

FASHION

Pango guarda avanti con fiducia

Presentate le nuove collezioni

L'AZIENDA HA LANCIATO I CAPI DEI DUE BRAND DI PROPRIETÀ, GAIA LIFE E TEN WAYS TO BE

Con il lancio a fine giugno delle nuove collezioni Primavera-Estate 2022 dei due brand di proprietà Gaia Life e Ten Ways To Be, l'azienda di abbigliamento femminile Pango vuole archiviare il difficile periodo e proseguire a testa alta verso il traguardo dei cinquant'anni di attività.

INVESTIMENTI CONTINUI

"La pandemia ha avuto un impatto negativo sul fatturato 2020 del -30% rispetto al fatturato 2019 che avevamo chiuso a 11,7 milioni - spiega l'amministratore unico Gianfranco Scotuzzi, alla guida dell'azienda -. Abbiamo comunque continuato ad investire salvaguardando il benessere dei dipendenti, dei partner della filiera e, nello stesso tempo, per perseguire l'obiettivo di miglioramento continuo nei diversi aspetti del business. C'è aria di ripresa e la voglia di una ripartenza concreta: il nostro ottimismo nasce dal fatto che il core business della azienda è molteplice, con una parte importante di produzioni private label che è aumentata dal 25% al 35% sul fatturato complessivo. Abbiamo ricevuto numerose richieste che



La presentazione Alcuni dei nuovi capi della linea Gaia Life

si stanno concretizzando: la lunga esperienza e la forza di un prodotto esclusivamente Made in Italy ci sta premiando, portando brand nazionali ed internazionali a sceglierci per le loro produzioni di punta. Stiamo ad esempio sottoscrivendo un accordo di licenza molto importante con il marchio CLX by Christian Claux, per il quale realizzeremo la prima linea denominata Gold Collection by Chris Claux. Si tratta di un progetto nuovo del designer fran-

cese che ci entusiasma e che abbiamo deciso di intraprendere nonostante la consapevolezza della difficoltà del momento" conclude Scotuzzi. Pango continua inoltre il progetto di internazionalizzazione dei propri marchi. Sul fronte dello sviluppo estero il responsabile export Carlo Secca spiega che "le nostre collezioni Primavera Estate 2022 saranno in Russia presso uno show room di Mosca e saremo di nuovo presenti a due

importanti fiere internazionali: CPM Moscow e Supreme di Düsseldorf. Abbiamo attivato collaborazioni proficue anche con altri distributori in Europa che credono nella nostra azienda e nei nostri marchi come ad esempio un agente molto importante in Grecia e uno in Portogallo oltre al nostro distributore esclusivo in Russia" sottolinea ancora Secca.

CURVY E SOSTENIBILE

"Per le nuove collezioni Primavera Estate 2022, pur mantenendo la nostra qualità produttiva, la vestibilità e l'attenzione per i dettagli sartoriali che ci contraddistinguono, abbiamo recepito la tendenza rilevata dalle clienti curvy che chiedono capi sempre più moderni, innovativi e sostenibili, ma allo stesso tempo adatti alla loro fisicità" spiega invece Paolo Marenti, direttore commerciale di Gaia Life.

Per il brand manager di Ten Ways To Be, Nicola Scotuzzi, "abbiamo decisamente virato verso una moda sostenibile anche per le nostre collezioni nella scelta delle materie prime, puntando in modo particolare su fibre e tessuti naturali".

LA PROPOSTA | Grandi marchi e negozi al dettaglio

Una realtà leader del private label

PRODUCE PER UN TOTALE DI OLTRE 350 AZIENDE

1974

Pango può vantare quasi 50 anni di storia: è stata fondata nel 1974



L'azienda Notevolmente ampliato il portafoglio clienti

Nata nel 1974 dal progetto imprenditoriale di Gino Scotuzzi e Pietro Marzotto, l'azienda tessile Pango vende a gruppi come Sorelle Ramonda e Rinascente, per la quale è tra i primi produttori del private label, per un totale di circa 350 aziende tra grandi marchi e negozi al dettaglio.

LA SVOLTA

Tra i marchi di proprietà si caratterizza per la sua linea curvy Gaia Life, che permette una perfetta vestibilità grazie ad accorgimenti e tecniche dati dall'esperienza e da una continua ricerca di miglioramento. Lanciato nel 1997, quando il cosiddetto abbigliamento curvy

tendeva a nascondere le forme più che a valorizzarle, il marchio Gaia ha rappresentato per l'azienda, che fino ad allora produceva solo pantaloni e gonne per i grossisti e la grande distribuzione, il primo contatto con il mondo della vendita al dettaglio. Oggi questa linea contribuisce per circa il 50% al fatturato. Nel corso degli anni il portafoglio clienti di Pango si è notevolmente ampliato. Da allora sono state introdotte la linea Ten Ways To Be, dedicata all'universo femminile urban-chic, e il marchio Extesa, grazie al quale l'azienda è tra i più importanti fornitori per la versione italiana del canale televisivo americano di vendita Qvc.

