

producción **audio**

Febrero '10 | €4.60 | n° 75 | www.produccionaudio.com



:: NOTICIAS

**Nuevos productos
Avolites**



:: ANALISIS

**Bose L1 Compact
Ingenio compacto**



:: REPORTAJE

**Workshop Roland
RSG en Madrid**



:: REPORTAJE

**Winter NAMM 2010
Regreso a la fiesta
de la música**

Live in music

NAMM

belong to NAMM

NAMM

The NAMM Show is
NOT OPEN TO THE PUBLIC

Music Products Trade Only
Retail music credentials required for entrance

PHOTO ID REQUIRED

NO PERSONAL INSTRUMENTS

Only Exhibitors can enter with music product
Leave them in your car, please.

NO BABY STROLLERS

Leave them in your car, please.

NO UNACCOMPANIED MINORS

A signed Release Form is required
for ANYONE under 18.



NAMM SHOW 2010

Regreso a la fiesta de la música

Por João Martins

Del 14 al 17 de enero, el certamen NAMM 2010 volvió a registrar un incremento en visitantes, viviéndose un clima de gran alegría y optimismo en los diferentes segmentos tradicionalmente presentes, con especial relevancia para el área de los instrumentos musicales. El área de grabación vive también un momento interesante, aunque las noticias hayan sido relativamente pocas, mientras que en el segmento del audio profesional se encontraban algunas buenas sorpresas, sobre todo con nuevas marcas y productos innovadores. Como balance final no podemos decir si hay o no motivos para grandes celebraciones, ya que el mercado sigue siendo muy inestable, pero todos nos fuimos de Anaheim con un buenas sensaciones y e ideas para los próximos años.

Para definir la edición de NAMM 2010 únicamente podemos decir que hace ya mucho tiempo que no veíamos el centro de exposiciones de Anaheim tan animado y tan lleno de gente (lo cual no quiere decir que fueran todos profesionales, tal como se podía notar en algunos momentos de delirio colectivo en que filas interminables de fans esperaban con cámara y papel en mano la oportunidad de pedir un autógrafo y sacar una foto con algunos de sus ídolos). Pero la verdad es que las apariciones de artistas famosos, nuevos y viejos, nunca fueron tantas y tan numerosas.

La aparición de Quincy Jones y de Yoko Ono en el certamen, invitados para hablar de la importancia de la educación musical para niños y coincidiendo con el 70º aniversario del nacimiento de John Lennon, fue uno de los momentos álgidos. De modo general, la aparición de nombres como Jason Mraz, Ted Nugent, Joe Satriani, Al Di Meola, Santana, Slash, Eddie Van Halen, Chad Smith, Stevie Wonder, Gene Simmons, Vince Gill, Michael McDonald, Kenny G, Natalie Cole, John Ondrasik y Jon McLaughlin, entre muchos otros,

contribuyeron muy positivamente a un fantástico clima.

Durante los tres primeros días la afluencia de público fue siempre en crecimiento, con los dos primeros días de actividad frenética (ruedas de prensa, demostraciones, etc.) y con el sábado convertido en una auténtica marea humana, que hacía imposible circular. Felizmente, el último día del certamen comenzó con una mañana más tranquila, donde incluso los artistas ya podían circular por feria sin guardaespaldas. Para nuestra revista fue también la oportunidad de hablar libremente con muchas de las personas antes inaccesibles, ver novedades de cerca y captar aquello que resultara más.

Fueron así cuatro días de un clima bastante motivador, y se podían detectar sentimientos de solidaridad entre stands y el deseo común de recibir buenas noticias económicas.

Después del clima de incertidumbre del pasado año, NAMM Show 2010 terminó, por lo menos, prometiendo regresar. La organización confirmó la presencia de 87.569 visitantes, con un aumen-

to del 2% en relación al año pasado, así como la llegada de 250 nuevos expositores, sumando un total de 1.373 stands. A pesar de los muchos recién llegados, el número de stands sufrió una disminución significativa en relación al año pasado (1505) y mucho mayor aún en comparación con 2008, donde se alcanzó la cifra récord de 1560 expositores.

Hubo también una ligera reducción en la participación internacional (un 2% menos según la organización) y, sin duda, el incremento en el número de visitantes fue posible gracias a cierta "tolerancia" en la apertura al público, teniendo en cuenta que se trata de un certamen profesional. De modo general, NAMM Show 2010 registró muchos menos stands de origen asiático (al contrario de lo que ocurre en Frankfurt), y fue también notorio que las otrora marcas bandera de la industria norteamericana, tales como Gibson, prácticamente han desaparecido.

Tal como ya veníamos comentando, en los últimos años, las marcas americanas de instrumentos musicales que han sobrevivido lo han hecho



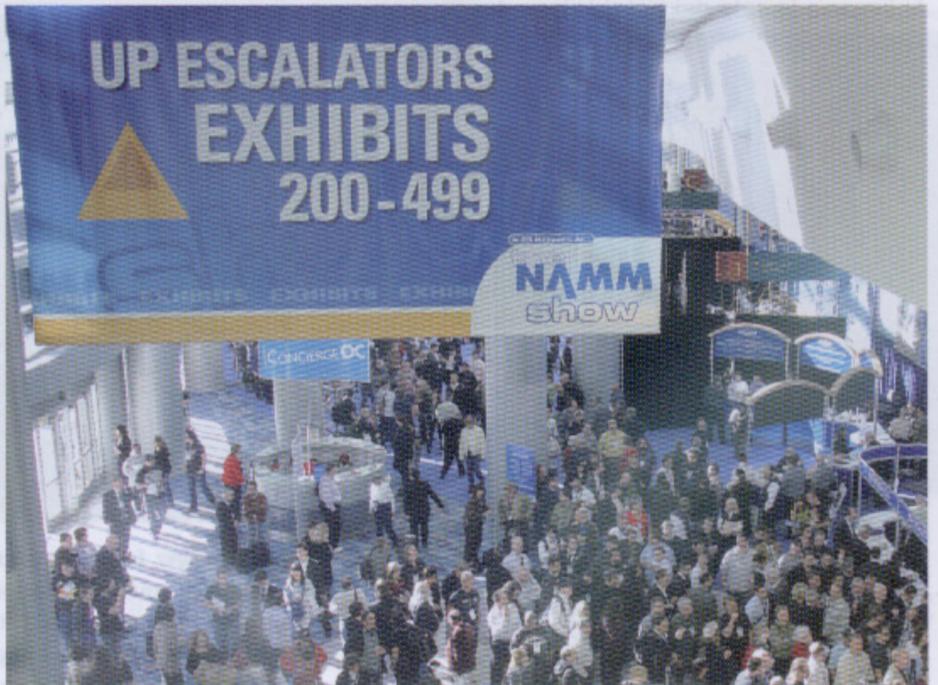
Año tras año, el ritual del NAMM Show se repite sin grandes cambios. Este año, Quincy Jones y Yoko Ono fueron invitados a hablar de la importancia de la educación musical y celebraron el 70º aniversario del nacimiento de John Lennon

a costa de trasladar sus fábricas a China u otros países asiáticos. Este año hemos visto regresar a NAMM numerosos pequeños fabricantes artesanales de origen norteamericano, que demostraron que existe una reacción ante el estado de la economía, pero será en el nuevo escenario global donde se defina la situación del mercado de los instrumentos para los próximos años. La organización, consciente de todo esto, no cesó en el intento de promover iniciativas de cara a informar a la industria acerca de las nuevas estrategias de comercio, merchandising y marketing durante las sesiones de su NAMM University. Por su parte, los comerciantes norteamericanos ya se van acostumbrando a la idea de que el mercado ha cambiado para siempre y que el apelativo "Made in USA" significa un mercado cada vez más "vintage" y de segunda mano. Ejemplo de ello es el grupo Fender, que exponía en una zona separada y basándose en una muestra impresionante de la colección de marcas en las que Fender sustenta a su estrategia. Es decir, no dando ya una imagen de fabricante, sino más bien una imagen de grupo global de distribución.

Según los responsables de Fender, los pedidos ya están aumentando en 2010 y la respuesta del mercado a las nuevas propuestas (tales como combinar tecnología digital en nuevos productos o el relanzamiento de muchos productos de tipo "revival") parece ser positiva. También queda claro que son las marcas más innovadoras tecnológicamente (entre las que podemos citar Line 6, Alesis, Numark, Roland o incluso Behringer) las que tienen motivos para ser más optimistas. Se demuestra que la combinación de tecnología con costes industriales controlados y precios altamente competitivos, son la fórmula que les hace crecer en todo el mundo. Tal como sugería el slogan de la organización para el NAMM Show de este año, "Get Ready", la idea general consistía en transmitir confianza y optimismo a toda la gente, una vez que se demuestra nuevamente que las industrias ligadas al entretenimiento y la educación, como son los instrumentos musicales, el audio y las tecnologías del espectáculo, en general, siempre se han mostrado bastante resistentes a los malos ciclos económicos, o incluso han demostrado capaci-



dad de crecimiento en contextos de recesión. El problema es que las circunstancias de 2010 son diferentes y la situación hace necesarios cambios urgentes.



Más público, no necesariamente profesional, contribuyó a un NAMM Show 2010 claramente animado. El primer día, las filas para acceder al recinto eran desde luego un buen indicador



El stand de Jocavi de NAMM 2010 se quedó pequeño para mostrar la enorme gama de paneles de la marca. Fue grande el interés por parte de los visitantes

Según supimos por parte de una de las mayores cadenas detallistas de instrumentos musicales de los Estados Unidos, después de una Navidad de 2009 algo "cautelosa", las perspectivas de crecimiento en 2010 son ya seguras, aunque la empresa afirma apostar sobre todo en "soluciones que nos separen de la competencia, productos nuevos e innovadores".

Por el lado de los fabricantes, a pesar de que todos han acusado la reducción registrada en los EE.UU., todos se mostraban confiados de cara a 2010, con los negocios creciendo en el resto del mundo, particularmente en Asia y América Latina.

BEHRINGER/MUSIC GROUP: NUEVA FUERZA

NAMM Show 2010 empezó para Producción Audio con la fiesta de distribuidores de Behringer, a la cual la prensa especializada internacional fue también invitada y que transcurrió en la víspera de la apertura del certamen.

Teniendo en cuenta las recientes noticias relativas a la formación de Music Group por parte de Behringer, de la adquisición de Midas y de Klark Teknik al grupo Bosch y la intención de continuar una estrategia de expansión a través del refuerzo de su capacidad industrial y eventuales nuevas adquisiciones, nuestra curiosidad sobre lo que allí sería anunciado era grande.

Al llegar a la sala del hotel Hilton donde tendría lugar el evento fuimos inmediatamente sorprendidos con un escenario lleno de equipamiento, así como una zona en el fondo donde había otros muchos productos tapados por tela negra.

Identificamos rápidamente dos rostros familiares, los de John Oakley y Richard Ferriday, de Midas/Klark Teknik, a quienes nos dirigimos, sabiendo que más tarde sería imposible hablar con ellos.

Visiblemente satisfecho y bastante proclive a conversar abiertamente, John Oakley nos confirmó aquello que luego diría delante de todo el mundo. La satisfacción por la adquisición era enorme, teniendo en cuenta que la relación con el grupo Bosch ya se venía deteriorando desde hacía algún tiempo. "Ni siquiera con Telex nos sentimos verdaderamente integrados antes, y se hizo evidente tras la adquisición por parte de Bosch que no pensábamos de la misma forma. Nuestra forma de encarar el mercado y nuestra dedicación a un área tan específica como es el segmento

top del audio profesional era claramente incompatible con los intereses de un grupo tan grande como Bosch. Nosotros para ellos éramos demasiado pequeños y nuestro mercado no pasaba de ser un nicho. Por todo ello, este proceso que ha terminado con nuestra adquisición por parte de Music Group nos ha dejado muy satisfechos".

"Antes hubo varios candidatos a comprar nuestra empresa, el proceso duró varios meses, pero cuando conocí a Uli Behringer, todo cambió. Él se presentó en una reunión sin ningún proyecto o propuesta formal, y simplemente me invitó a visitar el centro de investigación y desarrollo de Behringer, en Dusseldorf, donde son diseñados todos los productos de la marca. Me dijo que tenía que conocer a todas las personas que trabajan en Behringer y luego decidir. Cuando fui allí me sorprendió el hecho de que Uli no hiciera ningún intento por conducir mis contactos con las personas. Pude hacer las preguntas que quise a cualquier persona y pude ver como allí existía un gran equipo. Después acepté la propuesta para conocer el resto de la organización e hice un rápido viaje por la fábrica en China, por las instalaciones en Singapur y en todas partes encontré siempre el mismo espíritu de alegría, entusiasmo y orgullo por la empresa. Por encima de todo, cuando visité la fábrica en China, pude comprobar que Behringer posee tecnología con la

que nosotros solo soñamos. Behringer tiene una tecnología de control de calidad que a nosotros ya nos gustaría tener, y vi operarios en China testear las mesas de mezcla de Behringer, canal por canal, con los mismos procesos y atención con que nosotros testeamos una mesa Midas... y sobre todo, vi que a todas las personas que conocí les gustaba mucho lo que hacían. Caí rendido. A partir de ahí no dudamos y estamos muy felices de formar parte de Music Group", nos contó un John Oakley visiblemente entusiasmado.

John Oakley también nos reveló que la colaboración con Behringer se inició de inmediato y que, tal como Uli Behringer afirmaría posteriormente en su discurso formal, la colaboración entre los centros de investigación y desarrollo de ambas organizaciones está ya dando frutos para ambas gamas de productos. Una colaboración tecnológica que será acompañada por un significativo refuerzo para los recursos de Midas y Klark Teknik. Finalmente, hay que decir que se reiteró varias veces una separación completa en la actividad de comercialización y distribución de las marcas.

Pero la rueda de prensa de Behringer quedó también marcada por la intervención de Uli Behringer, fundador y actual chairman de Music Group, acompañado siempre por Michael Deeb, CEO y gestor estratégico de las empresas del grupo. Reafirmando la vertiente multinacional del grupo, Uli Behringer



Uli Behringer, fundador y actual chairman de Music Group, hizo una intervención entusiasmada en el evento de la marca para distribuidores y prensa, anunciando una nueva imagen y un nuevo slogan que marcan el inicio de una nueva etapa de expansión. Behringer ofreció un repaso a sus diversos segmentos de productos y presentó más de 50 novedades



John Oakley, director de Midas/Klark Teknik, hizo su intervención en la recepción de Behringer/Music Group y compartió con todos los presentes los motivos que llevaron a Midas a aceptar la oferta de adquisición de su empresa