



ITALIA FUDOSAN, IL RETAIL DI MILANO PASSA DAL GIAPPONE

di Caterina Zanzi

In sei mesi Italia Fudosan ha messo la firma su dieci operazioni in zona Brera. E conta di far crescere ancora il proprio business grazie a moda e food. Parla Issei Komi, CEO della società di consulenza immobiliare arrivato dal Sol Levante per cambiare le vetrine di Milano.

Issei Komi è un manager giapponese con una grande passione per l'Italia. Dopo 15 anni di esperienza nel settore finanziario in Merrill Lynch, nel 2006 si è trasferito nel nostro Paese e ha fondato Italia Fudosan allo scopo di portare in Italia i marchi stranieri (e in particolare, come è facile intuire, nipponici). Ma il successo è stato tale che, ad oggi, i clienti della società di retail advisory sono per il 50% italiani. L'attività di consulenza immobiliare portata avanti può contare su due punti di forza: la diversificazione (si occupa infatti di progetti commerciali sia per la moda che per il food) e la possibilità di incrociare la domanda di immobili – spesso straniera – e l'offerta, principalmente italiana.

A Milano, città base della società, Komi ha chiuso negli ultimi sei mesi una decina di operazioni in zona Brera. "Abbiamo iniziato da questo quartiere perché ha una potenzialità enorme, soprattutto per i marchi emergenti che vogliono entrare nel mercato italiano. E poi, in città mancava un'alternativa al Quadrilatero capace di attirare turisti come fanno Soho a New York e Aoyama a Tokyo", dichiara il numero uno della società. E così, dopo aver trovato casa, tra gli altri, a Le Pandorine, Amina Rubinacci e Caudalie, di recente si è aggiudicato l'incarico per l'ex Pescheria da Claudio di via Ponte Vetero, un immobile di 1200 metri quadrati tra Marc Jacobs e Antonia, per cui sono partite le trattative. L'apertura è prevista per giugno 2014, ma la ricerca di marchi interessati è già a buon punto. E ancora, sempre in zona aprirà un ristorante giapponese di alto livello disposto su 450 metri quadrati di spazio e con giardino.

Il core business di Italia Fudosan, infatti, non è solo la moda ma riguarda anche l'altra grande passione italiana: il mangiar bene. Per il settore food entra in gioco anche un'altra zona centralissima della città, proprio a fianco del Duomo, tra la Galleria e corso Vittorio

Emanuele: prima dell'estate è stato inaugurato Musubi, un nuovo format di take away giapponese di fianco all'istituzione milanese di Luini, e presto debutterà in via Hoepli un ristorante di soli ravioli, direttamente da Singapore.

La strategia alla base del successo è l'offerta di una soluzione completa, che spazia dal supporto nella scelta della location alla consulenza in ambito normativo e tecnico, oltre all'assistenza edilizia, contrattualistica e burocratica.

Komi, che sin dall'inizio si è avvalso dell'aiuto del suo braccio destro Francesca Olivieri, spiega di non volersi fermare qui. "Stiamo valutando diverse possibilità, sia per approcciare nuovi quartieri milanesi, sia per estendere il business ad altre città".



In apertura, via Fiori Chiari a Brera.
Qui sopra, il take away giapponese Musubi.

--ITALIA FUDOSAN, Retail in Milan goes through Japan--

By Caterina Zanzi

In the last six months Italia Fudosan concluded 10 real estate operations in Brera district, and has plans to expand its business even more in fashion and food sectors. We met Issei Komi, CEO of the Retail consulting agency that came from Japan to change the image of Milan's shopping streets.

Issei Komi is a Japanese manager with a strong passion for Italy. After a 15-year experience in the world of finance with Merrill Lynch, in 2006 he moved to Italy and founded Italia Fudosan to bring foreign brands (and in particular Japanese ones) to Italy. He has been so successful that now 50% of the agency's clients are Italian. Italia Fudosan can count on two strong points: diversification (commercial projects for both fashion and food sectors) and the ability to match Italian supply of commercial spaces with foreign demand.

In Milan, where the company bases its activity, during the past 6 months Mr. Komi concluded 10 commercial operations in Brera area. "We started from Brera because it has a huge potential, especially for those new brands who want to enter Italian market. Moreover, Milan lacked an area that could represent an alternative to Quadrilatero fashion district in terms of appeal to tourists, like for example Soho in New York and Aoyama in Tokyo", says Mr. Komi. After finding the right location to, among others, brands like Le Pandorine, Amina Rubinacci and Caudalie, Italia Fudosan recently got charged of the former 'Pescheria da Claudio' in Via Ponte Vetere, a 1200sqm shop located between the stores of Marc Jacobs and Antonia. The opening is set for June 2014, but much has already been done to find the brands that could be interested in the project. And again, in Brera area, a high-level 450sqm Japanese restaurant with garden will open soon.

The core business of Italia Fudosan is focused not only on fashion, but also on the other great Italian passion: good food. In the city center, close to the Duomo and between Galleria and Corso Vittorio Emanuele, a new format of Japanese take away restaurant named 'Musubi' opened this summer next door to Luini (the most famous 'panzerotti' restaurant in Milan), and in via Hoepli there a 'ravioli' restaurant from Singapore is planned to open soon.

The strategy for such success is to offer 360° solutions, from support in the choice of the right location to advice in law and technical fields.

Mr. Komi, supported since the beginning by his right-hand woman, Ms. Francesca Olivieri, explains he has no plans to stop. "We are considering new possibilities, with the aim to reach new areas in Milan and to expand our activity to other cities".