

## B&amp;C SPEAKERS

# Il (buon) suono globale che nasce in riva all'Arno



## Qui Bagno a Ripoli

Lorenzo Coppini guida la multinazionale B&C Speakers, fondata dal padre Roberto nel Dopoguerra. L'azienda è quotata dal 2007

**A**l concerto-record di Vasco Rossi l'estate scorsa a Modena c'erano anche loro: la voce dello «Spericolato» è arrivata ai 220mila fan attraverso gli altoparlanti di B&C Speakers, la multinazionale tascabile di Lorenzo Coppini, specializzata in trasduttori elettroacustici per uso professionale.

Nata in riva all'Arno, a Bagno a Ripoli, nell'immediato dopoguerra da un'idea del padre di Lorenzo, Roberto Coppini, B&C ha fatto in tempo a dotare di altoparlanti le piazze italiane per le elezioni del 1948 e da allora ha continuato a crescere, fornendo i suoi prodotti dovunque ci fosse necessità di una riproduzione accurata del suono, dagli aeroporti alle sale da concerto, dagli stadi ai supermercati. «Il nostro è ancora un lavoro semi-artigianale, dove la qualità e l'innovazione sono molto importanti —, spiega Simone Pratesi, responsabile finanziario del gruppo, che ha portato l'azienda in Borsa nel 2007 —. Malgrado la crisi, quotarsi è stata un'ottima decisione: dai 5 euro del collocamento oggi viaggiamo sugli undici e ci siamo guadagnati la fiducia degli investitori, compresi grandi istituti come Allianz o Lazard, che apprezzano la crescita costante e mantengono circa il 3% ciascuna del capitale», precisa Pratesi, che a sua volta è socio con il 6%, mentre Coppini mantiene una quota di controllo del 56%.

Il salto di qualità, per B&C, è arrivato con il dilagare della musica dal vivo e con la nuova generazione degli anni Settanta e Ottanta. «Ormai facciamo oltre il 90% del giro d'affari all'estero, di cui un quarto in Nord America e un quarto Oriente, ma la produzione è rimasta tutta in Italia», precisa Pratesi, che stima un fatturato di 42 milioni di euro nel 2018 (in crescita sui 40 del 2017 e i 38 del 2016) con 10 milioni di Ebitda e 7 milioni di utile netto. Per mantenere la leadership, B&C punta moltissimo sulla qualità e l'innovazione: ogni anno sforna 150-180 prodotti nuovi. E dopo 70 anni di crescita per vie interne, l'anno scorso si è permessa anche l'acquisizione di un competitor più piccolo, Eighteen Sound, per 7,4 milioni, portando i dipendenti da 120 a 160. Un allargamento prudente, che non cambierà l'orientamento dell'azienda.

**Elena Comelli**

© RIPRODUZIONE RISERVATA