ossia una grande esperienza audio. In Stonewater un team interno di specialisti analizza attentamente le caratteristiche della zona di ascolto e poi decide su aspetti quali l'esatta configurazione delle apparecchiature, la posizione degli altoparlanti, il cablaggio, il trattamento acustico dell'ambiente e vari altri elementi che contribuiscono a una vera e ricca esperienza audio.

Noi crediamo che sia stato il nostro approccio olistico combinato con una rigorosa attenzione ai dettagli ad averci permesso di conquistare la fiducia di numerosi clienti multinazionali. La nostra lista dei clienti include caffè, pub, centri fitness, centri benessere, luoghi di culto, centri commerciali, centri ricreativi, piste da bowling, villaggi turistici e altro ancora.

Ecco un parziale elenco dei nostri clienti Pan India: Golds Gym, Starbucks, Burger King, Dunkin Donuts, Jamie, Wendy, Barista Coffee, Barbeque Nation, Absolute Barbeque, Snap fitness, Apple Store, Nike, Tata, Luigi Filippo, Van Heussen, Levis, Cocaberry, centri ricreativi, Funcity Gloria Jeans caffè, Sbarro pizza, F Beach House (F-Bar), Botti Versare, Sayaji Hotel.

A. R .: QUALI SONO, IN GENERALE, I SUOI CLIENTI TARGET?

V. S .: Nella prima fase, abbiamo approcciato bar di fascia alta e club. Nella seconda fase società di noleggio di fascia alta.

A. R .: COME VEDE OGGI IL MERCATO AUDIO PROFESSIONALE?

V. S .: Penso che il mercato Pro-Audio in India stia gradualmente evolvendo da una richiesta puramente “marchio consapevole” a un mercato consapevole della qualità. Questa è una buona notizia per noi. Alcuni anni fa, la gente avrebbe comprato un prodotto solo per il marchio occidentale. Ora vedo che questo sta cambiando. I clienti basano la loro decisione di acquisto sempre più sulla qualità del prodotto e meno sulla provenienza geografica del marchio.

A. R .: QUALE PENSA SIA LA RAGIONE PRINCIPALE DIETRO AL SUCCESSO DI UN MARCHIO INDIANO IN INDIA?

V. S .: Il fattore più significativo che ci separa dal resto dei marchi indiani è un reparto R & S interno davvero di classe mondiale. La maggior parte delle aziende audio indiane sono poco più che commercianti che acquistano prodotti finiti dalla Cina e li rimarchiano per rivenderli nei mercati locali.

Stonewater, invece, fin dall'inizio ha posto una grande enfasi sulla ricerca di alta qualità. Ciò ha portato a prodotti che non solo funzionano bene, ma anche rispondono ad alcune esigenze molto specifiche e peculiari del mercato indiano.

Una gran parte del merito nel coltivare questa cultura dell'innovazione di Stonewater va al mio socio in affari, progettista capo e fondatore Mahendra Palesha, un "genio tecnico" che è impegnato senza sosta nella ricerca di modi per migliorare il suo ultimo design, non importa quanto successo il progetto abbia avuto.

A. R .: **COME È IL BUSINESS NEL VOSTRO TERRITORIO?**

V. S .: L'India è probabilmente uno dei mercati più incredibili e complessi. Alta sensibilità verso il prezzo e una straordinaria diversità di varianti demografiche sono fattori importanti da considerare quando si opera nel mercato indiano. Giusto per dare un'idea, abbiamo oltre 1.652 lingue parlate in India. Con enormi variazioni nella cultura e nel comportamento dei consumatori.

Il rapporto costo-qualità deve essere assolutamente molto ragionevole. Non c'è molto spazio per l'errore in questo settore. Come in ogni ambiente stimolante, quelli che si adattano al meglio tendono a sopravvivere. Sovente le strategie che funzionano bene nei mercati occidentali ottengono risultati molto diversi in India. Si consideri il caso di Apple. Negli Stati Uniti, il secondo maggiore mercato della telefonia mobile, Apple gode di un approssimativo 44 per cento della quota di mercato. Mentre in India, Apple ha una quota di mercato dell'1 per cento. Questo ci dice molto.

A. R .: **PERCHÉ HA SCELTO GLI ALTOPARLANTI PROFESSIONALI FAITALPRO NEI SUOI DIFFUSORI?**

V. S .: Ottenere il giusto costo in rapporto alla qualità è sempre stata una priorità per noi.

Per un po' abbiamo lavorato con alcuni driver cinesi di alta qualità nei nostri prodotti. Erano i migliori disponibili dai produttori cinesi. Erano i driver che normalmente sono utilizzati nei prodotti europei entry-level e di medio livello. I risultati sono stati buoni, grazie anche a un intenso servizio di post vendita che ci ha aiutato a guadagnare in reputazione, creando un marchio onesto che ha offerto un buon suono ad una frazione del prezzo che alcune marche occidentali avrebbero richiesto per le stesse prestazioni.

Quando questo obiettivo è stato raggiunto, abbiamo pensato che fosse il momento di espanderci in

segmenti superiori. Così abbiamo deciso di lanciare una nuova gamma di prodotti che hanno gareggiato con le migliori marche di fascia simile in termini di prestazioni, ma a un prezzo inferiore. Abbiamo un ottimo reparto, in casa, di ingegneria e ricerca applicata.

Tuttavia, anche la migliore ricerca e sviluppo nel mondo non può portare a buoni prodotti a meno che la qualità dei componenti non corrisponda. Questo è il motivo per cui abbiamo deciso di vagliare fornitori europei. **Infine abbiamo deciso di scegliere FitalPRO per una combinazione di motivi.**

1. Hanno uno dei più moderni impianti di produzione ad alta tecnologia nel mondo di oggi. Ciò si traduce in un elevato grado di coerenza e continuità nella fabbricazione.
2. La maggior parte dei loro prodotti suona davvero alla grande. I driver a compressione a mio parere sono molto musicali.
3. Hanno un team di vendita molto reattivo e cooperativo, per noi molto importante, che spesso è un fattore trascurato da molte aziende.

Quindi continueremo a sperimentare con altri modelli e prodotti di FitalPRO.

A. R .: QUAL È L'IMPRESSIONE GENERALE DEI VOSTRI CLIENTI NELL'ADOZIONE DEI COMPONENTI FAITALPRO NEI VOSTRI DIFFUSORI?

V. S .: Grandi prestazioni e grande coerenza con prezzi comunque interessanti: difficile da credere! Noi tutti amiamo semplicemente i loro driver a compressione. Molto puliti e molto musicali.

A. R .: QUALI SONO I SUOI COMMENTI SU QUESTA COLLABORAZIONE IN "QUADRO PIÙ GENERALE"?

V. S .: FitalPRO per la qualità dei componenti, sposata al nostro forte orientamento verso la ricerca in-house, sono i punti di forza e di sviluppo che ci hanno portato alla creazione di alcuni prodotti davvero eccezionali. Questi prodotti possono facilmente competere coi prodotti leader del settore in termini di prestazioni. La parte divertente è che, per effetto di minori spese generali di gestione, di sviluppo e di assemblaggio in India, siamo in grado di renderli molto più convenienti per i clienti rispetto alle marche concorrenti di origine straniera che utilizzano componenti di qualità simili.

La partnership con FitalPRO ha certamente aumentato i prezzi dei nostri prodotti. Ma ciò che non è stato danneggiato è la qualità di rapporto costo-prestazioni. In realtà vorrei anche sostenere che vi è stato un netto miglioramento della qualità, nonostante l'aumento dei prezzi.



PROFESSIONAL LOUDSPEAKERS

 *Made in Italy*

A. R .: PUÒ SOTTOLINEARE UN CONCETTO PERSONALE CHE MEGLIO DESCRIVE LA FILOSOFIA DI FAITALPRO E L'APPROCCIO AL MERCATO?

V. S .: A parte l'alta qualità dei loro prodotti, vedo il loro approccio al business come "OEM centrico", che contribuisce ad una collaborazione molto fruttuosa.

A. R .: QUALCHE IDEA PER PROGETTI IN FUTURO?

V. S .: Attualmente siamo impegnati nella creazione di un impianto di produzione a pieno titolo in India. Entro due o tre anni, facendo leva sulla nostra partnership con FaitalPRO, cercheremo di costruire una serie di diffusori ad alte prestazioni in India per esportazione verso i mercati occidentali e mediorientali.