

Browning punta al meglio



L'azienda americana ha un piano per consolidare i profitti nei prossimi cinque anni. Le radici di una strategia vincente e di una produzione fuori dal comune.

Dall'avvento di Don Vallee alla vicepresidenza della Browning Archery Division molte cose sono cambiate. Dal 1994 infatti si sono viste sul mercato interessantissime novità che hanno orientato un sempre più grande numero di rivenditori verso i prodotti Browning. La serie degli accessori Boss, gli archi della serie One-Cam, i riser di alluminio forgiati, solo per citarne alcuni, e la nuova veste pubblicitaria "aggressiva" hanno convinto molti di essi a investire su questo marchio.

Al di là del nuovo look, Browning comunque è sempre una delle aziende più radicate nel panorama commerciale armiero mondiale. Iniziò nel 1878 con John Browning, e nel 1962 nacquero i primi archi. Dieci anni più tardi, con una affermatissima produzione di armi, accessori ed abbigliamento, ampliò e spostò di sede la produzione arcieristica.

La nascita del compound ed il suo sviluppo diede il pretesto per una successiva ed imponente "offensiva" commerciale (non per niente è l'arco verso cui vanno le pre-



In alto: la fabbrica Browning a Morgan, nello stato dello Utah.

A sinistra: Don Vallee, vice presidente Browning, con il suo staff operativo. Nella pagina accanto: alcune fasi della lavorazione.

ferenze degli amanti dell'arma da fuoco). Furono gli anni dell'ascesa del compound, dell'arciera e della casa americana. Don Vallee, attuale vicepresidente della Browning, proviene dalla dirigenza della Pse. In una vecchia intervista, quando ancora era braccio destro di Pete Shapley, e ricordando il suo passato di gestore di pro-shop (il negozio arcieristico specializzato tipicamente Usa) dove vendeva archi di entrambe le marche, dichiarò che Browning era l'unica in grado di competere con la Pse. Durante il triennio in cui Vallee ricoprì la carica di vicepresidente al marketing ed alle vendite, la Pse triplicò le sue vendite.

Ovvio è quindi che la sua attuale posizione nello staff dirigenziale della Browning non può che portare ad un miglioramento. Negli Stati Uniti la vendita di archi è basata su catene di supermarket dell'out-

door e dell'articolo sportivo che effettuano anche vendite per corrispondenza, negozi estremamente specializzati, i Pro-Shop, dove l'assistenza e la garanzia di essere seguiti personalmente da addetti qualificati sono la regola. Nei "grandi magazzini" l'arco Browning ha dei grossi vantaggi sulla concorrenza. Rifugge immediatamente al cacciatore che vuole provare un'alternativa all'arma da fuoco, e questo per via del nome Browning che nel mondo armiero è garanzia totale. Paradossalmente, il pro-shop gestito dal tecnico, a volte vede Browning come una casa armiera in primis che ha deciso di produrre archi. Ma da quando Browning ha incluso nella sua gamma archi come il Mirage, il Maxim ed il Pro 600, anche il tecnico del Pro-Shop ha sposato la sua causa. Nella primavera del '95 la compagnia ha immesso sul mercato il Boss



zati d'America) e la catena costruttiva è in grado di realizzare quanto progettato in tempi brevissimi.

La grande interazione, poi, che negli anni si è venuta a creare tra utente-negozian-

te-compagnia permette un meccanismo di feedback tale da intervenire nei tempi giusti e nel modo giusto. Ecco perché Don Vallee garantisce un futuro roseo con tante belle novità in arrivo.

Mantis e il Boss Vortex, il primo arco Browning ad alto let-off e ad altissime prestazioni dotato di "Hatchet Cam" delle camme decisamente estreme con velocità da brivido. Nello stesso periodo tutti i rivenditori d'America e Europa hanno ricevuto il "Fusion", un modello decisamente azzeccato dedicato alla fascia di utenti "debuttanti" nel mondo del compound. Nel 1996 sono apparsi tre nuovi modelli "one-cam" (ad una camma superiore e una carrucola semplice nel flettente inferiore) e due nuovi riser: uno ricavato per fresatura ed uno di alluminio forgiato. Il punto di forza su cui Don Vallee vuole fare leva per il prossimo futuro appare quindi chiaro: consiste nella velocità di risposta alle esigenze degli utenti. Ogni innovazione è frutto di studi approfonditi (lo staff tecnico di progettazione è sicuramente uno dei più specializ-