



צילום ענת קדים רייזמן

המטרה היא לחשוף בפני הלקוחה מעצבים ישראלים, להכיר לה את מתחמי האופנה השוקקים לצד אלה המתפתחים ובעצם ליצור מפגש בלתי אמצעי עם האנשים הפועלים בתעשייה

מילים ליאת לוי צילום זוהר שיטרית

הינור מיוחד

מסע לעבר החצר האחורית של עולם האופנה הלוקאלי. גלית רייזמן מבצעת את השליחות הציונית של חשיפת סצינת העיצוב המקומית לשוק הבינלאומי

תשעה מעצבי אופנה ישראלים בארצות הברית. 'במשך ארבע שנים הייתי על קו ישראל-ארצות הברית', מספרת רייזמן, 'נסעתי לתערוכות אופנה בניו יורק, פגשתי בשוק הבינלאומי, ובעיקר נהניתי והייתי גאה ללבוש עיצוב ישראלי בחוץ. תמיד הרגשתי כשגרירה של עולם העיצוב הישראלי, אבל פתאום הבנתי שאני רוצה להיות שגרירה מבית. לעבוד מפה'.
אז מה בעצם המטרה של TLV סטייל?

'המטרה היא לחשוף בפני הלקוחה מעצבים ישראלים צעירים וותיקים, להכיר לה את מתחמי האופנה השוקקים לצד אלה המתפתחים ובעצם ליצור מפגש בלתי אמצעי עם האנשים הפועלים, יוצרים ומקיימים את תעשיית האופנה המקומית'.

ואיך מוזתרים פתאום על עבודה שהיא כנראה הלומן הרטוב של הרבה נשים?

'בער בתוכי הצורך ללדת משהו, לתת חיים למשהו, וזה פרץ ממני. אני בן אדם הולך. חתול רחוב. אני אוהבת להיות בחוץ. הרגשתי שבעבודה הקודמת אני מתרחקת מהרחוב. הרגשתי שאני מתגעגעת הביתה. אז TLV סטייל' זה בעצם הדג'א שלי, הוא משלב את האהבה שלי לתל אביב עם האהבה שלי לעיצוב ישראלי והתשוקה

שיפת 'מאחורי הקלעים' והפיכתם ל'קדמת הבמה' הן מעין מהלך פוסט מודרני שמבוסס על העיקרון שמה שאינו מוצג/נראה/חשוף בהכרח מעניין יותר ממה שאנחנו מעוניינים לחשוף. זהו המקום שבו מתרחשים ה'סודות' הסמויים מהעין, מתגבשים הרעיונות, פוגשים בייצור טרם עיבודו, ושם-שם מתרחשת הפעולה האוטנטית. הרבה פעמים עם תהליך היחשפותה של אותה חצר אחורית היא לאט לאט מאבדת מקסמה, בעיקר כי היא הופכת מוכנה לצפייה.

אותם מאחורי הקלעים של עולם עיצוב האופנה הישראלי הם חלק ממה שהמיוזם TLV סטייל' מנסה לחשוף. אמנם לא מדובר בהצצת ריאליטי-סטייל למקומות שלא נראים לעין אלא בסיורי אופנה לאותן פנינות נסתרות-חשופות של בתי המלאכה - הידועים בכינויים המכובס סטודיואים - של האנשים שהופכים את עולם העיצוב הישראלי לספירה באמת חדשנית, חכמה ומעניינת.

גלית רייזמן, 36, בעלת המיוזם, נחשפה לעבודה בתחום האופנה עם שווקים בינלאומיים לפני ארבע שנים, כשהחלה לעבוד עבור חברת הפצה המייצגת

אפור סטילינג רמות אופיר שמלה ארוכה עגילים קורן וזלף צמידים שלי דהרי
בדיזינגוף ולא ממש יידעו לאן ללכת. אני רוצה להראות להם שיש אופנה ישראלית טובה, למקד אותם ולשכנע אותם ששווה לקנות דווקא אותה ולא את הרברים שמייבאים לפה. ומלבד זאת, מדובר בקהל שנעים לשרת אותו, שמוקיר שירות ומעריך עיצוב.

מה חשוב לך באותם מפגשים? מה את רוצה להראות בעצמך?

'קודם כול חשוב לי לא להראות משהו שאנחנו לא. נכון שיש חלונות ראווה מהממים, אבל יש גם סטודיואים של מעצבים מוכשרים מאוד שעובדים בבניין מתפורר בדרום העיר, עם כניסה לא מרשימה, וגם את זה צריך להראות. בגדול השמים הם הגבול במפגשים, כי אתה לא יודע מי תהיה הלקוחה הבינלאומית שתחשוף עיצוב ישראלי. אני

'נסעתי לתערוכות אופנה בניו יורק, פגשתי בשוק הבינלאומי, ובעיקר נהייתי והייתי גאה ללבוש עיצוב ישראלי בחוץ. תמיד הרגשתי כשגרירה של עולם העיצוב הישראלי, אבל פתאום הבנתי שאני רוצה להיות שגרירה מבית. לעבוד מפה'

מסתכלת על זה בצורה מערכתית. אף על פי שהסוירים מוכוונים בעיקר לתירי, רייזמן מוצאת את עצמה מובילה גם נשים ישראליות, פאשניס-טות מקומיות שרוצות להעמיק את היכרותן עם השוק ולגלות מעצבים חדשים ברחובות תל אביב. בין השאר יוכלו המשוטטות לכהור בין סויר נשים קו'ואל, אלגנטי או ממוקד אקססוריוז, ובין וינטאג' טור או 'גרין טור', ויש גם סויר המיועד לגברים שמתמקד בהלבשה תחתונה ואקססוריוז.

איך את מאתגרת את הקהל המקומי?

'אני עושה עבודת תחקיר על הסטייל של כל לקוחה – בין אם היא מחו"ל ובין אם היא מקומית, וצריך לזהות ולדייק אצלה. כל אחת מקבלת שאלון מקדים שמאפשר לי לבנות פרופיל של הסטייל שלה. אני אמנם לא עושה סטיילינג, אבל הוא כן מתבטא אצלי בבחירה של המעצבים שאני מפגישה עם הלקוחה. ובכלל, לרוב מדובר בחיילים הידועים ושמורים למקומיים ואשר אינם מופיעים באינדקס ובספרי התירות.' ■



שעובדים כאן. 'הרגש של הסוירים הוא על קהל בינלאומי, וזה באמת בא ממקום רומנטי של לעזור לתעשייה. בשוק האופנה הישראלי יש בעיה של חוסר בכוח הקנייה, אז אם כבר מגיע לכאן קהל בינלאומי בעל אמצעים שלא תמיד יודע לאן ללכת ומה לקנות, ואם אני יכולה לחשוף אותם לשוק הישראלי – זה הכול בשבילי. אני לא רוצה שתירי שיש להם זמן פנוי לקנות יסתובבו סתם בכיכר המדינה או

שלי לשוקים בינלאומיים. הבנתי שאני מאוד רוצה לעבוד עם תירי ולספר להם את הסיפור של העיצוב הישראלי. אם אישה מכל מקום אחר בעולם תגיע לאיזו ארוחת ערב חגיגית וישאלו אותה מאיפה התכשיט שלה והיא תגיד ישראל – אז עשיתי את שלי.' וכך סיורי האופנה של רייזמן מוקדשים ברובם לתירות חוץ שבאות לביקור בארץ הקודש כשהאג'נדה שלה היא להכיר להן את המעצבים