

Multe ai baristi non a chi bivacca

servizio → a pagina 26

I numeri di ieri

4	Borseggi	2	Furti in appartamenti e negozi
5	Scippi	3	Furti di autovetture
6	Rapine	6	Furti a bordo di autovetture
7	Truffe	5	Arresti

Tribunale Brevetti Lega e FdI in pressing

servizio → a pagina 29



LiberoMilano



Redazione cronaca: viale Majno 42, 20129 Milano; telefono 02.999666; fax 02.99966227; email: milanocronaca@liberoquotidiano.it. Pubblicità: SPORTNETWORK srl - (Milano) Via Messina, 38 - 20154; tel. 02 349621

In due mesi ha provocato oltre 500 feriti

Il monopattino è 25 volte più pericoloso dell'auto

Escono i dati sulla rischiosità di questi mezzi. De Corato: «Sala è accecato dall'ideologia e nasconde i dati sugli incidenti»

Scelte sbagliate

La sicurezza dei milanesi sacrificata sull'altare dell'ambientalismo

RENATO BESANA

■ Benché amatissimo dai milanesi e carico di storia, l'Ambrogino rischia di apparire ormai superato: bisognerebbe affiancarlo una nuova onorificanza civica, adatta a esprimere appieno lo spirito dei tempi. Noi di *Libero* avremmo una proposta: il Monopattino d'oro, che saprebbe riassumere in sé l'incoercibile vocazione green (avremmo scritto verde, ma l'inglese suona chissà perché più ecologico) di Sala e della maggioranza che lo sostiene.

Al confronto delle due piccole ruote mosse da un motore elettrico, perfino le bici, comprese quelle a pedalata assistita, hanno perso smalto per la sinistra che fa tendenza.

Non fosse così protesa verso un luminoso futuro di riscossa ambientale da far invidia a Greta Thunberg, l'amministrazione in carica potrebbe esser tentata di ripiegare su una considerazione tristemente passatista: finché il Covid non sarà debellato, il pericolo di contagio e il timore di una possibile seconda ondata fanno della propria automobile il mezzo di trasporto più sicuro.

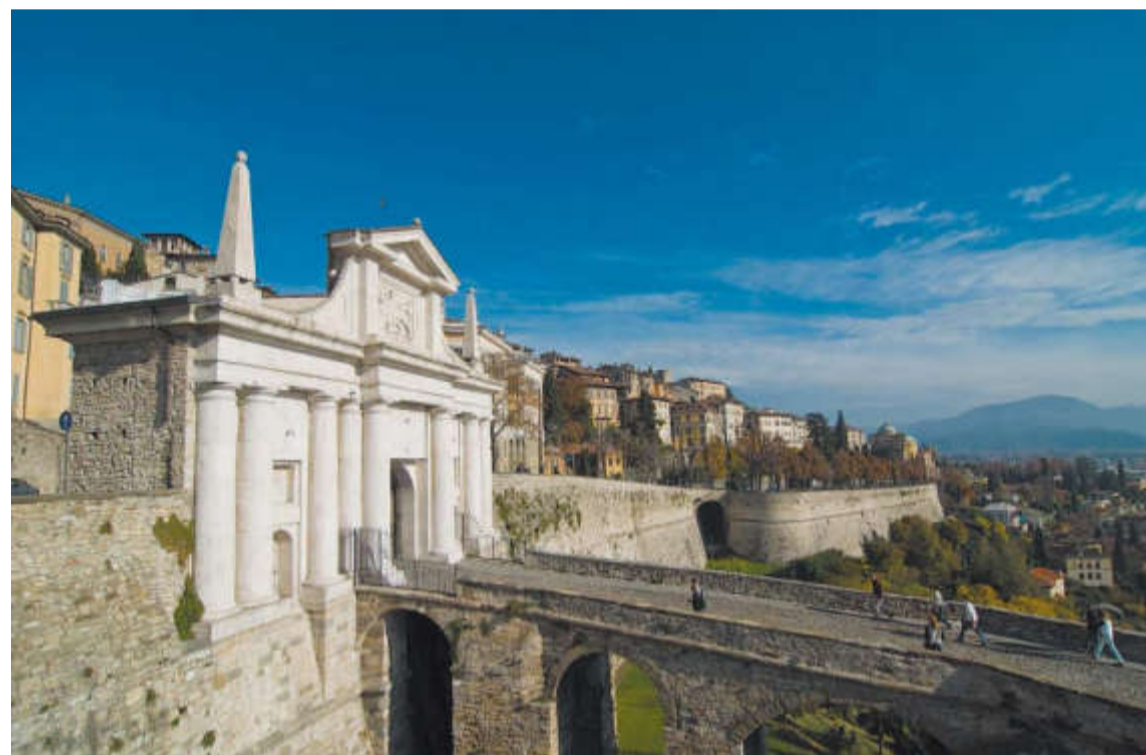
Cerchiamo d'immaginare che cosa accadrà in settembre con la riapertura delle scuole e con il rientro in sede di almeno la metà di chi da mesi lavora restando a casa. Per evitare gli assembramenti, si potrà agire sugli orari in entrata e uscita, ma i numeri di gente in movimento sono comunque destinati a lievitare, e non di poco.

In queste condizioni, la superata categoria del buon senso, che desta orrore negli spiriti politicamente corretti, suggerirebbe di facilitare la circolazione automobilistica. L'ideologia però lo vieta. Ogni giorno (...)

segue → a pagina 27

AIUTI DI STATO AL COMMERCIO

A Bergamo e Como i fondi per i centri storici



■ Anche Bergamo (in foto, Porta San Giacomo) potrà accedere al nuovo contributo a fondo perduto per sostenere le attività commerciali dei centri storici vista la «massiccia perdita di presenze turistiche straniere» causa Covid. La norma, contenuta nel decreto agosto,

vale 500 milioni e assegna un contributo alle attività «di vendita di beni o servizi» che a giugno abbiano registrato perdite del 50% rispetto al 2019, ed è destinato alle città ad alto flusso turistico. Nel lotto anche Como, insieme con Milano.

COSTANZA CAVALLI

■ Solo una settimana fa l'assessore alla Mobilità Marco Granelli aveva dichiarato, lasciando una scia di sconcerato tra gli ascoltatori, che in città non c'era stato «un numero esorbitante di incidenti in monopattino». Forse non ha tempo di leggere i giornali o non è stato aggiornato sui numeri, perché già dieci giorni fa alcuni dati sugli incidenti in cui erano stati coinvolti i veicoli della micromobilità erano stati diffusi: circa 78 feriti in meno di sessanta giorni. Pensare che bastasse negare i dati per difendere la scelta di invadere Milano con i pericolosi e infestanti monopattini è stata un'opzione infelice.

Ieri infatti nuovi numeri sono stati pubblicati da Areu, l'Agenzia regionale emergenza urgenza: in 67 giorni, tra monopattini e bici, sono stati registrati 533 incidenti, «non considerando», riflette l'assessore regionale alla Sicurezza Riccardo De Corato, «quelli che si sono recati autonomamente in ospedale e quindi non sono stati registrati da Areu». (...)

segue → a pagina 27

Gli investimenti della Regione

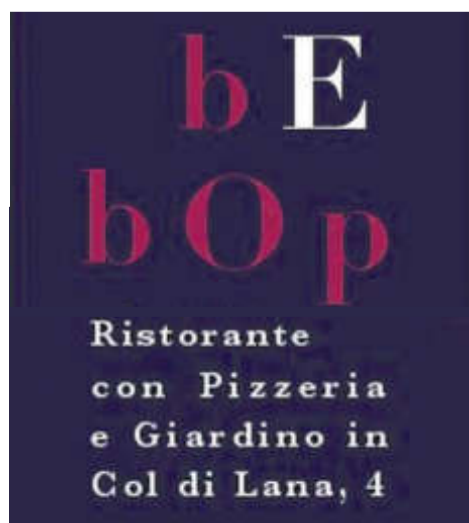
Pronti 259 milioni per ospedali e centri di ricerca

■ Con il nuovo programma straordinario di investimenti su ospedali e centri di ricerca, salgono a oltre 600 i milioni di euro investiti in questi due anni e mezzo dalla giunta Fontana. E la previsione è che da qui alla fine del 2021 si raggiungerà il miliardo. Una cifra, poi, destinata a raddop-

piare entro la fine del mandato. Gli ultimi denari stanziati in ordine di tempo dalla giunta sono 259 milioni «immediatamente utilizzabili in base ai progetti predisposti dai vari Enti», ha spiegato l'assessore al Welfare Giulio Gallera, prima di entrare nel merito delle cifre: «Di questi fondi, 209 milioni sono desti-

nati a interventi strutturali, adeguamenti tecnici e impiantistici; 25 sono ripartiti invece quali fondi «indistinti» per sostenere spese varie di manutenzione». Infine, altri 25 milioni finanzieranno la sostituzione di macchinari e apparecchiature.

F.RUBINI → a pagina 29



GENI DI LOMBARDIA / Pango

La moda che mette in risalto le forme abbondanti

DINO BONDAVALLI

■ Se si dovesse indicare con un unico termine la loro dote principale, sarebbe con tutta probabilità tempismo. Dalla scelta di lanciare una linea che evidenziasse le caratteristiche femminili facendo sentire belle le donne anche con qualche chilo in più, fatta in un periodo, a fine degli anni Novanta,

nel quale il cosiddetto abbigliamento curvy tendeva perlopiù a nascondere le forme, a quella di puntare sul valore aggiunto del Made in Italy, o ancora meglio del Made in Brescia, in una fase nella quale gran parte della concorrenza delocalizzava verso i Paesi asiatici e dell'Est Europa.

La storia di Pango è caratterizzata dalla capacità di assu-

mere decisioni controcorrente che, alla resa dei conti, si sono rivelate azzeccate. Eppure, nel curriculum di questa azienda bresciana fondata nel 1974 da Gino Scotuzzi e Pietro Marzotto, il cui nome è acronimo di Pantaloni e Gonne «perché nei primi vent'anni di vita abbiamo venduto pressoché esclusivamente per i grossisti (...)

segue → a pagina 31



GENI DI LOMBARDIA / Pango

La moda che mette in risalto le forme abbondanti

Con 12 milioni di fatturato, l'azienda bresciana esporta i suoi capi dalla Russia al Regno Unito: «Il curvy non è più di nicchia»

segue dalla prima

DINO BONDAVALLI

(...) e la grande distribuzione», racconta Gianfranco Scotuzzi, amministratore unico della società fondata dal padre, c'è molto di più. Se la linea Gaia Life, lanciata nel 1997, ha rappresentato il primo contatto con il mondo della vendita al dettaglio e oggi contribuisce per circa il 50% al fatturato, nel corso degli anni il portafoglio clienti di Pango si è notevolmente ampliato. «Siamo i primi produttori del private label di Rinascente», sottolinea Scotuzzi, «tra i più importanti fornitori per la versione italiana del canale americano di vendita Qvc attraverso il marchio Extesa, gestiamo una linea al dettaglio che va sotto il nome di Ten Ways to Be, vendiamo a gruppi come Sorelle Ramonda e serviamo molti altri clienti». In totale circa 400 aziende tra grandi marchi e negozi al dettaglio. Non solo.

Dopo il lockdown causato dalla pandemia da Coronavirus «alcuni marchi del mondo della moda ci hanno contattati per sentire se siamo disponibili a fare produzioni o collaborazioni con loro», confida Scotuzzi, sottolineando come questa opportunità nasca proprio dalla scelta



Lo stabilimento della Pango (Bondavalli)

dell'azienda di produrre in Italia. Una decisione coraggiosa dal punto di vista economico, visti i costi della manodopera (e non solo) nel nostro Paese. Che si è però rivelata strategica in una fase storica nella quale, a causa del Coronavirus, le filiere produttive globalizzate hanno messo evidenziato aspetti critici.

«La nostra produzione è a Bassano Bresciano, a metà strada tra Brescia e Cremona, e abbiamo fonti produttive nell'area di Brescia», sottolinea l'amministratore di Pan-

go, che si definisce con orgoglio un'azienda a "Chilometri 30": i laboratori addetti alla produzione sono nel raggio di 30 chilometri dalla sede centrale. Ciò non significa che Pango non guardi con interesse ai mercati esteri.

Proprio nelle scorse settimane l'azienda, che ha 42 dipendenti e che è gestita in sinergia con la famiglia Manenti, ha aperto un nuovo punto vendita monomarca a Sofia, in Bulgaria. E, nel complesso, circa il 20% della produzione di Pango, che ogni an-

no realizza 350mila capi, è destinata all'export. I mercati principali? Russia, Germania, Regno Unito e Bulgaria. Ma le collezioni firmate da Pango si vendono un po' in tutta Europa, tanto che nei piani futuri dell'azienda c'è l'apertura di punti vendita in molte città del continente.

Niente male per un'azienda che ha appena aperto un nuovo showroom destinato ai clienti stranieri in centro a Milano e che ha chiuso il 2019 con un fatturato di 11,7 milioni di euro. Un'azienda che anche in una fase storica così delicata per il settore tessile, caratterizzata da incertezze e dallo stravolgimento dei flussi produttivi, sta mettendo in mostra quel genio che le ha consentito di imporsi in un settore, quello della moda curvy, cresciuto nel corso degli anni fino a uscire dalla dimensione di nicchia.

Negli ultimi mesi Pango ha avviato la sperimentazione di un processo che garantisce l'immunità batteriologica dei tessuti attraverso l'applicazione di un composto, l'Ultra-Fresh KW-48" ideato dall'azienda canadese Thomson Research Associates Inc, che verrà utilizzato per una parte delle collezioni che saranno presentate nelle prossime settimane.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La strategia

Sguardo verso l'Oriente e tra un mese vendite online

■ Espandere la presenza all'estero portando le proprie collezioni in medio ed estremo Oriente. Consolidare le vendite in Europa aprendo negozi franchising e multibrand in Russia, Germania e Regno Unito. E lanciare la vendita online con una mini-collezione destinata solamente a questo canale.

Sono queste le strategie con cui Pango, azienda bresciana che dal 1974 produce abbigliamento Made in Lombardia e che ha costruito il proprio successo

anche sulla capacità di valorizzare la bellezza femminile, guarda a un futuro che dovrà fare i conti con gli strascichi lasciati dalla pandemia da Coronavirus su moda e abbigliamento. «La crescita della collezione Ten Ways To Be e delle vendite della collezione Gaia

Life, brand dedicato al mondo curvy, ci incoraggiano a puntare su nuovi orizzonti di vendita», spiega Gianfranco Scotuzzi, che amministra con la famiglia Manenti la società fondata dal padre Gino e da Pietro Marzotto. «Ci stiamo inoltre preparando per la presentazione della mini-collezione destinata esclusivamente alla vendita online, che inizierà a settembre».

Una novità sollecitata dalle stesse clienti, che sui social chiedono spesso di poter acquistare su internet. «Abbiamo deciso di cominciare a vendere online senza entrare in concorrenza con i negozi, che già devono affrontare tutte le difficoltà di questa fase», conclude Scotuzzi.

D. BON.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Gianfranco Scotuzzi (Bond.)

dal 1891
ROMANO
MARTEGANI
Made in Italy



Ti aspettiamo nel nostro outlet!

Finalmente possiamo tornare a fare quello che più ci piace:
raccontarVi le nostre calzature artigianali dal vivo, e trasmetterVi la Nostra passione.
Il Vostro (simbolico) abbraccio sarà per noi un grande incentivo a ripartire più forti di prima

#unitixripartire

SCONTO 30% rispetto ai prezzi del nostro sito per acquisti in Outlet

APERTI TUTTI I VENERDI POMERIGGIO E IL SABATO


<https://www.rm1891.com/it/> - <http://www.ebaystores.it/Outlet-Cortina1955>


SPEDIZIONE GRATUITA IN TUTTA ITALIA