

## Case history. Il fatturato sale del 25% Decolla il business dei capi d'autore firmati **Valgrisa**

AOSTA

«Cresce del 25% il fatturato di **Valgrisa**, azienda simbolo del "prêt à porter montagnard", e ora l'azienda prova ad allargare i propri orizzonti con nuovi capitali e nuovi soci. La griffe, nata per volontà, un po' per scommessa, di Andrea Nicola, Alessandra Fulginiti (moglie di Andrea e oggi amministratore delegato), Luciano Barbera, nome notissimo della moda italiana e internazionale con la consorte Rita, dopo aver potuto contare sull'esperienza del manager Jean-Claude Passerin D'Entrèves, ha accolto nel team Silvia Tambosco e il marito Nicola Rosset; quest'ultimo, oltre che attuale ad di Saint-Roch, può vantare una lunga esperienza nel marchio internazionale Nagapjiri, brand di fama internazionale nato proprio in Valle d'Aosta e oggi in mani statunitensi.

**Valgrisa** conta su un fatturato che sfiorerà i quomila euro a fine 2008, e che si sta trasformando in un volano importante per l'artigianato locale oltre che in una interessante operazione di comunicazione dell'immagine della Valle d'Aosta sul media specializzati nella moda di alta qualità. Tutti i capi prodotti, infatti, fanno riferimento alla Valle d'Aosta: o per l'uso di materie prime (come la rarissima lana Rosset) o di lavorazioni autoctone (come la tessitura a Valgrisenche e a Champorcher) o per la storia contenuta nel capo (come nel caso di Chasse Royale, che riprende l'uniforme dei Guardia Caccia di re Vittorio Emanuele II).

Non è un caso che il primo capo lanciato da **Valgrisa** sia stato il capospalla chiamato

Lodra: il nome è quello del tipico tessuto realizzato a Valgrisenche dalla cooperativa Les Tisserand. Le forme sono quelle della giacca che indossavano le guide di Courmayeur nel XIX secolo, rese attuali da Luciano Barbera. L'originalità del capo, garantita dalla numerazione di ogni singola giacca, si deve al vello delle rare pecore Rosset, iscritte nei registri della Fao delle razze in via d'estinzione: solo 1.600 capi, che fanno di questa razza una delle meno diffuse al mondo.

«Valorizziamo il lavoro di queste cooperative - spiega Fulginiti - commercializ-

### TRA MODA E ARTIGIANATO

Alcuni manufatti realizzati con la preziosa lana Rosset, altri prevedono l'utilizzo della tessitura tradizionale di Champorcher

do i prodotti nei più prestigiosi negozi di abbigliamento in Italia e all'estero. Denver, Gstaad, Bruxelles, Hannover e Mosca (Bosco di Ciliegi, all'interno del Magazzini GUM) sono state le prime località dove la moda valdostana è entrata con forza e con risultati di vendita decisamente soddisfacenti. Un impegno importante che però fa i conti con lavorazioni sempre meno ambite dalle nuove generazioni: «Da punto di vista economico c'è molto interesse, e diversi nostri clienti desiderano visitare le Cooperative dove vengono prodotti i capi - riporta Fulginiti -. Noi vorremmo trovare un modo per incentivare i giovani ad avvicinarsi a questa attività».

