

B&C Speakers...

DA BOTTEGA ARTIGIANA AD INDUSTRIA



Fondata nel 1946, B&C Speakers è un'azienda italiana oggi fra i più grandi e prestigiosi costruttori di trasduttori ed altoparlanti al mondo. Oltre alla progettazione, costruzione e distribuzione dei componenti a marchio B&C, l'azienda fornisce componenti OEM alla maggior parte dei costruttori audio dai nomi più blasonati sul mercato attuale.

Con oltre 90 dipendenti (10% dei quali impiegati nel dipartimento di ricerca e sviluppo) B&C progetta, produce e commercializza tutti i suoi prodotti direttamente dalla sede a Bagno di Ripoli, in provincia di Firenze.

Nel 2009 ha concentrato tutta la produzione e lo stoccaggio dei materiali in un'unica sede che si distingue per l'innovativo livello di qualità costruttiva. Questo nuovo centro di produzione ingloba in un unico capannone quelle che erano cinque diverse unità produttive, mentre l'headquarter è rimasto quello di sempre.

Oltre ad una rete vendita mondiale capillare, B&C conta due uffici di distribuzione negli Stati Uniti (B&C North America, LLC) ed in Brasile, da cui vengono curati direttamente questi due importanti mercati.

Qualche anno fa ci eravamo occupati di questo marchio, facendo visita alla vecchia sede, ma il rinnovo dell'azienda è certamente un buon motivo per incontrare il comandante della nave, **Lorenzo Coppini**, per un aggiornamento che è anche specchio del mercato in cui ci stiamo muovendo in questi anni.

“Da molto tempo sognavamo di trasferirci in questo nuovo sito – ci dice Lorenzo – perché tra produzione e magazzini eravamo arrivati ad avere cinque strutture diverse; non a caso il progetto era stato già approvato nel 2002, con tanto di anticipo all'impresa di costruzione, ma per una serie di vicissitudini, purtroppo e per fortuna, solo nel 2009, l'anno peggiore del mercato, abbiamo cominciato a trasferirci, partendo nel periodo estivo dalla produzione. Oggi la sede, sviluppata su tre piani, occupa una superficie di circa 9000 m² di cui 5000 m² completamente dedicati alla produzione e 4000 m² al magazzino; inoltre stiamo trasformando la nostra vecchia sede amministrativa da 3000 m² integrando gli uffici amministrativi con un centro ricerca e sviluppo dotato di due camere anecoiche più una camera per la prova di potenza degli altoparlanti ed una seconda per le misure di vibrometria e analisi delle distorsioni. Sono molto soddisfatto di questa nuova struttura e della sua organizzazione: nel vecchio stabilimento avevamo una produzione di altoparlanti di circa 800 pezzi al giorno; una volta trasferiti, con l'aumento del personale in produzione del

20%, abbiamo raggiunto una produttività di 1.500 pezzi al giorno. Questo grazie alle nuove linee di assemblaggio che comprendono sistemi e macchine molto innovative e sofisticate, nonché al nostro nuovo programma gestionale che ha snellito molte procedure. Un trasloco che ci è costato molto, anche sotto l'aspetto finanziario: solo per il rispetto delle leggi sulla sicurezza abbiamo investito più di un milione di euro. Spesi volentieri, devo dire, perché teniamo molto alla tutela del lavoratore che è il nostro patrimonio più prezioso.

Qual è oggi il vostro riscontro sul mercato?

Abbiamo avuto un calo significativo nel 2009, periodo che fortunatamente è coinciso con il trasloco, mentre abbiamo avuto il 2010 come anno record, addirittura superiore al 2007, ritenuto dal mercato anno storico! Va specificato che questa produzione è andata prevalentemente all'estero: il mercato USA in particolare ci sta dando delle belle soddisfazioni, come quello del Sud America. Questo fa ben sperare che prima o poi arrivi una ripresa vera anche nel nostro paese, se chi ci governa si decidesse a definire una strategia economica sul medio lungo periodo...

Negli anni Ottanta il marchio B&C o, per gli addetti ai lavori, "i Borrani", erano ritenuti prodotti economici non di grande qualità.

Come avete fatto in questi anni a diventare fra i primi della classe?

In parte hai ragione, in quegli anni il nostro prodotto veniva utilizzato per prodotti autocostituiti, o come secondo equipaggiamento, o in sostituzione ai prodotti stranieri più blasonati. Poi, nel tempo, qualcuno ha cominciato ad accorgersi che i nostri componenti non erano così malvagi e qualche marchio ha cominciato a frequentarci, e l'approccio con questi marchi ha aiutato molto la nostra crescita. La possibilità di confrontarci e scambiare know-how, la nostra voglia di imparare e l'apertura dei nostri clienti nel lavorare assieme su dei progetti ci ha portato a questo traguardo, che non è solo nostro: il prodotto nazionale oggi ha un'immagine nei mercati mondiali molto buona. Da una stima approssimativa, penso che nel mercato professionale, quindi tralasciando il prodotto economico orientale, il prodotto italiano occupi un buon 50%. Senza fare nomi, posso dire che molti dei marchi prestigiosi che oggi vengono presi come riferimento, montano dei componenti B&C, e questo per noi è fonte d'orgoglio, un grosso riconoscimento al nostro lavoro.



In tutti questi anni non vi siete mai fatti ammalare dall'Oriente?

Questa idea era magari più sentita negli anni scorsi, ma ultimamente sta sempre più scemando. Riteniamo che quel mercato per noi sia molto importante, forse essenziale, per il reperimento della materia prima, ed è ad oggi tra i principali per il nostro export, mentre non lo riteniamo interessante per la produzione. Siamo invece sempre più interessati al Brasile, un mercato che ha dei dazi molto pesanti sulle merci in importazione, quindi riuscire ad avere un sito produttivo interno ci farebbe diventare molto più concorrenziali in tutti i paesi del continente americano.

Cosa c'è nel futuro del trasduttore audio?

Se lo potessi vedere nella palla di vetro, non lo confiderei alla stampa! In effetti a questa domanda non so rispondere con grandi certezze, ma per esperienza ti dico che si procede a piccoli passi, e sostanzialmente il prodotto rimarrà lo stesso ancora per un po'. D'altra parte il drammatico rincaro del neodimio ci sta obbligando a trovare soluzioni tecnologiche alternative alle attuali, accelerando i processi di ricerca e sviluppo, e chissà che qualcuno, speriamo noi della B&C, se ne esca con qualche idea innovativa. In questa prospettiva, avendo personalmente molta fiducia nella cooperazione tra aziende diverse, abbiamo appena costituito un laboratorio di ricerca, denominato ENEA, tra un gruppo di imprese toscane – B&C, Powersoft, HP Sound e Audiomatica – e tre dipartimenti dell'Università di Firenze. Lo scopo è di dar vita a dei master universitari in grado di creare figure professionali competenti per l'industria dell'elettroacustica.

A conclusione di questa bella chiacchierata, qual è il tuo sogno nel cassetto?

Il mio sogno è riuscire a presidiare il mercato Brasiliano meglio di quanto lo si faccia oggi, ma possiamo dire che il cassetto è già mezzo aperto, perché siamo a buon punto! ■



B&C Speakers S.p.A.
Via Poggiomoro, 1 - Vallina
50012 Bagno a Ripoli (FI)
tel. 055 65721 - fax 055
6572312
www.bcspeakers.com
mail@bcspeakers.com