

### *Долгая история технологии и культуры*

История компании Paso... Эта итальянская марка утвердилась на внутреннем и на международном рынке благодаря высокому уровню технологий и качества в решениях для трансляционных систем. Традиция продолжилась после перехода к FBT и будет продолжаться при открытии новых рынков; на самом деле, она берёт начало в далёком 1931 году, когда была основана компания Geloso.



Официальная история Paso началась в 1973 году...

Хотя первым годом компании Paso считается 1973-й, но её корни уходят глубже, в 1931-й, год появления другой исторической и очень любимой итальянской компании Geloso из Милана. Приключения компании Paso и её продукции начались с закрытием Geloso в 1972 году после смерти владельца компании, и это сопровождалось проблемами внутреннего управления и сильной конкуренции. Paso приобретает марку и технологии, а затем принимает менеджеров и технических специалистов Geloso, привнеся богатые и даже пионерские знания в сектор систем трансляции. Это было истоками профессиональной индустрии аудиотехники и развития радио- и телевидения в Италии. Солидный технический опыт позволил компании Paso разрабатывать качественные и надёжные решения. В 2000 году появилась марка *Aula* - линейка продуктов высокого класса для конференций. Развитие на международном рынке происходило наравне с внутренним рынком. В 1974 году была создана хорошо известная дочерняя компания American Paso Sound Products. Это дало возможность исследовать области технической компетенции на американском и канадском рынках при сохранении «итальянского стиля» марки. Разработка, развитие и изготовление продуктов Paso всецело ведётся в Италии. В сентябре 2012 года компанию Paso приобрела компания FBT.



Энтузиастам аудио хорошо знакома марка Geloso, известная по магнитофонам, приёмникам, компонентам, а также базовой подготовке любителей и профессионалов в области электроники, благодаря знаменитому Боллеттино. Все эти новые технологии, высоко оцененные как внутри страны, так и за рубежом, образуют основу марки Paso. Она появилась, когда в 1972 году компания приняла помещения и персонал Geloso. Мы говорили об этом с Клаудио Джильи, который возглавил компанию Paso в октябре этого года, и Антонио Фаччони, креативным директором Paso и главой Отдела аудио контрактов компании FBT Elettronica.

*– Что заставило FBT купить компанию Paso, и какие проекты вы планируете на будущее?*

*Антонио Фаччони:* В то время как предыдущий владелец не вполне ценил потенциал марки Paso, мы считаем, что компания Paso имеет свои секреты производства, и она это постоянно доказывала. Это дополняет сферу компетенции FBT. Компания Paso наиболее активна в секторе систем трансляции, и мы заинтересованы сделать предложение отдела аудио контрактов FBT ещё более полным и целенаправленным, полностью включённым в рынки систем оповещения. Geloso всегда была компанией с очень высоким техническим уровнем, и поэтому неудивительно, что Paso стала одной из первых компаний с системой аудио оповещения в своём каталоге, получившей сертификаты согласно действующим нормам, и одной из первых получивших сертификат по стандарту EN54. Это показывает ширину и глубину области компетенции и даёт возможность компании FBT ускорить развитие направлений систем оповещения и конференц-систем на внутреннем и международном рынках.

*- Как был организован новый совет директоров? Что изменилось в компании Paso?*

*Калудио Джильи:* Перед приобретением Paso она была отдалённым спутником группы компаний, основной бизнес которой был очень далёк от бизнеса аудио фирмы. Затем у родительской компании возникли интересы и приоритеты, отличные от интересов компании Paso, недооцениваемой вопреки её престижной истории высоких технологий. 21 сентября 2012 года приобретение было оформлено, и 9 октября был образован новый совет директоров под моим руководством. Большое преимущество заключается в том, что компания FBT является промышленным партнёром в этом секторе; таким образом, две компании действуют сообща. Первым действием совета директоров была организация коммерческого, административного и технического наполнения компании: критически оценить ситуацию, затем определить необходимые мероприятия, сделать Paso конкурентоспособной компанией на рынке при совместных действиях с FBT.

*- В какой точке сейчас находится процесс интеграции?*

*КД:* Мы завершили организационный аспект, начиная со склада, который превратили в компанию, занятую распределением задач; с коммерческой точки зрения, мы выбирали клиентов на основе надёжности и конкретной способности заключать торговые сделки. Говоря техническим языком, интеграция может происходить только через Антонио Фаччони, с которым мы развиваем новые продукты, и мы запланировали инвестиции в зоны технического проектирования и торговли.

*АФ:* Технические и организационные аспекты были равноценны: мы немедленно начали проектирование, что позволило нам выйти на выставку PL+S 2013 во Франкфурте с новыми продуктами, и соблюдая намеченные сроки, мы смогли закрепить свои позиции.

*- Изменилась ли розничная торговля? Изменится ли она в будущем?*

*АФ:* В Италии структура остаётся прежней; за границей сеть будет расширяться: в некоторых регионах дело уже хорошо налажено, другие необходимо усиливать. В этом отношении Paso и FBT действуют независимо друг от друга: этот аспект также со временем изменится.

*КД:* Мы начали работать над полнотой предложения для обеих марок; сейчас мы оцениваем, как нам лучше сделать предложение максимальным, пусть даже избирательно. Структура осталась той же: у каждой фирмы существует сеть распространителей.

*- Какой компетенцией должен обладать ваш дистрибьютор?*

*АФ:* Наши агенты, перечисленные на нашем сайте, обладают компетенцией в своём секторе. Они способны интерпретировать запросы клиентов, но обладают чёткими навыками торговли. Когда мы разрабатываем продукт или предоставляем помощь, действует компания FBT, обладающая технологией принятия индивидуальных решений: это наша сильная сторона. Помимо гарантий, сертификатов и поддержки, предоставляемых FBT и Paso, наши дистрибьюторы часто имеют свои собственные, например, продление гарантийного срока: это демонстрирует оказываемое нам доверие.



- Как вы работаете за границей?

*КД:* В некоторых регионах у нас есть распространители, которые также представляют нас с точки зрения имиджа: структурные компании, представляющие линию Paso, возможно, бывшие распространители марки Geloso, в которых произошла смена поколений (как в странах Бенилюкс): они могут делать универсальные проекты и предоставлять полный спектр услуг. В других регионах, включая стратегические, например, Германию и Великобританию, присутствие Paso неоднородно. Цель состоит в полном изменении картины, перемещение в те регионы, где компания Paso не представлена или слабо представлена, прежде всего в развивающиеся страны с очень быстрым ростом: Россию, страны БРИКС. Россия, например, имеет огромный потенциал, но необходимо найти подходящих партнёров. Мы открыты для партнёрства с компаниями, учитывая то, что в этой стране имеются средства для их поддержки. Мы оцениваем ситуацию очень внимательно: стратегия зависит от рынка, не только в этом случае, но и везде.



- Каким партнёром является Paso?

*КД:* В соответствии со своим деловым образом, мы передаём технологию и предлагаем обучение сотрудникам нашей партнёрской сети. Прежде всего это обучение установщиков продуктов, последнее звено в цепи. Они воспринимают компанию Paso как профессионала, способного поддерживать клиента и при необходимости оказывать помощь. Этот образ мы хотели бы распространить: надёжные партнёры для установщика, которые остаются также после продажи, и при этом обладающие исключительным конкурентным преимуществом. Этот образ нам необходимо поддерживать также благодаря FBT. Обе фирмы

могут использовать преимущества: уменьшение размеров бизнеса, динамичное качество и надёжная компания как сильный тыл. Чтобы рассказать об этом, вероятно, мы будем проводить целевые мероприятия.

*- Какую стратегию вы используете для ваших продуктов и решений?*

**АФ:** Мы концентрируем инвестиции на системах эвакуации стандарта EN 54, в которых видим огромный потенциал. Вообще можно много говорить о стандартах, и мы участвуем в ANEI Security для обсуждения этой темы. Кто лучше Pasa? Продукты, которые мы привезли во Франкфурт, поступят в продажу в этом году; мы создали их для расширения области трансляции, например, система Pasa с шестью зонами может быть расширена до 256 зон. Это может использоваться в больших торговых центрах, в больницах или аэропортах; от малых и средних установок до крупных и сложных систем. Компания Pasa активна на рынке трансляционных систем, постепенно преобразующихся в системы безопасности. Компания FBT, если говорить об отделе установки звуковых систем, он всё в большей степени специализируется на установках высокого класса, с громкоговорителями разного типа, линейными массивами, колонками, цифровым оборудованием. Две марки, два подразделения, и никаких накладок, каждая фирма имеет свои определённые задачи.



*- Собираетесь ли вы объединить марки и сети в единый интеграционный проект?*

**КД:** Pasa и FBT интегрируются; каждая фирма поддерживает собственный образ, чтобы сохранять конкурентоспособность, не посвящая себя одной бизнес-модели, но извлекая преимущество из синергии.

**АФ:** Сегодня запросы варьируются от простых небольших систем внутренней трансляции до систем оповещения об эвакуации и высокопрофессиональных систем: полный ассортимент продукции доступен по общим контактам, но каждая компания поддерживает собственный образ.

**КД:** Если бы мы не верили в эту стратегию, мы бы не могли инвестировать так много времени и ресурсов в её внедрение. Всего за восемь месяцев мы активировали ряд важных действий. Метод – быстрота и экономное расходование ресурсов, эти цели в равной степени находятся в центре внимания компании.

*- Что является отличительной особенностью Pasa?*

**КД:** Рынок всегда распознавал способность предоставлять универсальные проектные решения: от идеи до реализации, переход от процесса разработки и проектирования до завершения с послепродажным обслуживанием. Также имеет значение аспект «Сделано в Италии», который очень ценится в некоторых странах, например, в странах Ближнего Востока, к которому Pasa добавляет дополнительную ценность - сертификаты безопасности EN 54-24. В конце июня во Франкфурте началась презентация производства сертифицированных громкоговорителей всех итальянских марок, а теперь Pasa также выпускает продукцию для FBT.

*- Как вам удаётся сочетать высокий уровень сервиса и конкурентоспособность на рынке?*

**КД:** В самом деле, тип и качество предоставляемого нами обслуживания требуют расходов, так что ради конкурентоспособности нам необходимо ориентироваться на безупречную организованность. Это означает способность предоставлять обслуживание, и даже если в денежном отношении это непросто для клиента, это ценится. У Pasa должен быть сильный центр силы как на внутреннем, так и на международном рынке, и то, чего не хватало раньше: интернационализация. Это путь с долгосрочными целями; сейчас мы должны оставаться на рынке, даже если сценарий будет совсем не в розовых тонах. Pasa - компания с истинным смыслом: я вижу возможности и технологии для работы в неосвоенных областях, или в тех, за которые брались неправильно. Короче говоря, это хорошая машина, её нужно отрегулировать, чтобы она могла выдавать максимум возможного, и разумно и практично инвестировать в новое, стараясь не вдаваться в

неизведанное, так как сегодня никто не в состоянии себе это позволить. Мы смотрим дальше ближайшего будущего, не забывая о насущном.

\*\*\*



Bollettino tecnico Geloso (технический бюллетень geloso), бесплатное ежеквартальное издание, которое было необходимо для выполнения ремонта и тонкой регулировки бытовой аппаратуры Geloso. Бюллетень содержал также обновления, инструкции и всё, что необходимо было знать специалистам и любителям того времени. Издание было основано в 1932 году Джоном Гелозо, и его ценили за распространение знаний в то время, когда образование и учебные центры для сектора электроники были редкостью, а документы держали в секрете.