



## • L'ANTEPRIMA •

Anticipazioni sulle novità più importanti del Car Stereo

# HERTZ, L'HI-END DA "PREDISPOSIZIONE"

La nascita di una stella è evento che nessun astronomo al mondo vorrebbe perdersi. Assistere alla formazione di un ammasso stellare fa comprendere allo scienziato più di quanto mille libri o cento corsi universitari possano insegnargli. Lo stesso vale per lo studioso di marketing, o più modestamente, nel caso nostro, per l'appassionato di car hi-fi. Di tanto in tanto può capitare di assistere a un evento straordinario: la nascita di una nuova azienda, o di un nuovo marchio. Ne è nato uno proprio di questi tempi, si chiama Hertz e fa capo al gruppo Elettromedia, nel senso che viene commercializzato dallo stesso distributore di Audison e Audison Cable. In realtà la Elettromedia non si limita (limita?) a distribuire i prodotti Hertz, ma partecipa attivamente alla progettazione, alla realizzazione.

### L'anello mancante

Con Audison e Audison Cable, Elettromedia occupava - e occupa, beninteso - una posizione di rilievo nei settori degli amplificatori e dei cavi, con annessi accessori. Tra l'altro gira voce che siano allo studio, presso gli Audison Labs, sofisticati sintonizzatori dotati di servomotore e uscite bilanciate, e se questo è vero vedremo l'azienda italiana impegnata anche sul fronte delle sorgenti di segnale. Mancavano gli altoparlanti, ed è proprio qui che si inserisce Hertz. Già, il nuovo marchio produce trasduttori, altoparlanti. Ma non solo: in catalogo ci sono alcuni prodotti del tutto originali, inediti, come per esempio schermi LCD di notevoli dimensioni, ideali per i nuovi sistemi di navigazione, o per l'A/V. E così Elettromedia apre al futuro, il che non significa che Audison e Audison Cable siano aziende retrograde, o arretrate. Intendiamo



**Prima d'ora non c'era troppa scelta: accontentarsi della mediocrità degli altoparlanti da predisposizione, oppure affrontare le pur affascinanti difficoltà dell'installazione d'alto livello. Oggi c'è una terza via: gli altoparlanti Hertz**

di Marco Galloni

Hertz - Italia  
Distributore:  
Elettromedia  
s.s. Regina 571, km 6,250  
62018 Potenza Picena (MC)  
tel. 0733/870870

dire che sono aziende tradizionali che operano in settori "classici". Con Hertz c'è questa apertura verso il futuro remoto, il futuro dei pronipoti.

Gli Hertz non sono altoparlanti per maniaci audiofili. Non si tratta di quei trasduttori che costano quanto una moto di media cilindrata e magari suonano anche, ma hanno il brutto vizio di farlo solo in condizioni particolarissime. Gli Hertz suonano bene, e lo fanno sempre, in qualsiasi situazione, che li si installi

su una prestigiosa berlina o sulla più modesta delle utilitarie, che piova, tiri vento o rifulga il solleone. Sono altoparlanti per molti, forse per tutti, nel senso che la fascia di prezzo è quella dei grandi numeri. Ma attenzione. Non si tratta di aggettivi da battaglia. Sono trasduttori seri, serissimi, progettati e costruiti con tutti i crismi. Quasi tutti i modelli a catalogo sono pensati per sostituire gli altoparlanti di serie, quelli che ormai quasi tutte le case automobilistiche forniscono compresi nel prezzo. Non ci vuol molto, in verità, a migliorare gli altoparlanti di predisposizione. Un ellittico da televisore anni '70, forse, suona già meglio. La Hertz poteva pertanto accontentarsi di fare - e di dare - quel qualcosa in più, e basta. Ma ha deciso per una strategia ben più potente, ben più efficace. Chi sostituirà gli altoparlanti di predisposizione con gli Hertz non guadagnerà qualcosa. Guadagnerà molto, moltissimo, guadagnerà tutto, nel senso che si troverà di colpo proiettato in un mondo che non conosceva: quello dell'hi-fi.

### I criteri di progetto

Il nome è importantissimo, fondamentale, per il successo di un'azienda o di un prodotto. La storia industrial-imprenditoriale è piena di esempi, al riguardo. Un nome indovinato può





portare al successo un prodotto; un nome sbagliato può distruggerlo. Vi interesserà sapere che i Baci Perugia, prima di chiamarsi così, portavano l'imbarazzante nome di "Cazzotti". Non c'è da stupirsi che stentassero ad affermarsi sul mercato. Così come faticava a trovare il successo - dicono le cronache - la Supercrema Giandujot, finché qualcuno non pensò bene di chiamarla Nutella. Ci si potrebbe chiedere in che misura il nome contribuisca al successo di un prodotto, o di un marchio, ma forse è meglio non uscire dal seminato. Ai signori della Elettromedia occorre un nome che fosse nuovo, eppure a tutti noto; fortemente caratterizzante, eppure universale. Niente di meglio che Hertz, l'unità di misura della frequenza. Chiunque si occupi di elettronica ne sa qualcosa; però non esisteva alcun prodotto che si chiamasse così, e in questo senso il nome è nuovo.

Gli altoparlanti Hertz non nascono a tavolino, su quei tavolini da lavoro di distaccati ingegneri che non hanno mai messo piede in un centro di installazione, e men che meno hanno mai installato un altoparlante in vita loro. Nascono dalla mente e dall'esperienza di alcuni espertissimi installatori, che la Hertz usa come consulenti. Ecco di nuovo la strategia che ha portato al successo Audison e Audison Cable: il contatto assiduo, costante con gli installatori. Il contatto con la realtà, con i problemi di tutti i giorni, con ciò che effettivamente è utile e necessario. La Hertz è lontana anni luce da quelle aziende idealiste che progettano in base alle allucinazioni di qualche geniale pensatore, e poi cercano di convincere l'acquirente. Ma come: non vuoi il mio speciale altoparlante in seta di Benares che suona solo nelle notti di mezza estate e se, ben s'intende, il tasso di umidità non supera il 12%? Sei proprio un bruto, un cafone, un ignorante (anzi: un bvuto, un ignovante). Alla Hertz, grazie al Cielo, non si ragiona così. Alla Hertz si ha il massimo rispetto per l'installatore, per il cliente: per la realtà.

## Quel che conta è il suono

I concetti sui quali si basano gli Hertz sono semplici, chiari: elevata efficienza, grande tenuta in potenza, medio alti aperti e puliti. Cioè esattamente quello che gli altoparlanti di serie non hanno, non possono avere. Le curve di risposta di alcuni modelli, ci ha confidato il progettista, possono non essere esemplari. Quel che conta, per noi, è il suono, la timbrica. Poco importa se poi i risultati dei test di laboratorio non sono da primato.

Il catalogo comprende tre serie: gli Hi-Energy, gli Hi-E Comp e gli Hi-E Coax. Gli Hi Energy hanno il loro punto di forza nell'elevata sensibilità e nella tenuta in potenza, ciò che consente di sfruttare al massimo gli stadi finali del sintolettore, oppure di usare un amplificatore esterno. Gli Hi-E Comp sono studiati per risolvere la maggior parte dei problemi che affliggono l'installatore, problemi di installazione, di diffusione polare, di efficienza. La serie comprende due tweeter al neodimio con cupole da 19 e 25 mm, denominati rispettiva-



*Se questo è un altoparlante da predisposizione, allora per noi è giunto il momento di cambiar mestiere. Chi ci capisce più niente?*



*Il cestello, in lamiera, è leggero ma robusto. I cavetti che uniscono i morsetti con la bobina sono ammortizzati con il silicone.*

mente HT-19 e HT-25. Hanno il raffreddamento al ferrofluido e la cupola è realizzata con un particolare materiale denominato Tetolon. Poi ci sono l'HMV-110 e l'HMV-130, midwoofer da 110 e 130 mm; quindi l'HV-165, l'HV-200 e l'HV-200S, woofer da 165 e 200 mm, e infine gli HV-570 e HV-690, woofer ellittici da 5x7 e da 6x9".

Abbiamo il privilegio di poter dare un'occhiata - solo un'occhiata, per il momento - a uno di questi altoparlanti, il woofer HV-165. Ha un cestello in lamiera leggero ma robusto. Il magnete ha dimensioni generose, e alcune

serigrafie vistose denunciano gli intenti bellicosi del piccolo woofer: "180W", sta scritto a lettere gialle. E poi: "92 dB/SPL". La membrana è in poliamminide a iniezione caricata con grafite, e non ha nulla da invidiare - in quanto a robustezza, consistenza e, perché no?, bell'aspetto - alle membrane di woofer assai più costosi. Anche la sospensione promette bene. È in gomma, come in gomma è la "guarnizione" applicata sul bordo del cestello. La bobina, realizzata con filo di notevole sezione, è avvolta su formatore di kapton. Da segnalare ancora il copripolvere a ogiva e lo spider a onda larga. Certi piccoli, apparentemente insignificanti particolari rivelano l'elevato livello costruttivo. La giunzione dei cavetti che vanno dai morsetti alla bobina, per esempio, è ammortizzata con il silicone.

*Il magnete ad alta energia del woofer Hertz HV-165.*



## Conclusioni

Secondo un vecchio - e sbagliatissimo - luogo comune, le aziende nascerebbero dalle idee. Ma quando mai? Le aziende nascono dall'azione, dall'impegno, dal lavoro. Le idee, a ben guardare, combinano un sacco di guai, perché hanno la brutta abitudine di non voler quasi mai andare d'accordo con la realtà. La Hertz, invece, si basa sui fatti, sulla concretezza.