

GIAPPONE IMPORTATORE

Parla Ryuichi Matsuda, presidente di Sky Japan, società che importa calzature nel Sol Levante. «L'euro debole ci avvantaggia e voi italiani riuscite a fare qualità anche con prezzi più bassi»

Stefania Viti

TOKYO - Ryuichi Matsuda è il presidente di **Sky Japan Corporation**, una delle società leader nell'importazione di calzature, con un giro d'affari pari a 932 milioni di yen e 11 addetti nei propri uffici a Tokyo. Le compra principalmente tra Italia, Francia, Spagna e Cina. Inoltre, Sky Japan opera al dettaglio con due brand: Dojima Shoe, specializzato in calzature, e Quercus, pelletteria maschile.

Lo abbiamo incontrato al rientro da un viaggio in Italia, dove si era recato per visitare il Micam.

Che impressioni ne ha tratto?

A settembre, rispetto all'edizione di marzo, sono aumentati i buyer provenienti dal mio Paese. Presumo che questo dipenda dall'abbassamento del prezzo delle scarpe made in Italy, come conseguenza dell'apprezzamento dello yen sull'euro.

Il retail giapponese è al riparo dalla crisi?

Anche da noi la crisi economica ha avuto i suoi effetti. Il risultato è stato un cattivo andamento delle vendite al dettaglio, soprattutto nell'abbigliamento. Per poter

compensare i volumi persi, ci aspettiamo un forte aumento della fatturazione nelle calzature. Inoltre, a causa della crisi europea, i vostri brand si stanno facendo concorrenza, abbassando i prezzi. Per noi è tutto di guadagnato.

Come le è parsa la fiera?

Ho visto molti più buyer asiatici in generale: non solo giapponesi, anche cinesi e coreani. Rispetto a marzo però mi è parso di vedere meno stand creativi, originali. Poche le novità. Devo inoltre sottolineare che, se all'interno della fiera fosse stato creato un percorso più efficace per il visitatore, mi avrebbero reso la vita più facile.

I prezzi?

Si sono abbassati, come

UNA SCARPA DA 40-50 EURO
VIENE VENDUTA AL PUBBLICO A 195



Dojima è una delle due insegne controllate direttamente da Sky Japan

notavo, senza però peggiorare la qualità delle scarpe.

Cos'ha acquistato?

Ho cercato di rimediare all'errore di marzo, quando mi ero orientato su paia troppo costose e che, con il ricarico da noi applicato, al cliente finale risultavano inaccessibili. Non eravamo riusciti a operare bene.

Perciò, a settembre, ho aumentato la quota delle calzature spagnole, di cui sono soddisfatto sia per la qualità che per il prezzo.

Quale è la tipologia delle calzature che sta cercando?

In Giappone, come in Europa, l'economia non va bene. Tuttavia, la vendita dei prodotti di fascia alta va molto bene. Per quanto riguarda la nostra azienda, il prezzo d'acquisto delle scarpe in pelle, sia made in Italy o made in Spain, è in una fascia che varia tra i 40 e i 50 euro. Con

questo budget di acquisto, il prezzo finale al consumatore risulta di 20.000 yen, pari a circa 195 euro.

Siamo in linea con la fascia di prezzo proposta dai vostri negozi?

No, si tratta di prodotti posizionati oltre la soglia di ciò che vendiamo di più, tra i 10 e i 15 mila yen, pari a 100-150 euro circa.

Cosa vorrebbe dire ai calzaturieri italiani ed europei?

Leggendo i giornali, parrebbe che l'uscita dalla crisi per l'economia europea sia ancora lontana. Il mercato giapponese invece è ancora molto grande e interessante. Da noi c'è un buon numero di clienti che può permettersi acquisti importanti, con un particolare orientamento e favore per i marchi del vecchio continente e soprattutto per quelli italiani.

In prospettiva, quali passi farete come Sky Japan?



Ryuichi Matsuda

Sto cercando un buon partner europeo. Ritengo che, con la svalutazione dell'euro, si stiano aprendo delle ottime possibilità per l'import, a vantaggio dei brand che propongono scarpe di qualità. □

Sarà un po'
più PIENO

Prova la
soluzione
Prometeo
gratis per 30
giorni.



Prometeo
INFORMATICA
Soluzioni IT a prova di futuro

Richiedi una demo
GRATUITA allo
0444 574 939

www.promet.it

Via Giovanni XXIII, 8 • 38077 Altavilla (TN)
Tel 0444 574 939 • info@promet.it