

> ECONOMIA

Confcooperative

Consorzio Koinon Formazione finanziata

Il seminario presenterà le nuove opportunità per la formazione finanziata: le ultime proposte di Fon.coop con le novità del conto formativo e del fondo di rotazione; il bando Formazione Continua di Regione Lombardia. Il seminario si svolgerà venerdì 28 febbraio dalle 9 alle 11 presso Consorzio Koinon (Sala Salvi) Via XX settembre 72, Brescia. La partecipazione è gratuita. Per informazioni e iscrizioni (entro il 27 febbraio): tel. 030/3742344 o koinon@confcooperative.brescia.it

Il 5 marzo Cooperative culturali

Giovedì 5 marzo alle ore 10,30 a Roma (Palazzo della cooperazione - via Torino 146) ci sarà la presentazione del bando destinato alle cooperative culturali. Si tratta di un bando che prevede l'accompagnamento alla realizzazione di un'idea progettuale che abbia ad oggetto la valorizzazione di un bene del patrimonio culturale di proprietà pubblica, per sperimentare l'applicazione dell'art. 151 del codice degli appalti che prevede forme speciali di partenariato pubblico - privato. Il bando è finanziato dai 3 fondi.

Confezioni Pango apre a Sofia e mette nel mirino la Russia

L'azienda di Bassano presenterà in fiera a Mosca 250 capi delle sue due linee

Abbigliamento

Angela Dessì

BASSANO. Pango sbarca all'estero e apre il primo monomarca a Sofia, in Bulgaria, e nel mentre strizza l'occhio alla Russia. A distanza di pochi mesi dall'arrivo dell'export manager Carlo Secca, già responsabile della stessa attività per il brand Luisa Spagnoli, l'azienda bresciana di abbigliamento femminile apre una porta sul mondo, e comincia a farlo dall'Est Europa.

«Per noi l'export non ha mai superato il 15% del business, ma ora puntiamo a raddoppiarlo», spiega l'amministratore unico Gianfranco Scotuzzi, che evidenzia come oggi più che mai sia strategico guardare oltre confine. «L'obiettivo è

aprire a breve altri negozi monomarca in Europa e in particolare in Russia», gli fa eco Secca che chiama in causa la partecipazione alla Collection première moscow, fiera punto di riferimento per il mercato fashion della Russia e dell'Europa dell'Est, con oltre 23.000 visitatori business, in programma dal 24 al 27 febbraio 2020 all'Expocentre di Mosca.

Strategie. «La fiera di Mosca ci permetterà di farci conoscere e anche di studiare gli interventi stilistici da realizzare per nuove future collezioni capaci di soddisfare le specifiche esigenze del mercato locale», prosegue l'export manager evidenziando che «il mercato russo dimostra un grande apprezzamento per lo stile, la qualità e la creatività del Made in Italy».

L'apertura della nuova concept boutique nella capitale bulgara Sofia, in Vitosha Boule-



I protagonisti. Da sinistra Claudio Manenti, Nicola Scotuzzi, Gianfranco Scotuzzi e Paolo Manenti

vard, cuore dello shopping di questa cosmopolita e multiculturale città, è prevista invece a marzo. «La scelta della Bulgaria come primo paese estero per l'apertura di un nostro negozio - spiega Scotuzzi - è frutto anche di una valutazione della situazione economica della Bulgaria che dal 2018 è in crescita, con turismo in aumento nella capitale e nei vicini luoghi di villeggiatura sul Mar Nero e Bansko, località montana teatro di gare di cop-pa del mondo di sci».

Il business. Oggi Pango - fondata 45 anni fa da Gino Scotuzzi, padre di Gianfranco Scotuzzi e nonno di suo figlio Nicola, anch'egli in azienda - fattura quasi 13 milioni di euro (12,8 nel 2018: l'esercizio 2019 è in linea, anche se il bilancio non è ancora stato approvato) ed impiega 44 persone: oltre alle linee disegnate internamente (a Mosca presenta oltre 250 capi delle collezioni Gaia Life e Ten ways to be) Pango lavora come private labels per molte altre realtà, La Rinascente in primis. In Ita-

lia ha 6 monomarca a Trieste, Motta di Livenza (TV), Vittorio Veneto (TV), Reggio Calabria, Lamezia (CZ) e Vibo Valentia. PANGO, che ha la produzione presso la sede di Bassano Bresciano, è oggi una delle poche realtà sopravvissute alla crisi del 2009: «qui in zona ce ne erano almeno una dozzina - tira corto Scotuzzi - ma oggi siamo rimasti solo noi. Merito, probabilmente, dell'intuizione di abbinare linee proprie ai private labels ma anche soprattutto di una buona dose di fortuna». //