



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

*di Mariangela Pira*

**P**iedi 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.