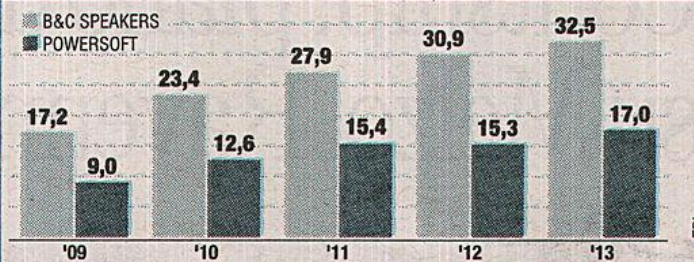




I FATTURATI In milioni di euro



Qui a lato,
Lorenzo Coppini
(1) presidente di
B&C Speakers;
l'amministratore
delegato di
Powersoft **Luca**
Lastrucci (2)

Il polo toscano del suono hi-tech Scandicci amplifica anche La Mecca

UNA VENTINA LE AZIENDE
LA PRIMA HA IL 15% DEL
MERCATO MONDIALE DEI
SISTEMI DI AMPLIFICAZIONE
PER GRANDI EVENTI
PROGETTI COMUNI DI
RICERCA E CON L'UNIVERSITÀ
ORA STANNO STUDIANDO
COME CANCELLARE I RUMORI

Maurizio Bogni



Firenze

Pensiamo di affacciarci ad una finestra: caotico traffico di auto e tir, aerei e persone vocianti, ma nemmeno un rumore, il silenzio assoluto. Nel futuro del polo fiorentino del suono potrebbe esserci questa invenzione: un rivoluzionario apparato «mangia rumori». Intanto si lavora a qualcosa di più immediato nel laboratorio Inea (ingegneria elettroacustica) del quale fanno parte anche tre dipartimenti universitari: un sistema composto da sensori, amplificatori e altoparlanti che si rimbalzano una precisa onda di rumore e emettono un "antidoto", che neutralizza la fonte di frastuono e rende silenzioso l'ambiente. Trainano la ricerca un'avanguardia di aziende familiari dell'area fiorentina. Si chiamano B&C Speakers, Powersoft e K-Array quelle del Laboratorio Inea, ciascuna leader nel proprio segmento produttivo e con business in crescita. Ma in tutto sono una ventina le aziende del cluster toscano "media e entertainment". Altre sono Uplink, Centrica, Sintetica, Nextworks, Amiconostro, Roboing, Rexolcom. Il loro fatturato viaggia verso i 100 milioni. Collaborano nella ricerca, ma ognuna si mantiene autonoma

per evitare, almeno per ora, di formare un'industria che crei prodotti finiti in conflitto con la grande committenza. «Possiamo però crescere su settori particolare, come trattamento di segnale, diffusione e amplificazione, e abbiamo un paio di dossier aperti che speriamo di chiudere con acquisizioni di aziende entro l'anno», dice in proposito Simone Pratesi, direttore finanziario di B&C Speakers.

Questa azienda di Vallina (Ba-

gno a Ripoli) fa capo alla famiglia Coppini, è stata fondata nel 1946 e la sua produzione di trasduttori elettroacustici, coni e altri componenti d'assemblaggio degli altoparlanti professionali ha accompagnato un pezzo di storia del paese: dai primi driver e trombe impiegati nelle piazze durante la campagna elettorale del 1948, ai sistemi per cinema e teatri ricostruiti nel dopoguerra, dall'impetuoso sviluppo delle apparecchiature audio professionali per

uso all'aperto spinto negli anni Settanta dal boom di rock, pop e quindi concerti dal vivo, alle forniture per Olimpiadi e Campionati del mondo di calcio. Negli ultimi sei anni B&C ha continuato a crescere e ha chiuso il 2012 con ricavi consolidati di 30,71 milioni (+10,9% su base annuale), mol a 7,22 milioni (+13,2%), utile netto a 4,41 milioni (+11,1%). Bene anche nel 2013, durante il quale è passata al segmento Star di Borsa Italiana dopo aver fatto ingresso

a Piazza Affari nel 2007 (+106,3% il titolo nel 2013). Un centinaio di dipendenti, nuovo stabilimento di 10.500 metri quadrati a Vallina, i ricavi di B&C arrivano per il 90% dall'estero (metà dall'Europa, un quarto dal continente americano e un quarto dall'Asia in crescita del 45,6% al 30 settembre scorso). Nella produzione di altoparlanti ha una quota del 15% del mercato mondiale e tra i clienti conta i colossi Nexo Distribution, Qsc Audio, Turbosound, Martin Au-

dio, D&B Audiotechnic, Bose, Yamaha, Yorkville e L'Acquistic.

Altre aziende di punta del polo del suono fiorentino, che collaborano con B&C e tra di loro, sono K-Array (HpSound), che nel Mugello a San Piero a Sieve produce casse acustiche, e Powersoft a Scandicci, che si divide con due gruppi stranieri il mercato mondiale di fascia alta degli amplificatori acustici professionali, fattura 17 milioni, esporta il 90% della produzione e lancia ora nuovi apparecchi per tentare il salto dalla produzione di mega impianti ad una fascia media di strumenti destinati a piazze, grandi magazzini, sale conferenze, hall di alberghi e cinema. Nata come azienda familiare nel 1995, Powersoft ha bruciato le tappe con prodotti capaci di moltiplicare la potenza e la qualità del suono, ma riducendo peso, dimensioni e consumi (fondamentale perché i grandi impianti negli stadi usano gruppi elettrogeni): l'amplificatore Digam fu subito un successo e Serie K si rivelò il miglior prodotto del mondo, favorendo il passaggio dell'azienda dal mercato delle discoteche a quello dei rental (che affittano mega amplificatori per spettacoli all'aperto) e dei grandi impianti realizzati su commessa. «Per la Mecca - spiegano presidente e ad Carlo e Luca Lastrucci, padre e figlio - abbiamo realizzato un'amplificazione da un milione di euro, in cima ad un grattacielo alto 600 metri, che è stata voluta per diffondere fino a 10 chilometri le preghiere del muezzin. Controlliamo l'apparato in remoto da Scandicci».