

Giulianova. Fabrizio Sorbi: la PROEL spa ha come obiettivo fondamentale l'ampliamento costante della gamma ma soprattutto l'innovazione continua dei prodotti.

Per questo motivo ha concentrato nella società PROEL LAB tutte le attività strategiche di ricerca e sviluppo del Gruppo, aumentando gli investimenti di oltre il 50% nell'anno 2017, raggiungendo così la quota del 5% su un fatturato di circa 32 mln di Euro.

Forti della presenza d'ingegneri con esperienza maturata negli anni, PROEL LAB è un team specializzato in grado di ideare, progettare e realizzare sistemi audio, lighting e strumenti musicali digitali con l'utilizzo di nuove tecnologie hardware e software.



Presidente PROEL Fabrizio Sorbi

PROEL ha messo in atto un ambizioso piano di sviluppo a breve-medio termine (3 anni) principalmente concentrato su tre priorità: aumentare la quota di mercato attraverso lo sviluppo di nuovi prodotti utilizzando nuove tecnologie; Investire sul mercato Europeo e aprire il mercato Nord Americano; Valorizzare il Made in Italy tramite il design strategico e l'affidabilità dei prodotti.

I tre obiettivi sono legati con un filo conduttore unico: Prodotto-Mercato; per questo motivo la leva strategica dell'utilizzo di nuove tecnologie è decisiva soprattutto alla presenza di mercati molto specialistici e professionali. Per raggiungere questi obiettivi il team di Ricerca e Sviluppo del Gruppo PROEL ha intenzione di sviluppare una serie di prodotti unici nel settore strumenti musicali digitali del brand DEXIBELL, impiegando la più innovativa e recente tecnologia hardware, non utilizzata dai vari competitors mondiali. Tramite l'utilizzo dell'elevato potere di calcolo, fornito dalla nuova tecnologia, unito a uno SVILUPPO software molto specialistico con l'inserimento di nuove funzioni, PROEL sarà in grado di migliorare sensibilmente la qualità sonora e semplificare il modo di utilizzo di una nuova linea di prodotti denominati VIVO. Il progetto è di fornire al consumatore un nuovo e professionale approccio nel suonare la musica e di non temere comparazioni qualitative di prodotto con altre marchi di strumenti musicali digitali, leva strategica per entrare in un mercato dominante come quello Nord Americano.



DEXIBELL Organo Digitale Classico L3

Anche nel settore dei sistemi audio della linea AXIOM saranno immessi nel mercato nuovi prodotti dalle sonorità performanti ma anche e soprattutto di semplice installazione, garantendo un competitivo rapporto prezzo-prestazioni. La linea strategica che distinguerà il prodotto AXIOM dalla concorrenza sarà di aggredire il vasto mercato Nord Americano degli eventi locali con un prodotto performante, affidabile e con il supporto tecnico di personale specializzato per la scelta del sistema audio più adatto alle specifiche esigenze e fornire un valido supporto alla migliore configurazione. La strategia prodotto-servizio è molto apprezzata anche dalle società di service perché possono avvalersi delle competenze e cooperazione con la casa costruttrice.

La missione di PROEL LAB, per tutte le linee di prodotto, è inoltre la realizzazione del “ **Total Made in Italy**” con l’obiettivo di sviluppare prodotti con un “industrial design” fortemente italiano. Uscire dagli attuali standard di mercato proponendo forme innovative più vicine ai gusti contemporanei differenzieranno i prodotti PROEL dall’attuale offerta dei nostri competitors. Inoltre il Gruppo PROEL ritiene strategico che il “Made in Italy” sia anche sinonimo di qualità e di affidabilità del prodotto al fine di sviluppare al massimo la “customer satisfaction” del cliente finale.

La PROEL vuole sostenere nel prossimo triennio un importante piano di sviluppo con il raggiungimento di un fatturato di **50mln di Euro**. Per il raggiungimento di quest’ obiettivo PROEL effettuerà importanti investimenti: **Investimenti per lo sviluppo dei nuovi prodotti (4,5 mln di Euro su 3 anni)** L’investimento in R&S è finalizzato a sostenere la crescita del mercato internazionale. Alta qualità, prestazioni, design e bassi costi di gestione sono l’obiettivo fondamentale. **Investimenti sulle partecipate estere (1 mln di Euro)** Potenziamento della **PROEL NORD AMERICA** per garantire una struttura adeguata per quello che rappresenta il più grande mercato a livello globale. Aumento di capitale che porterà ad acquisire una percentuale del capitale del 40% su consociata **Francese**. Aumenti di capitale sono previsti su **PROEL Tunisia** e **PROEL UK** e soprattutto la costituzione di due nuove filiali estere, **PROEL GERMANIA** e presidio commerciale a **DUBAI**. **Investimenti differenziati, legati all’incremento delle vendite (oltre 2 mln di Euro)** Concentrazione su investimenti in capitale umano e marketing