

■ **PANGO****Dal Bresciano fino a Dubai puntando sul made in Italy**

LA STORICA PMI PUNTA SU CAPI DI QUALITÀ E SULL'INTERNAZIONALIZZAZIONE

Pango, storica Pmi di abbigliamento femminile, dalla provincia di Brescia arriva con le proprie collezioni a vendere negli Stati Uniti, a Londra e a Dubai. L'internazionalizzazione, oltre al consistente incremento della domanda di private label, tra cui l'accordo con Diesel, riportano i conti della società quasi ai livelli pre pandemia con ricavi a dieci milioni nel 2022 (+43% sull'anno precedente) e un fatturato nel 2023 atteso intorno a 11,3 milioni, con un +15% sul 2022.

"La nostra quota di export è del 15% grazie a una rete di distributori in Svizzera, Spagna e Belgio che riforniscono i negozi locali - spiega Gianfranco Scotuzzi, amministratore unico di Pango -. Stiamo vendendo le collezioni primavera-estate 2024 anche a distributori dei Paesi Baltici, Grecia e Polonia e recentemente anche in Inghilterra ed Emirati Arabi, con una previsione di aumento export fino al 25%".

Un'accelerazione dell'esportazione che ha portato l'azienda a sbarcare anche negli Usa grazie ad un importante accordo di vendita con un rivenditore di New York e la prospettiva di



In foto Claudio Manenti, Nicola Scotuzzi, Gianfranco Scotuzzi, Paolo Manenti

aprire nella Grande Mela un corner monomarca. "Altro aspetto che attualmente per noi risulta particolarmente rilevante è l'ingresso nel novero dei fornitori di Diesel con un accordo che prevede una fornitura in costante crescita" continua Scotuzzi. Il core business dell'azienda è infatti multiplice: oltre ai marchi di proprietà, la produzione private label è significativa con un aumento dal 25% al 35% sul fatturato dal 2019 ad oggi.

Nata nel 1974 da un'idea di Gino Scotuzzi e Pietro Marzotto, nel 1997 PANGO anticipa di oltre un decennio la moda curvy con la collezione Gala Life. Nel corso degli anni l'offerta è cre-

sciuta con le collezioni total look Ten Ways to Be e di Extesa, brand grazie al quale l'azienda è tra i più importanti fornitori del canale televisivo di tv shopping Qvc nella sua versione italiana. Nicola Scotuzzi, terza generazione è responsabile dei principali brand clienti, direttore commerciale della linea Ten Ways To Be e dell'attività con Qvc Italia, Paolo Manenti è brand manager di Gala Life e Claudio Manenti è il responsabile finanziario. Gianfranco Scotuzzi conclude: "Le prospettive economiche internazionali e italiane non sono particolarmente favorevoli, ma Pango saprà far fronte alle nuove sfide che l'attendono".

**400**

■ Sono oltre 400 i clienti fidelizzati

**6**

■ Il numero di negozi monomarca in Italia

■ **FASHION WEEK** | Al via domani la manifestazione milanese**Un indotto di 80 milioni per un evento di valore**

LA MODA FEMMINILE MOSTRA NUMERI ECCEZIONALI

Da domani a Milano tornerà l'appuntamento con la Fashion Week, settimana dedicata alla moda femminile. I 176 eventi - 67 dei quali saranno sfilate fisiche - richiameranno un pubblico internazionale, con interessanti ricadute sull'economia della città. Si stima infatti che la Fashion Week potrebbe portare un indotto di circa 80 milioni, vale a dire dieci in più rispetto a quelli dell'edizione 2022.

Si tratta di un contesto roseo, dunque, supportato anche dai dati della Camera nazionale della moda italiana (Cnmi). "Dopo il primo semestre chiuso a +7% - spiega Carlo Capasa, presidente di Cnmi - stimiamo un fatturato annuo in salita del 4,5% rispetto a quello del 2022 e quindi oltre i 103 miliardi, ed export a +6%. I numeri sono positivi, abbiamo ampiamente sorpassato le cifre pre Covid".

È soprattutto l'export a regalare le maggiori soddisfazioni: il 2022 si è chiuso superando gli 80 miliardi di euro, vale a dire il 18% in più di fatturato rispetto al 2021. A registrare le migliori performance è in modo particolare la moda femminile, che tra gennaio e maggio di quest'anno ha registrato una crescita

dell'11,4% sullo stesso periodo del 2022. "Questo successo va attribuito alle 60mila imprese del comparto, e ai loro 500 mila addetti, che hanno saputo fare fronte alle difficoltà della pandemia e alle conseguenze dei conflitti bellici internazionali con risultati davvero notevoli", ha detto Matteo Zoppas, presidente di Ice (Italian Trade & Investment Agency).

**60k**

■ Sono più di 60mila le imprese del comparto della moda, con oltre 500mila addetti

Appuntamenti
Sono oltre 176 quelli in calendario, dei quali 67 saranno sfilate fisiche



Export Il segmento che mostra la crescita maggiore.

