

ARTICOLO PUBBLIREDAZIONALE

# Pampaloni (Inoxstyle): "Il Just in time è ancora vincente"

Le docce 100% custom della "multinazionale tascabile" sono sempre più richieste nella nautica di lusso

DI **REDAZIONE SUPER YACHT 24** | 14 MARZO 2023

🔗 📧 f 🌐 🐦 ✉️ 📖 STAMPA 🗑️



## — COMUNICAZIONE AZIENDALE —

Sono oggetti piccoli, specialmente se paragonati alle dimensioni degli yacht su cui vengono installati, ma di grande valore dal punto di vista del design. Soprattutto, danno la sensazione di relax e di vacanza come pochi altri, sia agli armatori che agli ospiti a bordo, motivo per il quale chi li sceglie presta loro un'attenzione particolare, che magari non dedica ad altri accessori. Parliamo delle docce. Non docce qualsiasi, chiaro. Sono pensate e realizzate praticamente su misura per super e megayacht: prodotti artigianali, esclusivi, interamente Made in Italy. C'è un'azienda toscana, la Inoxstyle, che in questo segmento (la nicchia della nicchia, in pratica) è praticamente monopolista, scherza Leonardo Pampaloni, fondatore e amministratore delegato. Ma al di là della qualità, molto elevata, del prodotto, anche la storia e soprattutto il modello organizzativo e produttivo di Inoxstyle sono particolari e meritano di essere raccontati.

### Ingegnere Pampaloni, come si arriva ad esportare in tutto il mondo un prodotto così di successo partendo da Camaiore?

"Noi nasciamo come azienda artigianale, da quel mondo della produzione di accessori e allestimenti per la nautica, specie di alta gamma, che ha nell'area di Viareggio un riferimento storico. Le nostre prime docce risalgono a metà degli anni Ottanta ma il vero momento di svolta arriva attorno al 2011-2012."

### Cosa succede in quel periodo?

"In Inoxstyle entrano altri soci e nel frattempo ci accorgiamo che non possiamo produrre articoli in grande quantità: per quello decidiamo di dedicarci soprattutto alla qualità, e scegliamo il segmento più alto del mercato, quello del lusso. Da subito quindi modifichiamo i nostri processi produttivi adottando il modello 'Just in time' che è quello che si adatta meglio a prodotti sempre più personalizzati ed è anche quello che trasferisce meglio il loro valore ai clienti."

### Dove e come produce?e?

"In Versilia abbiamo il laboratorio, i reparti vendita e marketing sono distribuiti ma con centro a Firenze, la parte di ingegnerizzazione è a Camaiore mentre le rifiniture le facciamo a Viareggio. Siamo piuttosto autarchici, solo per il design delle docce ci avvaliamo della collaborazione di alcuni studi esterni ma poi sviluppiamo e produciamo tutto in casa, facendo pochissimo magazzino. Abbiamo lavorato molto sulle tempistiche e oggi siamo in grado di consegnare nel giro di tre settimane".

### Chi sono i vostri clienti?

"In linea di massima le categorie sono tre: cantieri, armatori e comandanti".

### E come li raggiungete?

"Anche in questo la nostra è una struttura atipica. Siamo un'azienda verticale, con una quindicina di addetti ma per quanto riguarda le vendite lavoriamo quasi sempre direttamente, senza agenti o distributori. Abbiamo uffici di rappresentanza a Monaco, Nizza e Dubai ed esportiamo le nostre docce in tutto il mondo, dai cantieri tedeschi e olandesi alla Turchia, al Nord America, ad Australia e Nuova Zelanda. Un nostro cliente ci ha soprannominato 'la multinazionale tascabile', una definizione che descrive bene Inoxstyle".

### Oltre alla nautica siete presenti anche nel settore delle residenze di lusso e dell'hotellerie, con docce per piscine e giardini. Quanto valgono questi due mercati?

"Nella nautica realizziamo circa il 60% del nostro fatturato, che cresce a un ritmo del 30% all'anno da circa cinque anni. A sua volta il business della nautica è suddiviso abbastanza equamente fra Italia ed estero, in proporzione 40/60 circa. Stiamo seguendo il trend dell'andamento del mercato degli yacht, ancora molto positivo: il 2022 è stato un ottimo anno e anche la partenza del 2023 è stata brillante".

### Dove volete crescere ancora?

"La produzione va avanti bene, siamo a circa 700 oggetti nuovi all'anno. Come mercati di possibile sviluppo commerciale guardiamo con attenzione a quello americano, anche se la distanza non ci aiuta: la doccia è un oggetto che deve essere visto fisicamente per essere pienamente apprezzato".

### Come promuovete i vostri prodotti?

"Partecipiamo direttamente solo al METS di Amsterdam ma quest'anno abbiamo deciso anche di esporre al salone di Dubai, per la prima volta: il mercato del Medio Oriente è importante per noi, anche per la parte residenziale".

[CLICCA QUI PER ISCRIVERTI ALLA NEWSLETTER GRATUITA DI SUPER YACHT 24](#)

