

ANNO VIII  
NUMERO 02  
FEBBRAIO 2016  
[www.fsitaliane.it](http://www.fsitaliane.it)  
RIVISTA MENSILE  
A DISTRIBUZIONE  
GRATUITA

# LA FRECCIA

## THEY'RE BACK

BEN STILLER E OWEN WILSON IN ZOOLANDER 2

**Milano**  
**Moda Donna**  
Non solo passerelle

**Robot**  
**generation**  
Eccellenze italiane

**InGalera**  
Un ristorante a Bollate

LE FRECCIE NEWS//OFFERTE E INFO VIAGGIO

**A/R in giornata: Frecciarossa Roma-Milano a metà prezzo fino al 30 aprile**

IL MENSILE PER I VIAGGIATORI DI FERROVIE DELLO STATO ITALIANE

 **FERROVIE**  
DELLO STATO  
**ITALIANE**

# Il suono italiano nel mondo

POWERSOFT, AZIENDA CHE PRODUCE IMPIANTI AUDIO, È PARTITA DA UN APPARTAMENTO DI SCANDICCI (FI) E ORA, CON UN FATTURATO DI 25 MILIONI, DISTRIBUISCE IN 60 PAESI. DALLA MECCA A SINGAPORE



Un concerto di Caparezza con gli amplificatori Powersoft  
© Marco Dell'Otto

**D**al primo prototipo di amplificatore costruito su un tavolo da cucina alla distribuzione in 60 Paesi. Quella di Powersoft è la storia di un successo italiano che oltrepassa i confini nazionali. Tutto inizia 20 anni fa in casa Lastrucci, a Scandicci, vicino Firenze. I due fratelli Luca e Claudio, entrambi ingegneri e membri di una band, decidono con il compagno d'università Antonio Peruch di fondare una società e mettere le rispettive competenze tecniche a servizio della passione per la musica. Il vecchio appartamento di famiglia diventa la loro sede, con la camera da letto trasformata in un laboratorio software. Iniziano realizzando programmi e intanto portano avanti l'idea di un amplificatore innovativo.

Dopo un anno e mezzo di sviluppo ne nasce uno di dimensioni limitate, ma dotato di grande potenza. Tuttavia i vantaggi derivanti dalla nuova tecnologia, cui seguirà anche un brevetto internazionale, non garantiscono clienti. Un'azienda milanese, seppur non interessata al prodotto, gli offre uno spazio nel proprio stand allo Smau. Lì entrano in contatto con una società bresciana che, incuriosita, manda il suo responsabile commerciale a Scandicci. Segue la promessa di acquistare un importante quantitativo per i successivi tre anni se i prototipi avessero soddisfatto le aspettative. Tutto va secondo i piani e arriva finalmente l'ordine. I tre soci attrezzano rapidamente, assumono personale e trovano i fornitori. Da allora non si sono più fermati, anche

grazie al supporto del padre, Carlo Lastrucci: nel 2015 circa 25 milioni di euro di fatturato, 60 dipendenti in Italia, un sito produttivo a Bologna e uno a Gorizia, una sede in California. Nei concerti di Madonna, U2, Sting e Caparezza la musica ha risuonato dagli amplificatori di Scandicci. Grazie agli impianti made in Toscana la torre della Mecca diffonde il muezzin con un raggio di 10 km, mentre lo Sporting Hub di Singapore e il Terminal 2 dell'aeroporto di Monaco trasmettono gli annunci al pubblico. Il segreto? «Investiamo l'8-9% del fatturato in ricerca e sviluppo – dice il Ceo Luca Lastrucci – e cerchiamo di stare sempre al passo con le ultime tecnologie, attraendo personale che, al di là delle competenze tecniche, sia anche creativo». S.B.