

כתבת „העולם הזה” שאלה עשרות קניינים, מה מקומה של ישראל במפת האופנה העולמית?



כליבו ענקיות כמו סיאנדיי מאנגליה, מהולנד ומגרמניה, מרקס אנד ספנסר ו־סלפרידג'ס מאנגליה, ובלומנגדיילס מניו יורק. אפילו קניינים מהמזרח הרחוק, שי הוא מרכז הייצור ההמוני של עולם האופנה, הגיעו לישראל.

מה הם מחפשים כאן? מדוע הגיעו דוור קא לישראל, כדי לרכוש בה דגמי אופנה? מדוע נחתמו עסקות במיליוני דולארים בתל־אביב? האם הם באו לחפש אופנה ישראלית או אופנה זולה? האם יש בכלל אופנה ישראלית? ואם ישנה אופנה כזו, האם יש בה צורך? על שאלות אלה התבקשו לענות עשרות יצרנים מקומיים, מעצבי־אופנה, קניינים, עיתונאי־אופנה ויועצים של מכון היצוא. התשובות שהתקבלו דומות ברובן: „אין אופנה ישראלית — יש אופנה בינלאומית.”

יעל מטלון היא מנהלת מכון היצוא הישראלי מזה חמש וחצי שנים. בקרוב היא עומדת לפרוש ולפנות את מקומה לצעירה ממנה. על השאלה אם יש אופנה ישראלית היא משיבה: „האופנה של היום היא בינלאומית. בכל מקום בעולם לובשים את אותם הדגמים. קיים כנראה באיזשהו מקום בעולם מרכז סודי שבו נקבעים קווי האופנה. ואז, אחרי שהקווים נקבעים, הם מועתקים בניו־יורק, בלונדון, בפאריס, ברומא ובתל־אביב.

„לדעתי חייב כל מעצב ישראלי לחתור ולהגיע אל מוקדי האופנה הבינלאומית. הגענו היום למצב שבו אנחנו נמצאים על המפה, כי יש באפשרותנו להציע מעצבים צעירים ורעננים.”

כאשר נשאלה מטלון מדוע אין מכון היצוא מעודד ייצור של אופנה ישראלית מקורית, היא משיבה: „אילו היתה דרישה לבגדים טיפוסיים לישראל, היו יצרני האופנה ממילא מייצרים אותם. אלא שאין דרישה כזו. היתה תקופה שהשוק העולמי כולו היה מתלהב מאופנה פולקלוריסטית, אך היום רוצה השוק העולמי אופנה אוניברסלית.”

בשנת 1977 הסתכם יצוא האופנה וה־טקסטיל של ישראל ב־226 מיליון דולאר, כאשר תעשיית האופנה בלבד מייצאת

התצוגה הגדולה בערב פתיחת שבוע־האופנה ערך מכון־הייצוא תצוגת־אופנה ססגונית, שבה השתתפו מרבית החברות שנטלו חלק באירוע. מערכה שתי תצוגות גדולות משלה עם רקדנים מיקצועיים ובסיגנון מחזות מוסיקליים. התצוגה עלתה מאות אלפי לירות, ובעזרתה הגבירה החברה את מכירותיה. בתמונה: שרית דמיר, מלכת מים לשעבר, אם לשני ילדים.

אופנה ישראלית מקורית המתעקש על מעצבי־האופנה הישראלים לנסוע לירושלים רק בהשראת הסביבה, ומתנגדת לקו של

אופנה ישראלית

בסכום של 154 מיליון דולאר. היצוא עלה ב־20% על היצוא של 1976, והשנה מנבאים עוד עליה של כ־15% נוספים.

את המקום הראשון ביצוא אופנה תפסה תיג'ור, מיפעלי 1976, והשנה מנבאים ייצאים בגדי גברים וסוודרים. התיג'ור תפסה ייצאה בסכום של 12.5 מיליון דולאר. במקום השני נמצא מיפעל בגד עור, שי ייצא סחורה בסכום של 8 מיליון דולאר. את המקום השלישי תפס בית־החרושת גוטקס לבגדי חוף וים, עם יצוא של 6.5 מיליון דולאר.

המיפעלים הגדולים כבשו להם שם בעור לם. 1976 אינה מייצאת למעשה אופנה ישראלית. התיג'ור רכשה את זכויות העיצוב של איב סן־לורן ופייר קארדן תמורת 10% מהרווחים. היא מייצרת בארץ חליפות סן־לורן וקארדן ומייצאת אותם לרחבי העולם. הקונה הרוכש חליפות אלה קונה למעשה את תוצרת בית־החרושת בגיר, מבלי שהוא יודע כי בגיר הוא מיפעל ישראלי. גם בגד עור תופס מקום של כבוד בתעשיית האופנה הבינלאומית ומוכר בכל העולם כמיפעל ישראלי לכל דבר. כך גם גוטקס, הנמצא במקום הראשון שון בעולם בעיצוב ובייצור של בגדי ים וחוף.

אך מה בדבר המיפעלים הקטנים? הפתעת השנה שעברה היתה מיפעל קטן בשם קליק, בבעלותם של יהודית ודני מור. בשנה שעברה ייצא קליק סחורה בסכום



לד יבוא היום שבו תייצר יש ראל אופנה מקורית משלה, אופנת העכאית־בייני. במילים אלה סיים יגאל הורביץ, שר התעשייה־מסחר־התיירות את ברכתו, לרגל פתיחת שבוע האופנה הישראלי, שהתקיים במלון הילטון בשבוע שעבר.

עשרות הקניינים, היצרנים, האופנאים והדוגמניות, שנכחו בטקס, פרצו במחיאות כפיים מלוות בצחוק רם. אלא שאיש אינו מתייחס היום בצחוק לתעשיית האופנה בישראל. זו התעשייה שהחלה לחפש שוֹר־קים בחו"ל לפני 15 שנה, כשהיתה עדיין בחיתוליה. מאז היא התפתחה לממדים רציניים ועתה היא מכניסה דולארים רבים לקופת המדינה. התעשייה, שהחלה את דרכה בעזרת מכונות־תפירה ידניות, הפכה כיום לממלכה מתועשת וממוכנת. המעור צבת בחלקה על־ידי מחשבים, היא כובשת לה מקום ורוכשת לה שם בעולם האופנה הבינלאומי.

מרכז סודי לאופנה



כמו בפאריס

רומא ולונדון, כך גם בתל־אביב. זה היה הקו שהינחה את יצרני ומעצבי האופנה הישראליים בשנה זו. הדרישה לאופנה ישראלית מקורית לא היתה בנמצא. חמש מאות הקניינים שהגיעו מחו"ל העדיפו אופנה בינלאומית הטובה לכל מקום בעולם. באמצע: הדוגמנית אסתי זבק.

חמש מאות קניינים הגיעו השנה לישראל מחו"ל, כדי להשתתף בשבוע האופנה. המתקיים מזה 15 שנה בעידודו ובאירגונו של מכון היצוא. היו אלה קניינים מכל רחבי העולם, נציגים של רשתות