

MACC: quando il metodo Tupperware funziona per gli artigiani

L'azienda a conduzione familiare della regione della Vienne opera nella vendita diretta, ma nel mondo professionale dell'edilizia. I suoi rappresentanti girano per i cantieri al volante di camion espositivi.



Nel suo periodo di massimo splendore, Tupperware si rivolgeva alle casalinghe. Macc, invece, che si ispira all'icona americana della vendita diretta, si rivolge agli artigiani dell'edilizia. Al volante del loro camion vetrina, 75 venditori indipendenti visitano ogni giorno muratori, idraulici, imbianchini, elettricisti, ecc. per mostrare loro (40.000 all'anno in totale) l'ultimo modello di cavalletto ultracompatto, la carriola superleggera oppure il praticissimo avvolgitubo. Qualsiasi articolo è disponibile entro una settimana.

I prodotti Macc, riconoscibili dalla livrea verde e gialla, sono distribuiti solo attraverso la vendita diretta. Sono impossibili da trovare nei negozi, inaccessibili online o anche per telefono. "Prendere o lasciare durante la visita del rappresentante, che circa la metà delle volte conclude una vendita", spiega Benoît Lavrard, presidente del consiglio d'amministrazione di quest'azienda familiare che fattura 52 milioni di euro e impiega 200 dipendenti. "Gli artigiani attendono questa visita annuale come un rito", assicura. Macc conta due terzi dei 300.000 professionisti dell'edilizia nel suo portafoglio clienti.

Creata nel 1946 sul modello di Manufrance, Macc originariamente distribuiva fucili da caccia e macchine da cucire su catalogo. Furono prodotti nel ricco bacino industriale locale, nato dalla chiusura organizzata della Manufacture d'armes et cycles de Châtellerault nel dopoguerra (e definitiva nel 1968), e di cui l'azienda adottò abilmente l'acronimo.

Fu negli anni '60 che Macc fece il suo doppio passaggio alla vendita diretta e alle attrezzature per artigiani, con modelli di scale che rimasero molto apprezzati. L'intera gamma, oggi composta da 60 famiglie di prodotti, è progettata e sviluppata in linea diretta con gli utilizzatori, seguendo una metodologia di creazione consolidata, basata sui feedback dal campo e su 1.500 interviste annuali del reparto marketing a tutti gli operatori del settore. "Nel nostro modello economico, non esistono intermediari dall'idea al cliente finale: questa è la nostra grande forza", ritiene Benoît Lavrard.

"Un UFO"

I prodotti, la maggior parte dei quali brevettati, sono ancora fabbricati per il 70% negli stabilimenti di Châtellerault o Vienne. E in Francia al 98%. Il prezzo, compreso tra 200 e 1.000 euro, è alto per oggetti comunemente venduti in un negozio di bricolage. "Ma differiamo sulla qualità. Offriamo il miglior prodotto sul mercato, oppure nessuno", assicura.

Macc viene quotata in Borsa nel 1984 per finanziare l'espansione internazionale (20% del fatturato). È stata ritirata nel 2006 da un'offerta pubblica di acquisto della famiglia. Nel 2018, l'azienda ha lanciato un ramo agricolo che comprende sei camion dimostrativi.

Per trent'anni la pianificazione ha suddiviso e coperto il territorio, "al ritmo di un nuovo settore all'anno". "non facciamo grandi piani di finanziamento, siamo pragmatici", sostiene Benoît Lavrard, convinto di dirigere "un UFO".-L.D

52 MILIONI DI EURO il fatturato di MACC, che impiega 200 dipendenti.

L.D