



B&C Speakers punta su cinema, karaoke e clienti locali per crescere in Cina

di Mariangela Pira

Piedi ben radicati nella provincia fiorentina, e sguardo rivolto all'estero. Il 2015 di B&C Speakers sarà dedicato alla Cina con la possibilità – in futuro – di avviare una propria produzione nel Paese.

Quando si va a un concerto si notano subito gli impianti sonori. B&C Speakers fa questo: produce il cuore tecnico della cassa acustica, ciò che sta dentro gli altoparlanti. Attiva dal 1946 come azienda artigiana, la società nasce grazie a due signori, Borrani e Coppini che si misero a rimaneggiare quello che gli americani avevano lasciato in Italia, le «trombe» ovvero i sistemi di annuncio sonori per le strade, gli stessi che poi furono utilizzati per le prime elezioni del 1948. Da lì pian piano l'azienda è cresciuta, concentrandosi su una gamma

ristretta di prodotti. La volta negli anni 70 quando si affermano i grandi concerti dal vivo e le prime discoteche, con la necessità di impianti ad alta potenza. «Da subito si è stati convinti che gli altoparlanti fossero la cosa che potevamo far meglio», racconta Lorenzo Coppini, amministratore delegato della società che recentemente è stata premiata con i China Awards della Fondazione Italia Cina e di *MF-Milano Finanza*.

Il processo di internazionalizzazione del gruppo parte dagli anni 80, dall'Europa e dagli Usa – dove da subito vengono «agganciati» tre clienti importanti che fanno subito da testimonial a B&C nel resto del mondo. Nel 2007 arriva la quotazione, con la costituzione di

una filiale negli Stati Uniti e in Brasile. Infine, negli ultimi cinque anni il boom del mercato cinese. «Un mercato dove compriamo i nostri semilavorati», prosegue Coppini, «molte delle cose che impieghiamo vengono da là».

È proprio la Cina a rappresentare una delle aree di futura espansione dell'azienda. B&C fattura circa 30 milioni di euro e quest'anno pensa di chiudere intorno ai 32 milioni, dato che secondo quanto afferma Coppini «il 2014 è stato un anno mesto nei primi sei mesi ma si è chiuso meglio con buone prospettive

per il 2015». Un 20% di questo fatturato arriva dalla Cina, ma non è costituito solamente da clienti cinesi, anche da clienti occidentali che lavorano nel Paese. «Un



Lorenzo Coppini



nome su tutti», precisa Coppini, «il gruppo Bose, cui noi vendiamo in Cina poiché loro assemblano là i loro prodotti. Ma il nostro futuro saranno soprattutto le aziende cinesi che esporteranno dalla Cina e che venderanno nel loro, enorme, mercato domestico». B&C lavora molto nel settore dei karaoke, passatempo nazionale cinese e punta sui cinema, comparto in grande espansione con la nascita di spazi cinematografici. Certo, i costi di importazione di semilavorati in Italia, produzione italiana e riesportazione in Cina sono eccessivi, per questo l'obiettivo concreto è quello di sviluppare una parte industriale in Cina, completamente dedicata a quel mercato. Negli Usa la società italiana, che nel settore degli altoparlanti è tra i leader globali, ha una divisione commerciale, «la Cina invece si presta di più a una esplorazione di tipo manifatturiero», conclude Coppini.