

Industria della musica. L'azienda abruzzese rileva Turbosound

Shopping inglese per Proel

Daniele Barzaghi

La Proel, primo produttore italiano di strumenti e attrezzature musicali, ha appena comprato il concorrente inglese Turbosound, noto per aver curato la sonorizzazione dei concerti di gruppi del calibro di Pink Floyd, Iron Maiden e Dire Straits. Per il presidente Fabrizio Sorbi è «un successo che ha dello storico, in un settore da sempre dominato dai grandi marchi britannici e americani. Successo in gran parte dovuto agli investimenti concentrati su risorse umane, innovazione, distribuzione e logistica».

L'azienda, con sede a Teramo, ha fatturato nel 2005 circa 40 milioni di euro (ai quali ora si aggiungono i 15 milioni di Turbosound) e negli ultimi esercizi ha registrato un trend di crescita del 26%.

Adesso che la Proel è, per dimensione, la 40esima azienda al mondo nel campo delle apparecchiature musicali, sembrano ormai lontani i primi Anni '90 quando all'esordio il marchio contava appena sei dipendenti: oggi, a una quindicina d'anni di distanza, ne ha 120, ai quali si sommano gli operatori dell'indotto nazionale e internazionale (un migliaio di persone solo in Cina). «All'epoca pareva impossibile per una realtà italiana competere con i colossi mondiali — continua Sorbi.



Fabrizio Sorbi, presidente della Proel

— In particolare nel campo dei prodotti a basso contenuto tecnologico. Una sfida che sembrava già persa in partenza». Fu allora che l'ingegnere tentò la via delle joint venture con aziende straniere. Le prime arrivarono subito: nel 1993 in Inghilterra, quando fu creata la Proel International Ltd, e nel 1995 con l'approdo negli Stati Uniti, a El Paso, Texas. Poi ne vennero altre sei, comprese le tre realizzate in Cina. «Una presenza diretta su quel mercato aiuta a proteggersi dalle contraffazioni — afferma Sorbi — e comunque siamo presenti sul posto con personale italiano, che assicura qualità alla produzione». Tutte le tecnologie vengono comunque da Teramo, e Sorbi tiene a sottolinearlo. Il 5% del fatturato è destinato all'innovazione, cui lavora un team di 15 ricercatori. A questi si

aggiungono ogni anno 12 laureati delle vicine facoltà di ingegneria, e i migliori tre o quattro restano in azienda. «I rapporti con le università? Difficili, quando la Proel era una piccola realtà. Oggi sono costanti e proficui, al punto che è allo studio uno spin off con l'Università di Ancona nel settore delle tecnologie digitali».

La corsa all'innovazione della Proel ha fatto poi un salto di qualità nel 2003 quando, attraverso fondi di private equity, è entrata nell'azionariato Alcedo Sgr. «Non ci serviva ulteriore liquidità — spiega l'ingegnere — ma Alcedo ha portato una cultura aziendale matura, un linguaggio diverso, utile alla crescita del management». E utile in vista della quotazione in Borsa che Sorbi pensa di effettuare nel corso del 2007.

IMAGOECONOMICA