



RASSEGNA STAMPA

“LA PUGLIA VA DI MODA”

15 marzo 2023

Sommario

AndriaViva.....	3
BarlettaViva.....	5
BitontoViva.....	7
MinervinoViva.....	9
RuvoViva.....	11
TraniViva.....	13
BarlettaLive	15
TraniLive	16
L'Edicola del Sud Puglia e Basilicata	17
La Gazzetta del Mezzogiorno	18
Tg Norba 24	19
AndriaViva.....	20
BarlettaViva.....	22
BarlettaLive	23
BarlettaViva.....	25
Cronache Lucane	27
L'Edicola del Sud Puglia e Basilicata.....	28
Nuovo Quotidiano di Puglia	29
SudNotizie.com Mezzogiorno Protagonista.....	30
Teledheon	32
TraniLive	33
TraniLive	35
TraniViva.....	36
La Repubblica Bari	38



<https://www.andriaviva.it/notizie/la-puglia-va-di-moda-eccellenze-e-opportunita-se-ne-parla-con-hey-sud/>

“La Puglia va di moda”, eccellenze e opportunità: se ne parla con “Hey Sud”

Nuovo talk con imprenditori ed esperti in programma mercoledì 15 marzo



La Puglia vanta una lunga tradizione nel campo della moda. È stata ed è attualmente terra di grandi sartorie al servizio delle più importanti griffe. Ma non mancano anche brand "made in Puglia" che hanno fatto parlare di sé a livello nazionale. Mercoledì 15 marzo si svolgerà il nuovo appuntamento con Hey Sud, un ciclo di talks ideato da Fabio Mazzocca, Sales Responsible South Area Consulting, e promosso da EY nel sud Italia per approfondire tematiche di grande rilevanza per il territorio. Il tema di questo incontro, in programma mercoledì alle ore 16.30, nella sede operativa di EY a Barletta, in via Giuseppe De Nittis n. 15, sarà il mondo della moda, con ospiti istituzionali, imprenditori ed esperti per approfondire l'argomento. La Puglia va di moda, la Puglia è moda. È un territorio ricco di eccellenze. È un territorio che ha ispirato anche due giganti del fashion, Dior e Gucci, che hanno dato vita in Puglia a due delle sfilate più memorabili della loro storia. Le professionalità non mancano, le condizioni geopolitiche sono favorevoli. Cosa manca, allora, per il salto di qualità?

Partendo da questi quesiti, interverranno al talk:

- Alessandro Delli Noci (Assessore Sviluppo Economico Regione Puglia)
- Domenico Vacca (Stilista)
- Roberta Carrozzo (Administrative manager e componente del CEO Fashion Academy)
- Vitantonio Fanelli (Presidente Brio Group)
- Claudio Meucci (EY Consulting Market Leader)
- Ercole Botto Poala (Presidente Confindustria Moda)
- Ennio Capasa (Stilista)
- Anna Matteo (Digital Transformation & Information Technology Director OVS)

A condurre l'appuntamento sarà Antonio Procacci, giornalista di Telenorba.



<https://www.barlettaviva.it/notizie/la-puglia-va-di-moda-eccellenze-e-opportunita-se-ne-parla-con-hey-sud/>

“La Puglia va di moda”, eccellenze e opportunità: se ne parla con “Hey Sud”

Nuovo talk con imprenditori ed esperti in programma mercoledì 15 marzo



La Puglia vanta una lunga tradizione nel campo della moda. È stata ed è attualmente terra di grandi sartorie al servizio delle più importanti griffe. Ma non mancano anche brand "made in Puglia" che hanno fatto parlare di sé a livello nazionale.

Mercoledì 15 marzo si svolgerà il nuovo appuntamento con Hey Sud, un ciclo di talks ideato da Fabio Mazzocca, Sales Responsible South Area Consulting, e promosso da EY nel sud Italia per approfondire tematiche di grande rilevanza per il territorio. Il tema di questo incontro, in programma mercoledì alle ore 16.30, nella sede operativa di EY a Barletta, in via Giuseppe De Nittis n. 15, sarà il mondo della moda, con ospiti istituzionali, imprenditori ed esperti per approfondire l'argomento. La Puglia va di moda, la Puglia è moda. È un territorio ricco di eccellenze. È un territorio che ha ispirato anche due giganti del fashion, Dior e Gucci, che hanno dato vita in Puglia a due delle sfilate più memorabili della loro storia.

Le professionalità non mancano, le condizioni geopolitiche sono favorevoli. Cosa manca, allora, per il salto di qualità?

Partendo da questi quesiti, interverranno al talk:

- Alessandro Delli Noci (Assessore Sviluppo Economico Regione Puglia)
- Domenico Vacca (Stilista)
- Roberta Carrozzo (Administrative manager e componente del CEO Fashion Academy)
- Vitantonio Fanelli (Presidente Brio Group)
- Claudio Meucci (EY Consulting Market Leader)
- Ercole Botto Poala (Presidente Confindustria Moda)
- Ennio Capasa (Stilista)
- Anna Matteo (Digital Transformation & Information Technology Director OVS)

A condurre l'appuntamento sarà Antonio Procacci, giornalista di Telenorba.



<https://www.bitontoviva.it/notizie/la-puglia-va-di-moda-eccellenze-e-opportunita-se-ne-parla-con-hey-sud/>

“La Puglia va di moda”, eccellenze e opportunità: se ne parla con “Hey Sud”

Nuovo talk con imprenditori ed esperti in programma mercoledì 15 marzo



La Puglia vanta una lunga tradizione nel campo della moda. È stata ed è attualmente terra di grandi sartorie al servizio delle più importanti griffe. Ma non mancano anche brand "made in Puglia" che hanno fatto parlare di sé a livello nazionale.

Mercoledì 15 marzo si svolgerà il nuovo appuntamento con Hey Sud, un ciclo di talks ideato da Fabio Mazzocca, Sales Responsible South Area Consulting, e promosso da EY nel sud Italia per approfondire tematiche di grande rilevanza per il territorio. Il tema di questo incontro, in programma mercoledì alle ore 16.30, nella sede operativa di EY a Barletta, in via Giuseppe De Nittis n. 15, sarà il mondo della moda, con ospiti istituzionali, imprenditori ed esperti per approfondire l'argomento. La Puglia va di moda, la Puglia è moda. È un territorio ricco di eccellenze. È un territorio che ha ispirato anche due giganti del fashion, Dior e Gucci, che hanno dato vita in Puglia a due delle sfilate più memorabili della loro storia. Le professionalità non mancano, le condizioni geopolitiche sono favorevoli. Cosa manca, allora, per il salto di qualità?

Partendo da questi quesiti, interverranno al talk:

- Alessandro Delli Noci (Assessore Sviluppo Economico Regione Puglia)
- Domenico Vacca (Stilista)
- Roberta Carrozzo (Administrative manager e componente del CEO Fashion Academy)
- Vitantonio Fanelli (Presidente Brio Group)
- Claudio Meucci (EY Consulting Market Leader)
- Ercole Botto Poala (Presidente Confindustria Moda)
- Ennio Capasa (Stilista)
- Anna Matteo (Digital Transformation & Information Technology Director OVS)

A condurre l'appuntamento sarà Antonio Procacci, giornalista di Telenorba.



<https://www.minervinoviva.it/notizie/la-puglia-va-di-moda-eccellenze-e-opportunita-se-ne-parla-con-hey-sud/>

“La Puglia va di moda”, eccellenze e opportunità: se ne parla con “Hey Sud”

Nuovo talk con imprenditori ed esperti in programma mercoledì 15 marzo



La Puglia vanta una lunga tradizione nel campo della moda. È stata ed è attualmente terra di grandi sartorie al servizio delle più importanti griffe. Ma non mancano anche brand "made in Puglia" che hanno fatto parlare di sé a livello nazionale.

Mercoledì 15 marzo si svolgerà il nuovo appuntamento con Hey Sud, un ciclo di talks ideato da Fabio Mazzocca, Sales Responsible South Area Consulting, e promosso da EY nel sud Italia per approfondire tematiche di grande rilevanza per il territorio. Il tema di questo incontro, in programma mercoledì alle ore 16.30, nella sede operativa di EY a Barletta, in via Giuseppe De Nittis n. 15, sarà il mondo della moda, con ospiti istituzionali, imprenditori ed esperti per approfondire l'argomento.

La Puglia va di moda, la Puglia è moda. È un territorio ricco di eccellenze. È un territorio che ha ispirato anche due giganti del fashion, Dior e Gucci, che hanno dato vita in Puglia a due delle sfilate più memorabili della loro storia.

Le professionalità non mancano, le condizioni geopolitiche sono favorevoli. Cosa manca, allora, per il salto di qualità?

Partendo da questi quesiti, interverranno al talk:

- Alessandro Delli Noci (Assessore Sviluppo Economico Regione Puglia)
- Domenico Vacca (Stilista)
- Roberta Carrozzo (Administrative manager e componente del CEO Fashion Academy)
- Vitantonio Fanelli (Presidente Brio Group)
- Claudio Meucci (EY Consulting Market Leader)
- Ercole Botto Poala (Presidente Confindustria Moda)
- Ennio Capasa (Stilista)
- Anna Matteo (Digital Transformation & Information Technology Director OVS)

A condurre l'appuntamento sarà Antonio Procacci, giornalista di Telenorba.



<https://www.ruvoviva.it/notizie/la-puglia-va-di-moda-eccellenze-e-opportunita-se-ne-parla-con-hey-sud/>

“La Puglia va di moda”, eccellenze e opportunità: se ne parla con “Hey Sud”

Nuovo talk con imprenditori ed esperti in programma mercoledì 15 marzo



La Puglia vanta una lunga tradizione nel campo della moda. È stata ed è attualmente terra di grandi sartorie al servizio delle più importanti griffe. Ma non mancano anche brand "made in Puglia" che hanno fatto parlare di sé a livello nazionale.

Mercoledì 15 marzo si svolgerà il nuovo appuntamento con Hey Sud, un ciclo di talks ideato da Fabio Mazzocca, Sales Responsible South Area Consulting, e promosso da EY nel sud Italia per approfondire tematiche di grande rilevanza per il territorio. Il tema di questo incontro, in programma mercoledì alle ore 16.30, nella sede operativa di EY a Barletta, in via Giuseppe De Nittis n. 15, sarà il mondo della moda, con ospiti istituzionali, imprenditori ed esperti per approfondire l'argomento.

La Puglia va di moda, la Puglia è moda. È un territorio ricco di eccellenze. È un territorio che ha ispirato anche due giganti del fashion, Dior e Gucci, che hanno dato vita in Puglia a due delle sfilate più memorabili della loro storia.

Le professionalità non mancano, le condizioni geopolitiche sono favorevoli. Cosa manca, allora, per il salto di qualità?

Partendo da questi quesiti, interverranno al talk:

- Alessandro Delli Noci (Assessore Sviluppo Economico Regione Puglia)
- Domenico Vacca (Stilista)
- Roberta Carrozzo (Administrative manager e componente del CEO Fashion Academy)
- Vitantonio Fanelli (Presidente Brio Group)
- Claudio Meucci (EY Consulting Market Leader)
- Ercole Botto Poala (Presidente Confindustria Moda)
- Ennio Capasa (Stilista)
- Anna Matteo (Digital Transformation & Information Technology Director OVS)

A condurre l'appuntamento sarà Antonio Procacci, giornalista di Telenorba.



<https://www.traniviva.it/notizie/la-puglia-va-di-moda-eccellenze-e-opportunita-se-ne-parla-con-hey-sud/>

“La Puglia va di moda”, eccellenze e opportunità: se ne parla con “Hey Sud”

Nuovo talk con imprenditori ed esperti in programma mercoledì 15 marzo



La Puglia vanta una lunga tradizione nel campo della moda. È stata ed è attualmente terra di grandi sartorie al servizio delle più importanti griffe. Ma non mancano anche brand "made in Puglia" che hanno fatto parlare di sé a livello nazionale.

Mercoledì 15 marzo si svolgerà il nuovo appuntamento con Hey Sud, un ciclo di talks ideato da Fabio Mazzocca, Sales Responsible South Area Consulting, e promosso da EY nel sud Italia per approfondire tematiche di grande rilevanza per il territorio. Il tema di questo incontro, in programma mercoledì alle ore 16.30, nella sede operativa di EY a Barletta, in via Giuseppe De Nittis n. 15, sarà il mondo della moda, con ospiti istituzionali, imprenditori ed esperti per approfondire l'argomento.

La Puglia va di moda, la Puglia è moda. È un territorio ricco di eccellenze. È un territorio che ha ispirato anche due giganti del fashion, Dior e Gucci, che hanno dato vita in Puglia a due delle sfilate più memorabili della loro storia.

Le professionalità non mancano, le condizioni geopolitiche sono favorevoli. Cosa manca, allora, per il salto di qualità?

Partendo da questi quesiti, interverranno al talk:

- Alessandro Delli Noci (Assessore Sviluppo Economico Regione Puglia)
- Domenico Vacca (Stilista)
- Roberta Carrozzo (Administrative manager e componente del CEO Fashion Academy)
- Vitantonio Fanelli (Presidente Brio Group)
- Claudio Meucci (EY Consulting Market Leader)
- Ercole Botto Poala (Presidente Confindustria Moda)
- Ennio Capasa (Stilista)
- Anna Matteo (Digital Transformation & Information Technology Director OVS)

A condurre l'appuntamento sarà Antonio Procacci, giornalista di Telenorba.



<https://barlettalive.it/2023/03/14/la-puglia-va-di-moda-a-barletta-a-confronto-stilisti-istituzioni-e-imprenditori-del-fashion/>

“La Puglia va di moda”: domani a Barletta torna Hey Sud

Tra gli ospiti di EY l’assessore allo sviluppo economico della Puglia Delli Noci, il presidente nazionale di Confindustria Moda, lo stilista Ennio Capasa ed altri tra imprenditori e operatori del settore.

Appuntamento alle 16.30 nella sede di via G. De Nittis 15



Torna domani, **mercoledì 15 marzo**, l'appuntamento con **Hey Sud**, ciclo di talks ideato da **Fabio Mazzocca**, Sales Responsible South Area Consulting, e promosso da **EY** nel sud Italia per approfondire tematiche di grande rilevanza per il territorio. L'appuntamento è alle **ore 16.30** nella sede operativa di EY a **Barletta** (via G. De Nittis n. 15). Il titolo dell'appuntamento è **“La Puglia va di moda”**. La nostra regione vanta una lunga tradizione nel campo della moda. È stata ed è tuttora terra di grandi sartorie al servizio delle più importanti griffe. Ma non mancano anche brand “made in Puglia” che hanno fatto parlare di sé a livello nazionale. È un territorio ricco di eccellenze. È un territorio che ha ispirato anche due giganti del fashion, Dior e Gucci, che hanno dato vita in Puglia a due delle sfilate più memorabili della loro storia. La Puglia va di moda, la Puglia è moda. Le professionalità non mancano, le condizioni geopolitiche sono favorevoli. Cosa manca, allora, per il salto di qualità? Di questo si parlerà domani. Interverranno **Alessandro Delli Noci**, assessore allo Sviluppo Economico della Regione Puglia, il presidente nazionale di Confindustria Moda **Ercole Botto Poala**, gli stilisti **Ennio Capasa** e **Domenico Vacca**, l'imprenditrice **Roberta Carrozzo**, administrative manager e componente del CEO di Fashion Academy, **Vitantonio Fanelli**, presidente di Brio Group, **Anna Matteo**, Digital Transformation & Digital Transformation Director & Chief Information Officer OVS, e **Claudio Meucci**, EY Consulting Market Leader.

Il talk, condotto dal giornalista di Telenorba **Antonio Procacci**, andrà in onda in streaming all'indirizzo <https://youtube.com/live/W1efH7no1GE> e sarà disponibile on demand su tutte le piattaforme EY.



<https://tranilive.it/2023/03/14/la-puglia-va-di-moda-domani-a-barletta-torna-hey-sud/>

“La Puglia va di moda”: domani a Barletta torna Hey Sud

Tra gli ospiti di EY l’assessore allo sviluppo economico della Puglia Delli Noci, il presidente nazionale di Confindustria Moda, lo stilista Ennio Capasa ed altri tra imprenditori e operatori del settore.

Appuntamento alle 16.30 nella sede di via G. De Nittis 15



Torna domani, **mercoledì 15 marzo**, l’appuntamento con **Hey Sud**, ciclo di talks ideato da **Fabio Mazzocca**, Sales Responsible South Area Consulting, e promosso da **EY** nel sud Italia per approfondire tematiche di grande rilevanza per il territorio.

L’appuntamento è alle **ore 16.30** nella sede operativa di EY a **Barletta** (via G. De Nittis n. 15). Il titolo dell’appuntamento è **“La Puglia va di moda”**. La nostra regione vanta una lunga tradizione nel campo della moda. È stata ed è tuttora terra di grandi sartorie al servizio delle più importanti griffe. Ma non mancano anche brand “made in Puglia” che hanno fatto parlare di sé a livello nazionale. È un territorio ricco di eccellenze. È un territorio che ha ispirato anche due giganti del fashion, Dior e Gucci, che hanno dato vita in Puglia a due delle sfilate più memorabili della loro storia. La Puglia va di moda, la Puglia è moda. Le professionalità non mancano, le condizioni geopolitiche sono favorevoli. Cosa manca, allora, per il salto di qualità? Di questo si parlerà domani. Interverranno **Alessandro Delli Noci**, assessore allo Sviluppo Economico della Regione Puglia, il presidente nazionale di Confindustria Moda **Ercole Botto Poala**, gli stilisti **Ennio Capasa** e **Domenico Vacca**, l’imprenditrice **Roberta Carrozzo**, administrative manager e componente del CEO di Fashion Academy, **Vitantonio Fanelli**, presidente di Brio Group, **Anna Matteo**, Digital Transformation & Digital Transformation Director & Chief Information Officer OVS, e **Claudio Meucci**, EY Consulting Market Leader.

Il talk, condotto dal giornalista di Telenorba **Antonio Procacci**, andrà in onda in streaming all’indirizzo <https://youtube.com/live/W1efH7no1GE> e sarà disponibile on demand su tutte le piattaforme EY.

L'Edicola^èSud

Puglia e Basilicata

"LA PUGLIA VA DI MODA"

Torna oggi, mercoledì 15 marzo, l'appuntamento con Hey Sud, ciclo di talks ideato da Fabio Mazzocca, Sales Responsible South Area Consulting, e promosso da EY nel Sud Italia per approfondire tematiche di grande rilevanza per il territorio. L'appuntamento è alle ore 16.30 nella sede operativa di EY a Barletta (via G. De Nittis n. 15). Il titolo dell'appuntamento è "La Puglia va di moda". Il tacco d'Italia vanta una lunga tradizio-



ne nel campo della moda. Ed ha ispirato anche due giganti, Dior e Gucci, con le loro sfilate. Cosa manca per il salto di qualità? E' di questo che si discuterà oggi.

LA GAZZETTA DEL MEZZOGIORNO

BAT

BARLETTA. OPPORTUNITÀ E STRATEGIE A CONFRONTO

«La Puglia va di moda»

● **BARLETTA.** Torna oggi, mercoledì 15 marzo, l'appuntamento con Hey Sud, ciclo di talks ideato da Fabio Mazzocca, sales responsible South Area Consulting, e promosso da EY nel sud Italia per approfondire tematiche di grande rilevanza per il territorio. L'appuntamento è alle ore 16.30 nella sede operativa di EY a Barletta (via Giuseppe De Nittis 15). Il titolo dell'appuntamento è "La Puglia va di moda". La nostra regione vanta una lunga tradizione nel campo della moda. È stata ed è tuttora terra di grandi sartorie al servizio delle più importanti griffe. Ma non mancano anche brand "made in Puglia" che hanno fatto parlare di sé a livello nazionale. È un territorio ricco di eccellenze. È un territorio che ha ispirato anche due giganti del fashion, Dior e Gucci, che hanno dato vita in Puglia a due delle sfilate più memorabili della loro storia. La Puglia va di moda, la Puglia è moda.

Le professionalità non mancano, le condizioni geopolitiche sono favorevoli. Cosa manca, allora, per il salto di qualità? Di questo si parla oggi. Interverranno Alessandro Delli Noci, assessore allo Sviluppo Economico della Regione Puglia, il presidente nazionale di Confindustria Moda Ercole Botto Poala, gli stilisti Ennio Capasa e Domenico Vacca, l'imprenditrice Roberta Carrozzo, administrative manager e componente del CEO di Fashion Academy, Vitantonio Fanelli, presidente di Brio Group, Anna Matteo, Digital Transformation & Digital Transformation Director & Chief Information Officer OVS, e Claudio Meucci, EY Consulting Market Leader.

Il talk, condotto dal giornalista di Telenorba Antonio Procacci, andrà in onda in streaming all'indirizzo <https://youtube.com/live/W1efH7no1GE> e sarà disponibile on demand su tutte le piattaforme EY.



TG NORBA 24

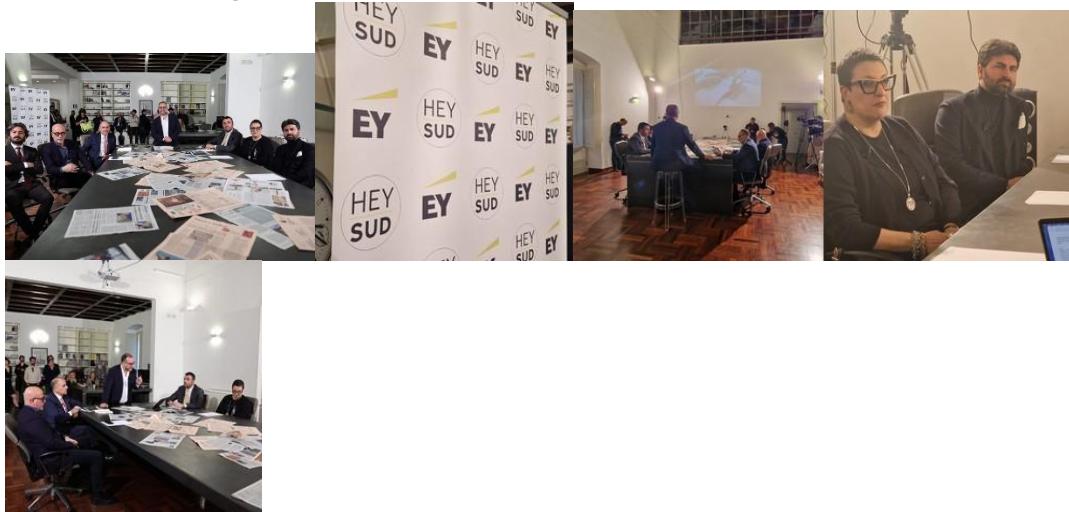
<https://norbaonline.it/2023/03/15/la-puglia-va-di-moda-il-dibattito-a-barletta/>





<https://www.andriaviva.it/notizie/la-modà-punta-sul-made-in-puglia-ieri-a-barletta-stilisti-e-imprenditori-a-confronto-per-hey-sud/>

La moda punta sul "Made in Puglia": ieri a Barletta stilisti e imprenditori a confronto per Hey Sud Nascerà il marchio per i prodotti creati in Puglia, lo ha annunciato l'assessore regionale Delli Noci



"Made in Puglia è sempre stato associato al tema del settore agroalimentare. A breve lanceremo un marchio che consentirà di riconoscere i prodotti fatti in Puglia non solo nel campo agroalimentare ma in altre settori, fra cui la moda". E' l'annuncio fatto dall'assessore allo Sviluppo Economico della Regione Puglia Alessandro Delli Noci, nel corso del quinto appuntamento di Hey Sud, un ciclo di talk ideato da Fabio Mazzocca, Sales Responsible South Area Consulting di EY, per generare un confronto sull'economia pugliese fra imprenditori, professionisti e rappresentanti delle istituzioni. Delli Noci ha anche anticipato che la Regione intende finanziare la nascita di academy all'interno delle aziende, "perché la formazione deve essere un pezzo del fare impresa".

"Gli Iits non possono essere la soluzione al grande fabbisogno di figure specializzate, la formazione deve entrare nelle aziende, deve essere un pezzo del fare impresa", ha sottolineato ancora l'assessore allo sviluppo economico, rispondendo anche al bisogno manifestato dallo stilista Ettore Capasa. "Abbiamo sarti bravissimi", ha detto il creativo salentino, "ma pochissimi modellisti 3D, che oggi è un'esigenza delle aziende". E' uno dei pochi nei del settore secondo Capasa, che invece ha sottolineato le "politiche illuminate che hanno permesso all'imprenditoria del territorio un collegamento con il mondo, "ma dobbiamo essere pronti e rispondere alle esigenze

richieste dal mercato", ha aggiunto ancora. Quello del trapasso di nozioni e della formazione è un nodo fondamentale affrontato durante l'incontro. Il presidente nazionale di Confindustria Moda, Ercole Botto Poala, ha invitato le aziende a curare il modo in cui si avvicinano al mondo dell'offerta del lavoro: "Spesso si dà per scontato che i giovani professionisti debbano scegliere di lavorare per noi, il mercato del lavoro è oggi così complesso che serve vestire la domanda in maniera tale da essere attrattivi".

La forza della nostra regione nel settore moda risiede nel gusto e nell'italian style di cui imprenditori come Domenico Vacca, stilista di origine andriese da oltre 30 anni in America con diversi negozi sartoriali, si sono fatti portavoce. "Vent'anni fa l'americano voleva costruire un suo guardaroba, siamo arrivati noi e abbiamo spiegato cosa fosse un guardaroba. L'americano tornava dalle vacanze romane, dai weekend a Firenze e chiedeva dell'italian style. Noi glielo abbiamo portato".

Al dibattito ha partecipato anche Anna Matteo, Digital Transformation & Digital Transformation Director & Chief Information Officer OVS, che ha annunciato nei prossimi anni un investimento del gruppo che porterà all'assunzione di 125 persone per un progetto che punta su innovazione ed economia circolare. Il futuro del settore, da quanto emerso, si giocherà sulla capacità delle imprese di fare formazione e sugli investimenti di grandi fondi che non vadano però a snaturare o ad estirpare dal territorio le produzioni. "La nostra esperienza ci ha portato all'acquisto di un brand marchigiano al quale abbiamo dato una forma mentis imprenditoriale da grande gruppo per poi portarlo qui in questo territorio creando l'incontro con l'artigianato locale, un punto di svolta per il brand", ha detto Vitantonio Fanelli, presidente di Brio Group, sottolineando la forza del made in Puglia. "Il comparto ha una tensione internazionale fortissima", ha detto ancora l'assessore Delli Noci, "i big brand del settore stanno acquisendo aziende pugliesi perché apprezzano il valore delle competenze che custodiscono, ma questo non è un risvolto negativo se la governance aziendale resta nelle mani del territorio". Gli ultimi tre anni sono stati caratterizzati da eventi che hanno chiesto alle aziende del territorio di stravolgere i propri asset, come spiegato da Roberta Carrozzo di Fashion Academy: "Durante il periodo Covid abbiamo perso un cliente che per noi rappresentava il 90% del fatturato, Dolce&Gabbana. Siamo riusciti a rafforzare ed implementare i rapporti con altri partner e grazie alla qualità che ha sempre contraddistinto il nostro lavoro siamo riusciti a modificare il modo di fare impresa e ad attrarre altri grandi brand. L'esigenza attuale è quella di difendere e trasmettere alle nuove generazioni le competenze dei nostri sarti". Ma quale sarà quindi il gradino da superare per il salto di qualità? La tutela del marchio e la produzione del prodotto nel sistema pugliese. È quanto sostenuto da Claudio Meucci, EY Consulting Market Leader, che ha spiegato quanto la moda, il made in Italy, sia un settore importante per EY: "È stato uno dei primi settori studiati in Puglia, quando siamo arrivati qui, il trend dell'artigianalità è importantissimo e per difendere il made in Italy o il made in Puglia le aziende devono essere capaci di gestire le possibili problematiche relative a problemi di logistica ad esempio, che potrebbero essere capaci di mettere in ginocchio un'azienda. Servono investimenti sì ma serve proteggere anche le competenze acquisite, le competenze sono sempre di moda e possono permettere il salto di qualità".



<https://www.barlettaviva.it/notizie/la-modà-punta-sul-made-in-puglia-ieri-a-barletta-stilisti-e-imprenditori-a-confronto-per-hey-sud/>





<https://barlettalive.it/2023/03/16/delli-noci-a-hey-sud-presto-lanceremo-il-marchio-made-in-puglia-nella-mod/>

Delli Noci a Hey Sud: «Presto lanceremo il marchio Made in Puglia nella moda»

L'annuncio dell'assessore allo sviluppo economico ospite a Barletta



“Made in Puglia è sempre stato associato al tema del settore agroalimentare. A breve lanceremo un marchio che consentirà di riconoscere i prodotti fatti in Puglia non solo nel campo agroalimentare ma in altre settori, fra cui la moda”.

E’ l’annuncio fatto dall’assessore allo Sviluppo Economico della Regione Puglia **Alessandro Delli Noci**, nel corso del quinto appuntamento di **Hey Sud**, un ciclo di talk ideato da **Fabio Mazzocca**, Sales Responsible South Area Consulting di **EY**, per generare un confronto sull’economia pugliese fra imprenditori, professionisti e rappresentanti delle istituzioni. Delli Noci ha anche anticipato che la Regione intende finanziare la nascita di academy all’interno delle aziende, “perché la formazione deve essere un pezzo del fare impresa”. “Gli Its non possono essere la soluzione al grande fabbisogno di figure specializzate, la formazione deve entrare nelle aziende, deve essere un pezzo del fare impresa”, ha sottolineato ancora l’assessore allo sviluppo economico, rispondendo anche al bisogno manifestato dallo stilista Ettore Capasa. “Abbiamo sarti bravissimi”, ha detto il creativo salentino, “ma pochissimi modellisti 3D, che oggi è un’esigenza delle aziende”.

E’ uno dei pochi nei del settore secondo Capasa, che invece ha sottolineato le “politiche illuminate che hanno permesso all’imprenditoria del territorio un collegamento con il mondo, “ma dobbiamo essere pronti e rispondere alle esigenze richieste dal mercato”, ha aggiunto ancora.

Quello del trapasso di nozioni e della formazione è un nodo fondamentale affrontato durante l’incontro. Il presidente nazionale di Confindustria Moda, **Ercole Botto Poala**, ha invitato le aziende a curare il modo in cui si avvicinano al mondo dell’offerta del lavoro: “Spesso si dà per scontato che i giovani professionisti debbano scegliere di lavorare per noi, il mercato del lavoro è oggi così complesso che serve vestire la domanda in maniera tale da essere attrattivi”.

La forza della nostra regione nel settore moda risiede nel gusto e nell’italian style di cui imprenditori come **Domenico Vacca**, stilista di origine andriese da oltre 30 anni in America con diversi negozi sartoriali, si sono fatti portavoce. “Vent’anni fa l’americano

voleva costruire un suo guardaroba, siamo arrivati noi e abbiamo spiegato cosa fosse un guardaroba. L'americano tornava dalle vacanze romane, dai weekend a Firenze e chiedeva dell'italian style. Noi glielo abbiamo portato”.

Al dibattito ha partecipato anche **Anna Matteo**, Digital Transformation & Digital Transformation Director & Chief Information Officer OVS, che ha annunciato nei prossimi anni un investimento del gruppo che porterà all'assunzione di 125 persone per un progetto che punta su innovazione ed economia circolare.

Il futuro del settore, da quanto emerso, si giocherà sulla capacità delle imprese di fare formazione e sugli investimenti di grandi fondi che non vadano però a snaturare o ad estirpare dal territorio le produzioni. “La nostra esperienza ci ha portato all'acquisto di un brand marchigiano al quale abbiamo dato una forma mentis imprenditoriale da grande gruppo per poi portarlo qui in questo territorio crendo l'incontro con l'artigianato locale, un punto di svolta per il brand”, ha detto **Vitantonio Fanelli**, presidente di Brio Group, sottolineando la forza del made in Puglia.

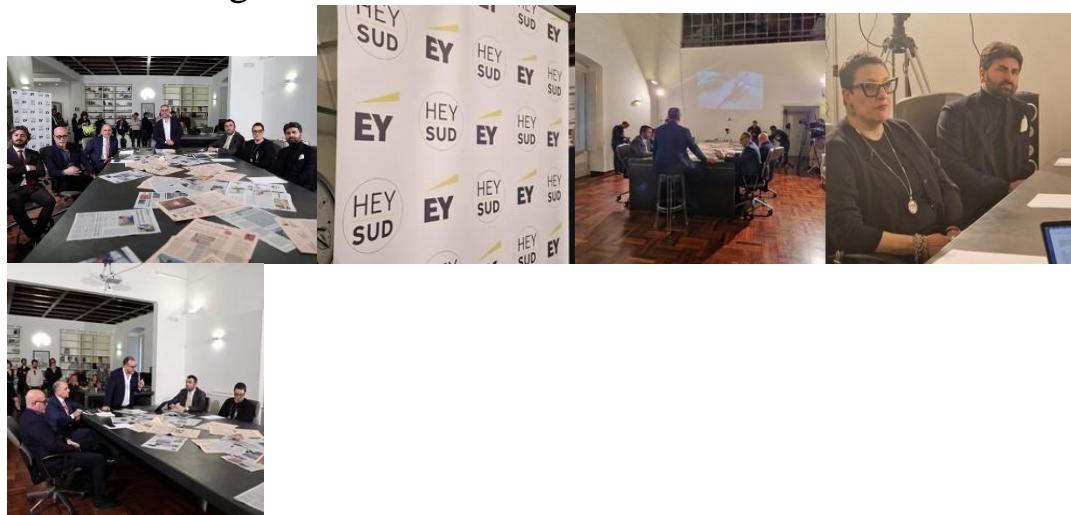
“Il comparto ha una tensione internazionale fortissima”, ha detto ancora l'assessore **Delli Noci**, “i big brand del settore stanno acquisendo aziende pugliesi perché apprezzano il valore delle competenze che custodiscono, ma questo non è un risvolto negativo se la governance aziendale resta nelle mani del territorio”. Gli ultimi tre anni sono stati caratterizzati da eventi che hanno chiesto alle aziende del territorio di stravolgere i propri asset, come spiegato da **Roberta Carrozzo** di Fashion Academy: “Durante il periodo Covid abbiamo perso un cliente che per noi rappresentava il 90% del fatturato, Dolce&Gabbana. Siamo riusciti a rafforzare ed implementare i rapporti con altri partner e grazie alla qualità che ha sempre contraddistinto il nostro lavoro siamo riusciti a modificare il modo di fare impresa e ad attrarre altri grandi brand. L'esigenza attuale è quella di difendere e trasmettere alle nuove generazioni le competenze dei nostri sarti”.

Ma quale sarà quindi il gradino da superare per il salto di qualità? La tutela del marchio e la produzione del prodotto nel sistema pugliese. È quanto sostenuto da **Claudio Meucci**, EY Consulting Market Leader, che ha spiegato quanto la moda, il made in Italy, sia un settore importante per EY: “È stato uno dei primi settori studiati in Puglia, quando siamo arrivati qui, il trend dell'artigianalità è importantissimo e per difendere il made in Italy o il made in Puglia le aziende devono essere capaci di gestire le possibili problematiche relative a problemi di logistica ad esempio, che potrebbero essere capaci di mettere in ginocchio un'azienda. Servono investimenti sì ma serve proteggere anche le competenze acquisite, le competenze sono sempre di moda e possono permettere il salto di qualità”.



<https://www.barlettaviva.it/notizie/la-mod-a-punta-sul-made-in-puglia-ieri-a-barletta-stilisti-e-imprenditori-a-confronto-per-hey-sud/>

La moda punta sul "Made in Puglia": ieri a Barletta stilisti e imprenditori a confronto per Hey Sud Nascerà il marchio per i prodotti creati in Puglia, lo ha annunciato l'assessore regionale Delli Noci



"Made in Puglia è sempre stato associato al tema del settore agroalimentare. A breve lanceremo un marchio che consentirà di riconoscere i prodotti fatti in Puglia non solo nel campo agroalimentare ma in altre settori, fra cui la moda". E' l'annuncio fatto dall'assessore allo Sviluppo Economico della Regione Puglia Alessandro Delli Noci, nel corso del quinto appuntamento di Hey Sud, un ciclo di talk ideato da Fabio Mazzocca, Sales Responsible South Area Consulting di EY, per generare un confronto sull'economia pugliese fra imprenditori, professionisti e rappresentanti delle istituzioni. Delli Noci ha anche anticipato che la Regione intende finanziare la nascita di academy all'interno delle aziende, "perché la formazione deve essere un pezzo del fare impresa".

"Gli Its non possono essere la soluzione al grande fabbisogno di figure specializzate, la formazione deve entrare nelle aziende, deve essere un pezzo del fare impresa", ha sottolineato ancora l'assessore allo sviluppo economico, rispondendo anche al bisogno manifestato dallo stilista Ettore Capasa. "Abbiamo sarti bravissimi", ha detto il creativo salentino, "ma pochissimi modellisti 3D, che oggi è un'esigenza delle aziende". E' uno dei pochi nei del settore secondo Capasa, che invece ha sottolineato le "politiche illuminate che hanno permesso all'imprenditoria del territorio un collegamento con il mondo, "ma dobbiamo essere pronti e rispondere alle esigenze richieste dal mercato", ha aggiunto ancora. Quello del trapasso di nozioni e della

formazione è un nodo fondamentale affrontato durante l'incontro. Il presidente nazionale di Confindustria Moda, Ercole Botto Poala, ha invitato le aziende a curare il modo in cui si avvicinano al mondo dell'offerta del lavoro: "Spesso si dà per scontato che i giovani professionisti debbano scegliere di lavorare per noi, il mercato del lavoro è oggi così complesso che serve vestire la domanda in maniera tale da essere attrattivi".

La forza della nostra regione nel settore moda risiede nel gusto e nell'italian style di cui imprenditori come Domenico Vacca, stilista di origine andriese da oltre 30 anni in America con diversi negozi sartoriali, si sono fatti portavoce. "Vent'anni fa l'americano voleva costruire un suo guardaroba, siamo arrivati noi e abbiamo spiegato cosa fosse un guardaroba. L'americano tornava dalle vacanze romane, dai weekend a Firenze e chiedeva dell'italian style. Noi glielo abbiamo portato".

Al dibattito ha partecipato anche Anna Matteo, Digital Transformation & Digital Transformation Director & Chief Information Officer OVS, che ha annunciato nei prossimi anni un investimento del gruppo che porterà all'assunzione di 125 persone per un progetto che punta su innovazione ed economia circolare. Il futuro del settore, da quanto emerso, si giocherà sulla capacità delle imprese di fare formazione e sugli investimenti di grandi fondi che non vadano però a snaturare o ad estirpare dal territorio le produzioni. "La nostra esperienza ci ha portato all'acquisto di un brand marchigiano al quale abbiamo dato una forma mentis imprenditoriale da grande gruppo per poi portarlo qui in questo territorio creando l'incontro con l'artigianato locale, un punto di svolta per il brand", ha detto Vitantonio Fanelli, presidente di Brio Group, sottolineando la forza del made in Puglia. "Il comparto ha una tensione internazionale fortissima", ha detto ancora l'assessore Delli Noci, "i big brand del settore stanno acquisendo aziende pugliesi perché apprezzano il valore delle competenze che custodiscono, ma questo non è un risvolto negativo se la governance aziendale resta nelle mani del territorio". Gli ultimi tre anni sono stati caratterizzati da eventi che hanno chiesto alle aziende del territorio di stravolgere i propri asset, come spiegato da Roberta Carrozzo di Fashion Academy: "Durante il periodo Covid abbiamo perso un cliente che per noi rappresentava il 90% del fatturato, Dolce&Gabbana. Siamo riusciti a rafforzare ed implementare i rapporti con altri partner e grazie alla qualità che ha sempre contraddistinto il nostro lavoro siamo riusciti a modificare il modo di fare impresa e ad attrarre altri grandi brand. L'esigenza attuale è quella di difendere e trasmettere alle nuove generazioni le competenze dei nostri sarti". Ma quale sarà quindi il gradino da superare per il salto di qualità? La tutela del marchio e la produzione del prodotto nel sistema pugliese. È quanto sostenuto da Claudio Meucci, EY Consulting Market Leader, che ha spiegato quanto la moda, il made in Italy, sia un settore importante per EY: "È stato uno dei primi settori studiati in Puglia, quando siamo arrivati qui, il trend dell'artigianalità è importantissimo e per difendere il made in Italy o il made in Puglia le aziende devono essere capaci di gestire le possibili problematiche relative a problemi di logistica ad esempio, che potrebbero essere capaci di mettere in ginocchio un'azienda. Servono investimenti sì ma serve proteggere anche le competenze acquisite, le competenze sono sempre di moda e possono permettere il salto di qualità".

LeCronache

www.lecronache.info



L'Edicola^èSud

Puglia e Basilicata

"HEY SUD" L'ANALISI DELLO STILISTA TRANESE DOMENICO VACCA

La moda mercato d'eccellenza «Ma servono marchi pugliesi»

MARIKA SCOCCHIMARO

Un territorio ricco di eccellenze, con professionalità di livello, dove però manca ancora qualcosa per imporsi a livello italiano e mondiale. Di questo si è parlato ieri a Barletta nel talk Hey Sud, promosso da EY nel sud Italia, in cui si è approfondito il ruolo della moda in Puglia e nella Bat. Il territorio, infatti, è tuttora terra di grandi sartorie al servizio delle più infinite, ma anche fuoriprofessionisti che atto un loro brand

oltre i confini nazionali. «Sono a New York da 30 anni - dice lo stilista di Trani, Domenico Vacca, che veste da tempo le star di Hollywood e non solo -, abbiamo sviluppato il nostro marchio prima negli Stati Uniti e poi nel resto del mondo. Produciamo tutto in Italia: 100% made in Italy, di questo la metà è made in Puglia. Credo che la moda pugliese abbia un grandissimo futuro perché abbiamo delle eccellenze e professionalità che non hanno nulla da invitare a quelle delle altre regioni d'Italia. Bisogna, però, fare

squadra, per una regione che deve creare i propri marchi, deve sviluppare la propria identità e affacciarsi al resto del mondo». Da qui Vacca delinea la sua ricetta: «Oggi si parla sempre più di mercati globali: quindi il mercato d'Italia diventa sempre più piccolo quando si guarda al mondo. Bisogna andare oltre i confini nazionali con molta preparazione, un buon prodotto e professionalità giuste per poter approssimarsi al mercato internazionale. Credo che dobbiamo lavorare meno per i grandi brand in giro per il

mondo e comunque continuare a farlo, ma investendo creando dei propri marchi che nascono in Puglia, con tanta formazione professionale, un grande controllo qualità, relazioni con clienti e fondi di investimento». Durante il talk sono stati in-

dividuiti alcuni problemi che non permettono al territorio di fare il salto di qualità che merita. «Per il salto di qualità mancano soprattutto le infrastrutture - dice l'imprenditrice Roberta Carrozzo, administrative manager e componente del Ceo di Fashion Academy - e ne servono di più strutturate». Anche per Vittantonio Fanelli, presidente di Brio Group, la regione ha «una marcia in più rispetto agli altri, con quella che definisco una voglia del fare», mentre il presidente nazionale di Confindustria Moda Ercole Botto Poala ha evidenziato lo sviluppo del settore negli ultimi anni: «Il mondo post Covid ha voglia di prodotti made in Italy. Non dimentichiamo che in Puglia ci sono più di tre mila aziende legate al settore Confindustria moda».

aqr



Un marchio per la moda pugliese Barletta, riparte l'idea dei distretti

►L'annuncio dell'assessore regionale Delli Noci durante il talk "la Puglia va di moda" di Hey sud

►L'idea è quello di rilanciare il settore perché il territorio non sia solo noto per l'agroalimentare

Anche la moda avrà il suo marchio made in Puglia. Lo ha annunciato Alessandro Delli Noci, assessore allo Sviluppo Economico della Regione Puglia, nel corso dell'appuntamento di Hey Sud dedicato alla moda a Barletta. «All'estero conoscono il made in Puglia quasi solo esclusivamente per l'agroalimentare - ha detto l'esponente del governo Emiliano durante il talk di EY - ma, in realtà, abbiamo eccellenze anche in altri settori, come l'aerospazio e, appunto, la moda». Al talk, dal titolo La Puglia va di moda, ideato da Fabio Mazzocca, Sales Responsible South Area Consulting, è intervenuto anche lo stilista Ennio Capasa, che ha ribadito l'importanza della formazione nel campo della moda. «Oggi bisogna pensare a questo come uno dei nodi centrali» ha spiegato lo stilista. «Il motore sta partendo, può partire molto bene ma deve essere uno dei cardini fondamentali. Nel nostro settore tutti i modellisti lavorano in 3D ma modellisti 3D ce ne sono pochissimi, servono competenze». Per l'imprenditrice di



Il parterre di Puglia di moda, il terzo da sinistra è l'assessore regionale Alessandro Delli Noci

Fashion Academy, Roberta Carrozzo, una solida rete di rapporti con i clienti è fondamentale per la strategia aziendale. «Nel periodo Covid - ha detto Carrozzo - abbiamo perso un cliente importantissimo, Dolce&Gabbana, che per noi rappresentava il 90% del fattu-

rato. Per fortuna avevamo altri partner ed abbiamo rafforzato questi rapporti. Altri brand importanti ci hanno scelto perché abbiamo modificato il modo di fare imprenditoria, dando qualità al prodotto. La qualità proviene dalle mani dei nostri sarti che è im-

portantissimo trasferire alle giovani generazioni». Per Domenico Vacca, stilista di origine andriese da oltre 30 anni in America con diversi negozi sartoriali, l'italian style, quello vero, è un must intramontabile. «Vent'anni fa - ha spiegato

Vacca - l'americano voleva costruire un suo guardaroba, siamo arrivati noi e abbiamo spiegato cosa fosse un guardaroba. L'americano tornava dalle vacanze romane, dai weekend a Firenze, e chiedeva dell'italian style. Noi glielo abbiamo portato». La tutela del marchio deve essere uno degli elementi fondanti per riportare il prodotto e la produzione nel sistema pugliese. È quanto sostenuto da Claudio Meucci, EY Consulting Market Leader, che ha spiegato quanto la moda, il made in Italy, sia un settore importante per EY. Per Ermcole Botto Poala, presidente nazionale di Confindustria Moda, è fondamentale che il mondo della moda sia attrattivo per i giovani. «Sì dà per scontato - ha detto Poala - che i giovani debbano venire a lavorare da noi ma non è così. Dobbiamo diventare attrattivi per i giovani, altrimenti è un discorso tra sordi». La Puglia vanta una lunga tradizione nel campo della moda. È stata ed è tuttora terra di grandi sartorie al servizio delle più importanti griffe. Ma non mancano anche brand "made in Puglia".

© RIPRODUZIONE RISERVATA - SEPA

Un marchio per la moda pugliese Barletta, riparte l'idea dei distretti

►L'annuncio dell'assessore regionale Alessandro Delli Noci

►L'idea è quello di rilanciare il settore perché il territorio non sia solo noto per l'agroalimentare

Barletta-Andria-Trani

Moda per una volta i primi crescono gli stranieri

L'associazione "Libera" approda in città presidio sociale di legalità contro le mati

Nuovo ospedale, tempi ancora lunghi

Procedura di dissidenza di via



<https://www.sudnotizie.com/anche-sui-prodotti-della-moda-ci-sara-il-marchio-made-in-puglia/>

Anche sui prodotti della moda ci sarà il marchio ‘made in Puglia’



BARI – “**Made in Puglia** è sempre stato associato al tema del settore agroalimentare. A breve lanceremo un marchio che consentirà di riconoscere i prodotti fatti in Puglia non solo nel campo agroalimentare ma in altre settori, fra cui la moda”. E’ l’annuncio fatto dall’assessore allo Sviluppo Economico della **Regione Puglia Alessandro Delli Noci**, nel corso del quinto appuntamento di **Hey Sud**, un ciclo di talk ideato da **Fabio Mazzocca**, Sales Responsible South Area Consulting di **EY**, per generare un confronto sull’economia pugliese fra imprenditori, professionisti e rappresentanti delle istituzioni. Delli Noci ha anche anticipato che la Regione intende finanziare la nascita di academy all’interno delle aziende, “perché la formazione deve essere un pezzo del fare impresa”. “Gli Its non possono essere la soluzione al grande fabbisogno di figure specializzate, la formazione deve entrare nelle aziende, deve essere un pezzo del fare impresa”, ha sottolineato ancora l’assessore allo sviluppo economico, rispondendo anche al bisogno manifestato dallo stilista **Ettore Capasa**. “Abbiamo sarti bravissimi”, ha detto il creativo salentino, “ma pochissimi modellisti 3D, che oggi è un’esigenza delle aziende”. E’ uno dei pochi nei del settore secondo Capasa, che invece ha sottolineato le “politiche illuminate che hanno permesso all’imprenditoria del territorio un collegamento con il mondo, “ma dobbiamo essere pronti e rispondere alle esigenze richieste dal mercato”, ha aggiunto ancora.

Quello del trapasso di nozioni e della formazione è un nodo fondamentale affrontato durante l’incontro. Il presidente nazionale di **Confindustria Moda, Ercole Botto Poala**, ha invitato le aziende a curare il modo in cui si avvicinano al mondo dell’offerta del lavoro: “Spesso si dà per scontato che i giovani professionisti debbano scegliere di lavorare per noi, il mercato del lavoro è oggi così complesso che serve vestire la domanda in maniera tale da essere attrattivi”.

La forza della nostra regione nel settore moda risiede nel gusto e nell’ *italian style* di cui imprenditori come **Domenico Vacca**, stilista di origine andriese da oltre 30 anni in

America con diversi negozi sartoriali, si sono fatti portavoce. "Vent'anni fa l'americano voleva costruire un suo guardaroba, siamo arrivati noi e abbiamo spiegato cosa fosse un guardaroba. L'americano tornava dalle vacanze romane, dai weekend a Firenze e chiedeva dell'italian style. Noi glielo abbiamo portato".

Al dibattito ha partecipato anche **Anna Matteo**, Digital Transformation & Digital Transformation Director & Chief Information Officer **OVS**, che ha annunciato nei prossimi anni un investimento del gruppo che porterà all'assunzione di 125 persone per un progetto che punta su innovazione ed economia circolare.

Il futuro del settore, da quanto emerso, si giocherà sulla capacità delle imprese di fare formazione e sugli investimenti di grandi fondi che non vadano però a snaturare o ad estirpare dal territorio le produzioni. "La nostra esperienza ci ha portato all'acquisto di un brand marchigiano al quale abbiamo dato una forma mentis imprenditoriale da grande gruppo per poi portarlo qui in questo territorio crendo l'incontro con l'artigianato locale, un punto di svolta per il brand", ha detto **Vitantonio Fanelli**, presidente di **Brio Group**, sottolineando la forza del made in Puglia.

"Il comparto ha una tensione internazionale fortissima", ha detto ancora l'assessore Delli Noci, "i big brand del settore stanno acquistando aziende pugliesi perché apprezzano il valore delle competenze che custodiscono, ma questo non è un risvolto negativo se la governance aziendale resta nelle mani del territorio". Gli ultimi tre anni sono stati caratterizzati da eventi che hanno chiesto alle aziende del territorio di stravolgere i propri asset, come spiegato da **Roberta Carrozzo** di **Fashion Academy**: "Durante il periodo Covid abbiamo perso un cliente che per noi rappresentava il 90% del fatturato, Dolce&Gabbana. Siamo riusciti a rafforzare ed implementare i rapporti con altri partner e grazie alla qualità che ha sempre contraddistinto il nostro lavoro siamo riusciti a modificare il modo di fare impresa e ad attrarre altri grandi brand. L'esigenza attuale è quella di difendere e trasmettere alle nuove generazioni le competenze dei nostri sarti".

Ma quale sarà quindi il gradino da superare per il salto di qualità? La tutela del marchio e la produzione del prodotto nel sistema pugliese. È quanto sostenuto da **Claudio Meucci**, EY Consulting Market Leader, che ha spiegato quanto la moda, il made in Italy, sia un settore importante per EY: "È stato uno dei primi settori studiati in Puglia, quando siamo arrivati qui, il trend dell'artigianalità è importantissimo e per difendere il made in Italy o il made in Puglia le aziende devono essere capaci di gestire le possibili problematiche relative a problemi di logistica ad esempio, che potrebbero essere capaci di mettere in ginocchio un'azienda. Servono investimenti sì ma serve proteggere anche le competenze acquisite, le competenze sono sempre di moda e possono permettere il salto di qualità".

Teledehon





<https://tranilive.it/2023/03/16/moda-presto-il-marchio-made-in-puglia/>

Moda, presto il marchio “made in Puglia”

L'annuncio dell'assessore allo Sviluppo Economico della Regione Puglia, Alessandro Delli Noci, durante il talk di "Hey Sud"



“Made in Puglia è sempre stato associato al tema del settore agroalimentare. A breve lanceremo un marchio che consentirà di riconoscere i prodotti fatti in Puglia non solo nel campo agroalimentare ma in altre settori, fra cui la moda”.

E’ l’annuncio fatto dall’assessore allo Sviluppo Economico della Regione Puglia **Alessandro Delli Noci**, nel corso del quinto appuntamento di **Hey Sud**, un ciclo di talk ideato da **Fabio Mazzocca**, Sales Responsible South Area Consulting di **EY**, per generare un confronto sull’economia pugliese fra imprenditori, professionisti e rappresentanti delle istituzioni. Delli Noci ha anche anticipato che la Regione intende finanziare la nascita di academy all’interno delle aziende, “perché la formazione deve essere un pezzo del fare impresa”. “Gli Its non possono essere la soluzione al grande fabbisogno di figure specializzate, la formazione deve entrare nelle aziende, deve essere un pezzo del fare impresa”, ha sottolineato ancora l’assessore allo sviluppo economico, rispondendo anche al bisogno manifestato dallo stilista Ettore Capasa. “Abbiamo sarti bravissimi”, ha detto il creativo salentino, “ma pochissimi modellisti 3D, che oggi è un’esigenza delle aziende”.

E’ uno dei pochi nei del settore secondo Capasa, che invece ha sottolineato le “politiche illuminate che hanno permesso all’imprenditoria del territorio un collegamento con il mondo, “ma dobbiamo essere pronti e rispondere alle esigenze richieste dal mercato”, ha aggiunto ancora.

Quello del trapasso di nozioni e della formazione è un nodo fondamentale affrontato durante l’incontro. Il presidente nazionale di Confindustria Moda, **Ercole Botto Poala**, ha invitato le aziende a curare il modo in cui si avvicinano al mondo dell’offerta del lavoro: “Spesso si dà per scontato che i giovani professionisti debbano scegliere di lavorare per noi, il mercato del lavoro è oggi così complesso che serve vestire la domanda in maniera tale da essere attrattivi”.

La forza della nostra regione nel settore moda risiede nel gusto e nell'italian style di cui imprenditori come **Domenico Vacca**, stilista di origine andriese da oltre 30 anni in America con diversi negozi sartoriali, si sono fatti portavoce. "Vent'anni fa l'americano voleva costruire un suo guardaroba, siamo arrivati noi e abbiamo spiegato cosa fosse un guardaroba. L'americano tornava dalle vacanze romane, dai weekend a Firenze e chiedeva dell'italian style. Noi glielo abbiamo portato".

Al dibattito ha partecipato anche **Anna Matteo**, Digital Transformation & Digital Transformation Director & Chief Information Officer OVS, che ha annunciato nei prossimi anni un investimento del gruppo che porterà all'assunzione di 125 persone per un progetto che punta su innovazione ed economia circolare.

Il futuro del settore, da quanto emerso, si giocherà sulla capacità delle imprese di fare formazione e sugli investimenti di grandi fondi che non vadano però a snaturare o ad estirpare dal territorio le produzioni. "La nostra esperienza ci ha portato all'acquisto di un brand marchigiano al quale abbiamo dato una forma mentis imprenditoriale da grande gruppo per poi portarlo qui in questo territorio crendo l'incontro con l'artigianato locale, un punto di svolta per il brand", ha detto **Vitantonio Fanelli**, presidente di Brio Group, sottolineando la forza del made in Puglia.

"Il comparto ha una tensione internazionale fortissima", ha detto ancora l'assessore **Delli Noci**, "i big brand del settore stanno acquisendo aziende pugliesi perché apprezzano il valore delle competenze che custodiscono, ma questo non è un risvolto negativo se la governance aziendale resta nelle mani del territorio". Gli ultimi tre anni sono stati caratterizzati da eventi che hanno chiesto alle aziende del territorio di stravolgere i propri asset, come spiegato da **Roberta Carrozzo** di Fashion Academy: "Durante il periodo Covid abbiamo perso un cliente che per noi rappresentava il 90% del fatturato, Dolce&Gabbana. Siamo riusciti a rafforzare ed implementare i rapporti con altri partner e grazie alla qualità che ha sempre contraddistinto il nostro lavoro siamo riusciti a modificare il modo di fare impresa e ad attrarre altri grandi brand. L'esigenza attuale è quella di difendere e trasmettere alle nuove generazioni le competenze dei nostri sarti".

Ma quale sarà quindi il gradino da superare per il salto di qualità? La tutela del marchio e la produzione del prodotto nel sistema pugliese. È quanto sostenuto da **Claudio Meucci**, EY Consulting Market Leader, che ha spiegato quanto la moda, il made in Italy, sia un settore importante per EY: "È stato uno dei primi settori studiati in Puglia, quando siamo arrivati qui, il trend dell'artigianalità è importantissimo e per difendere il made in Italy o il made in Puglia le aziende devono essere capaci di gestire le possibili problematiche relative a problemi di logistica ad esempio, che potrebbero essere capaci di mettere in ginocchio un'azienda. Servono investimenti sì ma serve proteggere anche le competenze acquisite, le competenze sono sempre di moda e possono permettere il salto di qualità".



LA PUGLIA VA DI MODA, IL NUOVO TALK A TEMA DI EY



<https://www.traniviva.it/notizie/la-modam-punta-sul-made-in-puglia-ieri-a-barletta-stilisti-e-imprenditori-a-confronto-per-hey-sud/>

La moda punta sul "Made in Puglia": ieri a Barletta stilisti e imprenditori a confronto per Hey Sud Nascerà il marchio per i prodotti creati in Puglia, lo ha annunciato l'assessore regionale Delli Noci



"Made in Puglia è sempre stato associato al tema del settore agroalimentare. A breve lanceremo un marchio che consentirà di riconoscere i prodotti fatti in Puglia non solo nel campo agroalimentare ma in altre settori, fra cui la moda". E' l'annuncio fatto dall'assessore allo Sviluppo Economico della Regione Puglia Alessandro Delli Noci, nel corso del quinto appuntamento di Hey Sud, un ciclo di talk ideato da Fabio Mazzocca, Sales Responsible South Area Consulting di EY, per generare un confronto sull'economia pugliese fra imprenditori, professionisti e rappresentanti delle istituzioni. Delli Noci ha anche anticipato che la Regione intende finanziare la nascita di academy all'interno delle aziende, "perché la formazione deve essere un pezzo del fare impresa".

"Gli Iits non possono essere la soluzione al grande fabbisogno di figure specializzate, la formazione deve entrare nelle aziende, deve essere un pezzo del fare impresa", ha sottolineato ancora l'assessore allo sviluppo economico, rispondendo anche al bisogno manifestato dallo stilista Ettore Capasa. "Abbiamo sarti bravissimi", ha detto il creativo salentino, "ma pochissimi modellisti 3D, che oggi è un'esigenza delle aziende". E' uno dei pochi nei del settore secondo Capasa, che invece ha sottolineato le "politiche illuminate che hanno permesso all'imprenditoria del territorio un collegamento con il mondo, "ma dobbiamo essere pronti e rispondere alle esigenze richieste dal mercato", ha aggiunto ancora. Quello del trapasso di nozioni e della

formazione è un nodo fondamentale affrontato durante l'incontro. Il presidente nazionale di Confindustria Moda, Ercole Botto Poala, ha invitato le aziende a curare il modo in cui si avvicinano al mondo dell'offerta del lavoro: "Spesso si dà per scontato che i giovani professionisti debbano scegliere di lavorare per noi, il mercato del lavoro è oggi così complesso che serve vestire la domanda in maniera tale da essere attrattivi".

La forza della nostra regione nel settore moda risiede nel gusto e nell'italian style di cui imprenditori come Domenico Vacca, stilista di origine andriese da oltre 30 anni in America con diversi negozi sartoriali, si sono fatti portavoce. "Vent'anni fa l'americano voleva costruire un suo guardaroba, siamo arrivati noi e abbiamo spiegato cosa fosse un guardaroba. L'americano tornava dalle vacanze romane, dai weekend a Firenze e chiedeva dell'italian style. Noi glielo abbiamo portato".

Al dibattito ha partecipato anche Anna Matteo, Digital Transformation & Digital Transformation Director & Chief Information Officer OVS, che ha annunciato nei prossimi anni un investimento del gruppo che porterà all'assunzione di 125 persone per un progetto che punta su innovazione ed economia circolare. Il futuro del settore, da quanto emerso, si giocherà sulla capacità delle imprese di fare formazione e sugli investimenti di grandi fondi che non vadano però a snaturare o ad estirpare dal territorio le produzioni. "La nostra esperienza ci ha portato all'acquisto di un brand marchigiano al quale abbiamo dato una forma mentis imprenditoriale da grande gruppo per poi portarlo qui in questo territorio creando l'incontro con l'artigianato locale, un punto di svolta per il brand", ha detto Vitantonio Fanelli, presidente di Brio Group, sottolineando la forza del made in Puglia. "Il comparto ha una tensione internazionale fortissima", ha detto ancora l'assessore Delli Noci, "i big brand del settore stanno acquisendo aziende pugliesi perché apprezzano il valore delle competenze che custodiscono, ma questo non è un risvolto negativo se la governance aziendale resta nelle mani del territorio". Gli ultimi tre anni sono stati caratterizzati da eventi che hanno chiesto alle aziende del territorio di stravolgere i propri asset, come spiegato da Roberta Carrozzo di Fashion Academy: "Durante il periodo Covid abbiamo perso un cliente che per noi rappresentava il 90% del fatturato, Dolce&Gabbana. Siamo riusciti a rafforzare ed implementare i rapporti con altri partner e grazie alla qualità che ha sempre contraddistinto il nostro lavoro siamo riusciti a modificare il modo di fare impresa e ad attrarre altri grandi brand. L'esigenza attuale è quella di difendere e trasmettere alle nuove generazioni le competenze dei nostri sarti". Ma quale sarà quindi il gradino da superare per il salto di qualità? La tutela del marchio e la produzione del prodotto nel sistema pugliese. È quanto sostenuto da Claudio Meucci, EY Consulting Market Leader, che ha spiegato quanto la moda, il made in Italy, sia un settore importante per EY: "È stato uno dei primi settori studiati in Puglia, quando siamo arrivati qui, il trend dell'artigianalità è importantissimo e per difendere il made in Italy o il made in Puglia le aziende devono essere capaci di gestire le possibili problematiche relative a problemi di logistica ad esempio, che potrebbero essere capaci di mettere in ginocchio un'azienda. Servono investimenti sì ma serve proteggere anche le competenze acquisite, le competenze sono sempre di moda e possono permettere il salto di qualità".

– la Repubblica –

Bari

L'annuncio da EY

Arriva il marchio made in Puglia così la moda avrà la sua bandiera

Non solo agroalimentare. Anche la moda (e probabilmente altri settori) avrà il marchio made in Puglia, che consentirà di rafforzare la tracciabilità dei capi e quindi il valore di una filiera che si fa sempre più apprezzare dalle griffe più blasonate. Ad annunciarlo è stato l'assessore regionale allo Sviluppo economico, Alessandro Delli Noci, nel corso del quinto appuntamento di Hey Sud, il ciclo di talk sull'economia ideato da Fabio Mazzocca, che è il responsabile vendite area Sud di EY, la multinazionale della consulenza e servizi professionali.

Delli Noci, nella stessa occasione, ha anche anticipato che la Regione intende finanziare la nascita di academy all'interno delle aziende, «perché la formazione deve essere un pezzo del fare impresa». Un'iniziativa sollecitata dallo stilista Ettore Capasa: «Abbiamo sarti bravissimi ma pochissimi modellisti 3d, e questa oggi rappresenta un'esigenza delle aziende del settore», ha rimarcato il creativo salentino. «Gli It's non possono essere la soluzione al grande fabbisogno di figure specializzate: la formazione deve

entrare nelle aziende, deve essere un pezzo del fare impresa», ha replicato l'assessore.

La forza della regione nel settore moda risiede nel gusto e nell'italian style, di cui imprenditori

come Domenico Vacca, stilista di origine andriese da oltre 30 anni in America con diversi negozi saroriali, si sono fatti portavoce. «Vent'anni fa l'americano voleva costruire un suo guardaroba, sia-

mo arrivati noi e - ha ricordato Vacca - abbiamo spiegato cosa fosse un guardaroba. L'america tornava dalle vacanze romane, dai weekend a Firenze e chiedeva dell'italian style. Noi glielo

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

«In uno scenario in continua evoluzione, la nostra banca è al fianco delle imprese pugliesi per dar vita a un'economia strutturalmente più robusta», così il direttore regionale di Intesa Sanpaolo per Basilicata, Puglia e Molise, Alberto Pedroli, ha rimarcato il ruolo dell'istituto a margine del roadshow di The European House Ambrosetti a Bari. Sono 35 gli accordi di filiera supportati da Intesa sul territorio, che coinvolgono circa 850 fornitori, «e mobilitano - ha spiegato Pedroli - un giro d'affari di oltre 4,5 miliardi di euro». — red.eco.



▲ Top manager Alberto Pedroli, direttore regionale Intesa

abbiamo portato». Il futuro del settore, stando a quanto emerso nel dibattito, si giocherà sulla capacità delle imprese di fare formazione e sugli investimenti di grandi fondi, che non vadano però a snaturare o a estirpare le produzioni dal territorio.

«La nostra esperienza ci ha portato all'acquisto di un brand marchigiano al quale abbiamo dato una forma mentis imprenditoriale da grandi gruppi per poi portarlo qui in questo territorio, creando l'incontro con l'artigianato locale, un punto di svolta per il brand», ha raccontato Vitantonio Fanelli, presidente di Brio Group, sottolineando la forza del made in Puglia. Soprattutto in una congiuntura caratterizzata da «una tensione internazionale fortissima per il comparto», come ha ribadito Delli Noci.

La ragione è chiara: «I grandi marchi del settore stanno acquistando aziende pugliesi perché apprezzano il valore delle competenze che custodiscono, ma questo non è un risvolto negativo se la governance aziendale resta nelle mani del territorio».

— red.eco.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

la Repubblica Università, Bari, 2022

Puglia Economia

L'OPERAZIONE

Cube Labs sbarca a Piazza Affari sul mercato azioni per 4,1 milioni

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»

Il settore builder fondato da Stanace ha collocato titoli a 2 anni e warrant

Intesa Sanpaolo
Pedroli: «Qui 35 accordi di filiera»