



אביב מרכז של אופנה בדיוק כמו מילאנו או פאריס.

סימי אלבו כבשה את השוק עם הבובו — אותו בגד מבד כאפיה שיצרה עבור מועדון הים התיכון, המוכר כבגד ישראלי. סימי שבה לייצר בסיגנון בינלאומי, והיא אומרת: „היתה בעולם דרישה לפולקי לור, והיתה הצלחה לבגדים הודיים ופא-קיסטיניים. היו שלוש שנים בהן רצה העולם ללכת בשמלות ערביות ומכסיקי איות. היום נגמרה אופנת הפולקלור, והי אופנאי חייב להתאים את עצמו אל צווי האופנה המוכתבים על-ידי העולם.”

משכית היא יצרנית האופנה הייצוגית של ישראל אך היא אינה מיוצגת בשבוע האופנה. ריקי בן-ארי, מעצבת האופנה של משכית, טוענת כי משכית אינה ערוכה ליצוא. פיני לייטסדורף, מתכנתת האופנה הוותיקה של משכית, זו שיצרה את מעיל המדבר הישראלי הראשון, זו שגלחמה כל השנים כדי ליצור בגד ישראלי מקורי ולשווקו בעולם, הרימה ידיים.

לא חשוב

הכסף

ק רון' בן-יוסף האדמונית והתוססת, בעלת בית-החרושת ריקמה, עורגת נלחמת בציפורניה כדי לשמור על ייחודה כמתכנתת אופנה ישראלית מקורית.

אומרת רון': „למרות כל מה שאומרים המקטרגים, אני עדיין מייצאת במיליון דולר לשנה. אני מודה שאילו יצרתי אופנה בינלאומית הייתי מייצאת במיל-יונים. אלא שכל השנים חשבתי שלא חשוב הכסף, חשוב שיהיה דגל. אני לא מוכנה להתפשר על אופנה בינלאומית. אני מקבלת את ההשראה כאן, בארץ, ומי שלא מבין אותי צריך לנסוע לירושלים, צריך לנסוע לנגב ולגליל, ולראות איזה פולקלור יהודי יש בארץ. כל המתכננים



של אותו אופנאי ר' של אותו בית-חרושת, מציגה ניקי. הייצרנים טוענים, כי יש לפעול לפי צווי האופנה הבינלאומיים.

לא מתחשב בכך שאנשים קונים אופנה ישראלית בגלל שהיא זולה יותר. כך אי אפשר לפתח תעשייה. הרי מחר יכול להתפתח מקום חדש בעולם, שבו האופנה תהיה זולה יותר, ואז כולנו הלכנו פייפן. סיריל קרן, אחד מתעשייני האופנה הגדולים של בריטניה ויועץ של מכון היצוא, אינו מסכים עם ג'רי מליץ. לדעתו טמון עתיד התעשייה הישראלית במיפעלים של ייצור המוני. הוא סבור כי תעשייה מתוחכמת מן הסוג של תיטולבת פולגת,

„ראשון בעולם!”

בייצור ובעיצוב דגמי חוף וים תופסת ישראל, בזכותו של בית-חרושת מקומי שהצליח לשבור את השוק העולמי, ולתפוס לו מקום של כבוד לצידם של בתי-אופנה צרפתים ידועים.



אין צורך באופנה ישראלית. נסיון שעשה בית-החרושת שלה, להחזיר אופנה ישראלית לבגדי-הים שלו, הצליח אומנם, אך רק לעונה קצרה. בה אהב כל העולם את האופנה האתנית.”

בין שני

הכיסאות

החוד פקוביץ' מפפוק, שנחשב ל- אחד מילדי-הפלא של האופנה הישראלית טוען גם הוא שאין צורך באופנה ישראלית. הנסיון להכניס קו ישראלי לדגמיו נכשל. ואילו האופנאית ריקי בן-ארי טוענת כי העדר אופנה ישראלית נובע מהעובדה שאין בכלל תרבות ישראלית: „ילד אי-טלקי רעב ללחם יוצא מפתח ביתו ורואה לנגד עיניו תרבות של פסלים ואמנות; ילד ישראלי רואה ים, שמש וקופסאות.” מעצב האופנה שוקי לוי, המתמחה בייצור המוני של בגדים ספורטיביים, מגלה כי את השראתו הוא שואב לא רק מסביבתו אלא גם משבועוני האופנה הידועים ובעת נסיעותיו הרבות לאירופה.

המסקנה המתבקשת מן הדברים האלה היא ברורה: אין אופנה ישראלית ואין גם צורך באופנה כזו. אך מה יהיה על התעשייה? יועצי מכון היצוא מנבאים לה עתיד מזהיר. מכסי ליברטי טוען כי תוך מספר שנים תתפוס התעשייה הישראלית מקום של כבוד ליד תעשיות מילאנו, פא-ריס ורומא. סיריל קרן טוען כי היא תגיע לייצור המוני שיוריד מהמפה את הונגריקונג. ואילו ג'רי מליץ זועק: „לא דואגים לעתיד התעשייה! חושבים רק על הדולארים הנכנסים כרגע לאוצר המדינה. אני מלווה את העסק הזה במשך 15 שנים וכואב לי שאנחנו הולכים אחורנית. אני לא רואה שום שיטה בשגנון הזה. השיטה היא לעשות מחזור גדול של כסף, אך זו אינה שיטה לדאוג לעתיד. הרוח של שנות החמישים נעלמה, וכעת מדברים רק הדור האחרון. לפי דעתי אנחנו לעולם לא נוכל להתחרות בהונגריקונג ואף פעם לא נוכל להיות פאריס. התעשייה הישראלית תיפול פשוט בין שני הכיסאות.”

שרית ישי



„בעייה פסיכולוגית!”

יש לאופנאי אבנר צנטנר, הטוען כי הריחוק מאירופה ומאוצות-הברית גורם בעיות. צנטנר, שהיה ידוע כיצורן של מלבושים סולידיים, הולך אף הוא עם הזרם ומייצר בסיגנון בינלאומי צעיר לאשת העולם הגדול. מאחור: אשתו, הדוגמנית חניתה צנטנר.

הצעירים צריכים לנסוע לחו"ל ואין ישראל וללמוד קצת על התרבות היהודית. „אנחנו גרים במדינה מיוחדת. שקורים בה המון דברים. וזה עובד עלי. רק כך אני מסוגלת לעבוד. יש פה המון שמש, המון אור. זה לא בינלאומי זה מיוחד לארץ-ישראל. הבגדים שלי נמכרים ב-ליברטי, בתארוס, ולא פעם ראיתי את הדגל הישראלי מונח ליד דגם שלי. אני לא מבינה את אלה שמוכנים למכור דג-מים שלהם לחנויות שמורידות מהם את התווית. אלא שהשנה נאלצתי גם אני להתפשר. הכנסתי קו חדש לבגדים שלי והתחלתי לעבוד עם בדים מיובאים. מה אני יכולה לעשות? אני חייבת להיות קצת יותר מסחרית. זה היה לי קשה מאוד. אבל עשיתי פשרה. הכנסתי לעבודה שני סטודנטים צעירים. ואני רוצה לנסות ול-השפיע ולחנך דור חדש, שילך אחרי, ושי-חשוב כמוני. בלי זה תיעלם האופנה הישראלית מהשטח. צריך לעזור לכישורי-נות מקוריים. הקניינים שבאים לישראל צריכים לדעת כי כאן ימצאו מוצרים שאין למצוא אותם במקומות אחרים בעולם.” יהודית גוטליב מגוטקס טוענת ש-

הקונה גזרות מבת-אופנה ידועים ומייצרת עבור כל העולם, תעלה את ישראל על המפה הבינלאומית ותזרים מיליוני דולא-רים לאוצר המדינה.

אופנאים רבים מתנגדים לדעתו של קרן. אומר אחד מהם: „אי אפשר לבנות תע-שייה שלמה על ידע שבא מבחוץ; צריך לעודד את הידע המצוי פה בארץ.”

למכסי ליברטי, שהוא אחד מגדולי ה-תעשיינים של האופנה בצרפת, דעות נח-רצות בנושא: „אין אופנה ישראלית, יש רק אופנה בינלאומית. מי שמכיר אופנה יוהה בה את המגע הישראלי. לישראלים יש 'אספרי' משלהם שמשלים קולקציה. לדעתי עתידה האופנה הישראלית לתפוס מקום חשוב על המפה הבינלאומית. בגד-עור וגוטקס כבר תפסו את מקומם והם ידועים לא פחות מבתי-צרפתיים המייצ-רים אופנה מה דורות.”

ליברטי, שהוא גם יו"ר לישכת המיסחר-צרפת-ישראל, סבור כי בתקופתנו כבר לא מחפשים ריקמות וכאפיות. „בעולם תובעים אופנה שזועדת עם הזמן, הוא מסביר, ובעוד 5 או 10 שנים תהיה תל-

„המוני!”

ייצור המוני של דגמים ספורטיביים בסיגנון בינלאומי, מציגה האופנה הישרא-לית בשפע, באיכות טובה ובמחירים נוחים.