



sarà presente all'anteprima di Pitti W Woman con la precollezione a/w 08-09.

**Quali attese per questo duplice debutto: quello di Thes & Thes a Firenze e quello della fiera stessa?**

Credo che offrire agli oltre 25000 visitatori di Pitti una opportunità femminile, sia stata un'ottima idea. Tanto più che oltre il 40% di loro tratta anche la donna. Per quello che mi riguarda sono orgogliosa di poter mostrare anche a Firenze quello che questa terra, con le sue fabbriche, con i suoi artigiani, con la sua creatività, sa fare. Questo forse è stato il motivo più forte.

Continua il rapporto di fedeltà tra il suo Gruppo e le iniziative di Camera Nazionale della Moda. Presenterà la precollezione a/w 08-09 anche nell'ambito di Milano Moda Showroom dal 21 gennaio al 10 febbraio e sfilerà nel calendario della settimana del prêt à porter milanese con la collezione a/w 08-09.

**Che cosa significa essere presente sia a Milano che a Firenze nei loro più importanti momenti dedicati alla moda?**

Significa che Milano è un luogo essenziale perché si muove sui mercati internazionali, è una capitale mondiale del settore. Bisogna esserci, perché è la vetrina giusta per il nostro tipo di prodotto che si rivolge a una idea di femminilità che non ha frontiere.

**Può rivelare la ricetta segreta che le ha permesso di creare intorno a sé un clima**

**“L’iniziativa di Pitti Immagine ci consente di partecipare a una manifestazione nel territorio che ci ha permesso di ottenere importanti risultati”**

**di armonia, collaborazione e propulsione sia con i suoi collaboratori, ma anche con le istituzioni locali e nazionali?**

Parlare di sé, è sempre un po' imbarazzante. Però una parola posso dirla in piena coscienza: rispetto. Un rispetto che è dovuto ai propri soci, ai propri collaboratori, alle aziende con le quali si collabora e anche alle istituzioni. Ciascuno deve percepire di essere parte integrante di un progetto e di un processo. Nessuno è un pezzo della catena, ma ciascuno, una persona alla quale si chiede di mettere a disposizione capacità, esperienza e anche un pezzetto di cuore. Un modo credo, perché quello che si dà rassomiglia a quello che si riceve.

*intervista con*

*di Teresa Fari*

## Nel segno del lusso ma accessibile e di gran moda

*Parla Thes Tziveli alla vigilia del debutto della precollezione Thes & Thes  
alla prima edizione di Pitti W Woman*

**T**imoniera delle Bodies Furs International Spa, con sede a pochi chilometri da Firenze, Theodossia (Thes) Tziveli inizia il suo percorso nella moda insieme al marito, Costantino Tziveli più di venti anni fa con l'obiettivo di coniugare più d'una vocazione: famiglia, sensibilità artistica tradotta in moda, manualità nella lavorazione delle pelli e una grande attitudine imprenditoriale. Oggi guida con successo una realtà fatta di tre grandi marchi: Thes Tziveli, Thes & Thes e Thes Tziveli Gold, alla quale sta per aggiungersi una nuova linea di accessori (cappelli, stole e guanti di lusso). La scelta di Thes Tziveli non è dettata dal caso, ma dal fatto che questa imprenditrice di origine greca rappresenta un bell'esempio di imprenditoria illuminata e un'importante pedana nel made in Italy del lusso.

**Dopo un lungo periodo di emparse, negli ultimi tempi si sono registrati andamenti favorevoli per il settore della pellicceria. Qual è oggi il ruolo della pelliccia nel guardaroba femminile?**

Non credo che oggi si possa parlare di pelliccia come si parlava un tempo. Almeno per me la pelliccia non è un capo, ma una materia prima. Ecco perché posso dire di non aver sofferto di quello che lei chiama emparse, avendo usato la pelle come un soffice tessuto. In ogni caso il ruolo della pelliccia oggi è quello che la pelliccia stessa riesce a ritagliarsi nel guardaroba femminile grazie a un forte contenuto estetico, leggerezza, strutturata ed ovviamente un prezzo congruo.

**E' possibile tracciare un profilo dell'odierna consumatrice-tipo in termini geografici**

**e sociali?**

Per quel che mi riguarda non ci sono confini geografici, sociali o anagrafici. La chiave risiede piuttosto nel desiderio di femminilità percepita, nel desiderio di accedere ad un lusso possibile e alla voglia di un forte contenuto moda, che comunque contenga in sé una classicità permanente.

**Gli attuali mercati di sbocco del Gruppo e i progetti d'espansione per il futuro?**

I mercati sono ovviamente in tutto il mondo, ma se devo precisare degli obiettivi a breve, non posso non citare la Russia e i paesi dell'Est, e gli Stati Uniti.

**Una maison specializzata nel settore dell'alta pellicceria quali scelte ha dovuto intraprendere per aprirsi al mondo della moda e del prêt à porter internazionale e in che maniera ne è stata ripagata?**

Come dicevo, per noi la pelliccia è una materia prima con la quale produrre moda di alto livello. Se c'è una ragione chiave nel nostro successo, questa risiede proprio nell'impegno e nell'attività di ricerca per fare di pelle e pelliccia tessuti raffinati. Oggi per noi la differenza tra un merletto e un pizzo di camoscio è quasi scomparsa: innovazione tecnologica e innovazione stilistica.

**Ci spiega dal suo punto di vista il valore che le precollezioni stanno acquistando nelle dinamiche del business della moda?**

Non è da ora che le precollezioni hanno conquistato valore e questo perché la moda, come settore complessivo, si è fatta instabile con i mercati che richiedono continuamente novità. Per quel che mi riguarda la precollezione è una delle molte collezioni che mettiamo sul mercato ogni anno. Il marchio Thes & Thes