

# SuperYacht24

Il quotidiano online del mercato superyacht

## **Pampaloni (Inoxstyle): “Il Just in time è ancora vincente”**

edinet · Tuesday, March 14th, 2023

### — 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 producete?**

“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

This entry was posted on Tuesday, March 14th, 2023 at 9:00 am and is filed under [Suppliers](#). You can follow any responses to this entry through the [Comments \(RSS\)](#) feed. You can leave a response, or [trackback](#) from your own site.

