

Raddoppiano i ricavi dei principali produttori. E cresce il numero dei clienti neofiti

Vendite di armi, negli Usa è boom

Criminalità e terrorismo: con la crisi aumenta anche la paura

La vendita di armi fa il botto in America.

Con la crisi aumenta la disoccupazione e con essa anche il tasso di criminalità. Così negli Stati Uniti la paura fa raddoppiare le vendite di revolver e fucili.

Smith & Wesson, l'ormai leggendario marchio Usa di armi leggere, conta di raddoppiare il suo fatturato nei prossimi tre-cinque anni dal momento che la domanda vola alle stelle. E dopo aver visto le proprie vendite salire quest'anno del 13% a 335 milioni di dollari (oltre 225 milioni di euro), nel primo trimestre del prossimo anno finanziario si aspetta un aumento del 30%. Ma non è il solo caso.

In Sturm and Ruger le vendite del terzo trimestre hanno raggiunto i 71,2 milioni di dollari, il 70% in più rispetto allo stesso periodo di un anno fa, un risultato simile a quello realizzato da Glock, leader nel mercato delle forniture per le forze dell'ordine, le cui vendite di pistole sono balzate del 71% nel primo trimestre dell'anno finanziario 2010.

Insomma, in tutta l'America la richiesta di armi e munizioni sta crescendo: ai timori per la criminalità si aggiungono la paura del terrorismo e la preoccupazione di restrizioni sul possesso di armi e di tasse supplementari ventilate dall'amministrazione Obama.

Secondo la National shooting sports foundation, l'Fbi a settembre ha condotto oltre un milione di indagini per conto dei commercianti di armi, il 12,4% in più rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Mike Golden, chief executive di Smith & Wesson, si dice scettico a proposito di un eventuale effetto Obama sulle vendite di armi e ritiene che il boom del fatturato messo a segno dalla

sua azienda non abbia nulla a che vedere con l'amministrazione e tutto a che fare con l'economia. «Con disoccupazione e criminalità alle stelle, la gente si preoccupa della propria sicurezza personale», ha detto, aggiungendo che il 30% dei clienti che hanno acquistato armi dell'azienda nella prima metà di quest'anno erano «neofiti», in netto aumento rispetto al 9% di un anno fa. E lo dimostrano anche i dati sulle vendite di fucili da caccia Smith & Wesson, crollate del 33% nel 2009, proprio

mentre le vendite di revolver, pistole, Walther e armi tattiche balzavano della stessa percentuale.

E così, mentre alcuni esperti ritengono che la bolla delle armi sia destinata a scoppiare, con un rallentamento del tasso di crescita, l'industria non la pensa così. I dirigenti del Freedom group, che conta tra i propri brand Remington, Marlin, Bushmaster e Harrington & Richardson, si dicono «confortati» dalla significativa percentuale delle vendite correnti di armi da fuoco realizzate tra i nuovi clienti, specialmente donne. Un segmento, quest'ultimo, che il gruppo vede in potenziale sviluppo. Freedom spera anche in un incremento del mercato dei fucili da caccia, il comparto più colpito dalla recessione, che ha indotto molti consumatori a tagliare le spese per il tempo libero.

Intanto Smith & Wesson ha iniziato a diversificare: a giugno ha infatti acquisito Universal Safety Response, una società che produce e installa barriere di sicurezza e dalla quale si aspetta un aumento delle vendite pari a 90 milioni di dollari il prossimo anno.



Boom negli Usa delle vendite di armi

