

Imprese di successo


 comunicazione pubblicitaria
a cura di PubliAdige

ALTA QUALITÀ E PASSIONE

Confezioni Pango Spa, dal 1974: la tradizione familiare nel tessile

OGNI ANNO VENGONO REALIZZATI, A "CHILOMETRO TRENTA", 350MILA ABITI RIFINITI NEI DETTAGLI

Quando una donna sceglie quale abito indossare desidera far emergere la propria personalità e sentirsi bene con se stessa esprimendo, con eleganza, la propria femminilità. Un capo ben fatto ha il compito di vestire un corpo, non coprirlo, valorizzando i punti di forza e minimizzando i difetti, qualunque sia la propria silhouette, curvy o filiforme. È questa la filosofia che sta alla base dell'impostazione di lavoro seguita da Confezioni Pango Spa, azienda a conduzione familiare specializzata nel tessile con sede a Bassano Bresciano.

LA STORIA

"Fondata nel 1974 da mio padre, Gino Scotuzzi, e Pietro Marzotto - racconta Gianfranco Scotuzzi, amministratore unico della società - Pango, oggi gestita in sinergia con la famiglia Manenti, è l'acronimo di pantaloni/gonne, capi che per molti anni hanno rappresentato la quasi totalità della produzione. Nel tempo il raggio d'azione si è ampliato con collezioni total look e una rete di distribuzione internazionale, che ha permesso all'azienda di guardare con sempre maggiore sicurezza al mercato estero". Con un fatturato 2018 pari a 12 milioni di euro, Pango ha tutte le carte in regola per essere considerata un'azienda in grado di



I vertici di Pango Da sinistra: Claudio Manenti, Gianfranco Scotuzzi (amministratore unico), Paolo Manenti, Nicola Scotuzzi

esprimere l'eccellenza del made in Italy: i capi sono realizzati con cura all'interno del suolo nazionale, anzi, per essere più precisi si può affermare con tranquillità che la produzione è a chilometro trenta (sono infatti una trentina i chilometri che separano il laboratorio tessile più lontano dall'headquarter bresciano). "Per dare un'idea delle dimensioni della realtà - continua Scotuzzi - basta dare un'occhiata ai numeri: sono 350mila i capi realizzati ogni anno; 42 i dipendenti, fortemente motivati; 400 i clienti

fidelizzati e sei i monomarca in Italia". Nel corso degli anni, l'azienda ha saputo conservare una filiera corta e una qualità di prodotto molto alta, valorizzando in ogni momento della sua storia la risorsa più preziosa, il team di lavoro che ogni giorno mette a disposizione la propria esperienza e la propria passione per far crescere l'azienda. "Il capitale umano in Pango - conclude l'amministratore unico - vanta un ruolo fondamentale. Soltanto l'accordo, il rispetto e la condivisione tra chi lavora in una realtà

produttiva permettono ad un'azienda di avere successo. Proprio questa è la visione che intendiamo tramandare ai nostri figli che lavorano in azienda. Mio figlio Nicola è responsabile commerciale per la grande distribuzione, per i clienti direzionali e per la supervisione della linea al dettaglio Ten Ways To Be; quanto alla seconda generazione della famiglia Manenti, Paolo copre il ruolo di responsabile commerciale e revisore stilistico della linea Curvy Gaia Life, mentre Claudio è responsabile finanziario".



46

Tanti gli anni di attività dell'azienda con sede a Bassano Bresciano



42

Sono 42 i dipendenti che attualmente lavorano in Pango

BRAND | Alla scoperta delle collezioni

Tre linee differenti per ogni tipo di donna

La donna Pango è una donna contemporanea, capace di coniugare impegni quotidiani e femminilità. Un ideale espresso da tre diversi brand, ognuno diverso dall'altro per soddisfare ogni esigenza da parte del mercato. Gaia Life è un brand completamente dedicato al mondo curvy: il suo stile permette infatti di accompagnare le curve naturali. La collezione è pensata e disegnata per rispondere a tutte le esigenze di una donna dal look dinamico e dalle forme morbide che ama lo stile essenziale e riconoscibile, la cura del dettaglio e la perfetta vestibilità. Ten ways to be è invece una collezione facile da mixare, in grado di esprimere non uno stile univoco, ma una pluralità di look, ed è caratterizzata da una profonda attenzione per i dettagli che rendono ogni capo esclusivo.

Extesa, infine, è un marchio che si rivolge ad un pubblico eclettico di donne che amano i TV show e il media shopping, coniugando la qualità produttiva dell'azienda bresciana con la versatilità di un tipo di distribuzione molto veloce e che "coglie l'attimo". Con il marchio Extesa Pango è uno dei maggiori fornitori in Italia del canale QVC, con una collaborazione che dura da oltre 10 stagioni.



Ten Ways To Be - PE 2020

BUSINESS | Il percorso è firmato dal direttore export Carlo Secca

L'export trova concretezza: i nuovi progetti oltre i confini

DALLA PRESENZA A FIERE DI SETTORE AL PRIMO MONOMARCA A SOFIA

Crescere sempre di più all'estero è una delle prerogative che più stanno a cuore a Pango. Proprio per questo lo scorso settembre è entrato a fare parte dello staff Carlo Secca, manager umbro reclutato in qualità di direttore export. Secca, che ha alle spalle quasi vent'anni di esperienza in Luisa Spagnoli, guarda con grande ottimismo il suo mandato nell'azienda Pango, portando avanti con entusiasmo il suo obiettivo di allargare lo sguardo all'estero, portando le collezioni in medio ed estremo Oriente, affermandosi in Europa con l'apertura di franchising e multibrand e approdando in Russia, oltre che in Germania e Regno Unito. Gianfranco Scotuzzi spiega che "la crescita della collezione Ten Ways To Be e la conferma delle vendite in crescita per la collezione Gaia Life, brand dedicato al mondo curvy, ci incoraggiano a puntare su nuovi orizzonti di vendita. Con l'ingresso di Secca la nostra squadra potrà contare sulla sua esperienza per cogliere le sfide del tessile del futuro".

IN AGENDA

Si muovono in questa direzione due importanti iniziative, che



Lo showroom Ampia varietà di modelli per rispondere a ogni esigenza

Nuovi progetti Tutto pronto per l'apertura del primo negozio all'estero, nella capitale bulgara

guardano con sempre maggiore attenzione alla sfera internazionale: la partecipazione alla 34esima edizione di CPM (Collection Première Moscow), fiera punto di riferimento per il mercato fashion della Russia e dell'Europa dell'Est, e l'aper-

tura del primo negozio monomarca all'estero nella capitale bulgara Sofia, in Vitosha boulevard. E si tratta soltanto dell'inizio.

"L'obiettivo è quello di aprire a breve altri negozi monomarca in Europa e in particolare in Russia - sottolinea l'export manager Carlo Secca -. La partecipazione alla Fiera di Mosca ci permetterà infatti anche di studiare gli interventi stilistici da realizzare per nuove future collezioni capaci di soddisfare le specifiche esigenze del mercato russo".

SOSTENIBILITÀ | La svolta si attuerà con la stagione autunno-inverno

Capi rispettosi dell'ambiente Parte del tessuto è ecofriendly

DA TEMPO L'AZIENDA RINUNCIA ALLA PIUMA D'OCA NEI PIUMINI

Negli ultimi tempi si è sentito parlare con sempre maggiore insistenza di sostenibilità e di rispetto per l'ambiente, anche nei processi produttivi. Anche Pango, a partire dal 2016, ha dato una sferzata ecofriendly all'azienda, investendo in maniera decisa, e silenziosa, per dare un volto ancora più virtuoso all'attività.

LA SINERGIA

Una costante sinergia tra i designer e il team preposto all'industrializzazione permette di razionalizzare i concept in modelli sostenibili per lavorazioni e finiture. E non solo. Da diversi anni l'azienda non utilizza materiali di origine animale per le sue pellicce, mentre per i suoi piumini evita la piuma d'oca. "La vera svolta arriverà con la collezione autunno/inverno 2020-2021 - sottolinea Paolo Manenti, responsabile commerciale e revisore stilistico della linea Curvy Gaia Life - all'interno della quale proporremo capi realizzati utilizzando materiali naturali ed ecosostenibili sia per tessuti che per accessori. Non mancheranno, ad esempio, bottoni in corozo, naturali ed ecologici al 100%. Valorizzare questa impostazio-

ne significa andare incontro alle esigenze di un mercato sempre più green, dove la sensibilità verso l'impatto sull'ambiente si sta diffondendo e sta prendendo piede in misura importante anche tra i fornitori. "Un tempo - continua Manenti - i fornitori attenti ai tessuti ecofriendly si contavano sulle dita di una mano, oggi invece

sono davvero molte le proposte disponibili sul mercato". A dare ulteriore valore a questi tessuti e agli accessori sostenibili sono le certificazioni di ogni prodotto, che permettano al consumatore finale di poter contare su un prodotto di qualità, ma al tempo stesso altamente rispettoso dell'ambiente in cui viviamo.



Gaia Life Uno dei capi della collezione primavera-estate 2020