

פקעת עיצובים

היזמיות נירית שטרנברג ואורנה פלג מסתערות על "דיזיין-מאי", פסטיבל העיצוב בברלין, עם משלחת של מעצבים ישראלים, ומחפשות להם שידוך עסקי. "העיצוב שלנו הוא התפוזים החדשים. כמו שהיה פעם jaffa עכשיו יש עיצוב ישראלי", הן אומרות / חגית פלג-רותם



כנות העסקית, שערכה רב במיוחד. לדבריהן, ההיענות הייתה מיידית. פוט נציאל המפגשים בתקופת היריד גדל ככל שההכנה של המעצבים, ומיקוד בקהל המטרה ושוקי היעד - ברורים יותר. מבחינה זו המיזם משמש גם מעין מורה דרך עסקי.

● איך בישלתן את זה?

"קודם כל אנחנו באמת סוג של מכורות לעיצוב ועוקבות אחת אחרי השנייה כבר שנים רבות. נפגשנו והתחלנו לחשוב איך לקדם יוד מה עסקית עיצובית חדשה בכיוון של תערור כות מקצועיות מסחריות. מאז, כבר ארבעה חודשים אנחנו עוברות בלי הפסקה".



שולחן של שרון נימון. מימין: אגרסל של איריס זוהר

הכותרת A Taste of Israeli Design. הכוח טמון במסה ובאימפקט של יחסי ציבור ושיווק שאין למעצב בודד. גם המדיה מעורבת ניינת במסה הזו, אומרת פלג. ושטרנברג מוסיפה: "אירוע הפתיחה שלנו הוא שיתוף פעולה בין מעצבת הטקסטיל עטרה דה לנגה וכוריאוגרפית קנרית, שמשלב מחול ותצור גת אופנה עם אביזרי עיצוב של עטרה דה לנגה - שהם בין אופנה לאביזרים, פריטים מגומי וטקסטיל".

את הביתן עצמו עיצב אלון רזגור בשיתוף עם סטודיו מילגה המוכר בעיי קר בזכות הפופים והכריות הגדולות והרכות שהוא מייצר. דוכני התצוגה, בהתאם, ייראו כעננים רכים וגבוהים, קשור רים בסרטי אריזה, ועל גביהם יוצגו פריטים ממגוון תחרימים: תכשיטים וכלים, אביזרים שימושיים וחפצי נוי, קרמיקה ופלסטיק, מתכת ולבד.

מורה דרך עסקי

רשימת המעצבים כוללת שמות בכירים בתחום כפרופ' עזרי טרוי שעמד בראש המחלקה לעיצוב והתוכנית לתואר שני בעיצוב בבצלאל, אילון ערמון שעמד בראש המחלקה לעיצוב במכון הטכנולוגי בחולון, קבוצת מונקי ביזנס בהנהגת עורך פרידלנדר, שמציג פורטפוליו של מעצבים צעירים שונים המשווקים תחת המר תג שלו, ולצידם מעצבים פחות מוכרים ובוגרים צעירים של בתי הספר לעיצוב.

● ישראל נחשבת לשוק מנותק והייצור באן יקר. אולי פשוט אין לנו יתרון בייצור מוצרי עיצוב?

שטרנברג: "אני לא חושבת שאין לנו יתרון, אלא שבדרך-כלל לא הולכים לכיוון הזה של תצוגה". פלג: "מעצבים בדרך-כלל יוצאים לשוק עם קטע חזק של I Am אבל הם פחות חזקים ב-B2B. בתי הספר דוחפים לכיוון של תערוכות עיצוב אמנותיות יותר, פרטי עיצוב מוויאליים וניסיוניים, מעצבים יודעים פחות איך לצאת לשוק המסחרי. אנחנו כבר עם הפנים ליריד המקצועי הבא - עיצוב לילדים ונוער", שיתקיים אף הוא בגרמניה.

שטרנברג: "זו שנת ה-60, ואנחנו בהחלט מרגישות שאנחנו מייצגות בכבוד את המדינה, במיזם פרטי לחלוטין".

● מה אורך הנשימה שלכן מבחינת מימון? פלג: "התקציב הראשוני שלנו עומד על כ-150 אלף דולר. אנחנו מממנות את הרוב הגדול לבד ובקונסטלציה הנוכחית אנחנו יכולות להגיע לשתים-שלוש תערוכות. המעצבים משלמים סכום השתתפות אחיד שעומד על 5,500 שקל - זה לא מכסה אפילו את ההוצאות, אבל הם השותפים שלנו למיזם ואנחנו צריכות גם לשווק את עצמנו אליהם ולהוכיח שזה אפשרי". במחיר זה "קונים" לעצמם המעצבים חשיפה בביתן ובקטלוג (המעצב להפ" לא על-ידי קירסטן צפריה) וכן את השר-

מות במרכז העיצוב בברלין, סצנת ההתרחשות המרכזית של הפסטיבל, משמש כ"שואו קייס" למעצבים.

על-פי המודל של דיזיין-מאי, כל מעצב המעוניין בכך יכול ליוזם אירוע ולזכות בתשומת לב, כמו גם להגיע למפגשים "אחד על אחד" שנבקעו מראש. לצורך זה גייסו שטרנברג ופלג את עזרת לשכת המסחר ישראל-גרמניה והנספח המסחרי בשגרירות ישראל בברלין מטעם משרד התמ"ת, שסייעו בעבודת ההכנה.

● לא מקובל שמכון הייצוא מקים ביתן ישראלי?

פלג: "במכון הייצוא יודעים עלינו, אבל זה לא בתקציב שלהם. נז, יוזמה פרטית עם מוטיבציה זו מאור גבוהה. בחלק העסקי יש פה חזון שישא פירות בעתיד. עיצוב זה הדבר הבא. החברה היש-

פלג: "עיצוב זה הדבר הבא. החברה הישראלית מתקיימת בתוך מגוון רחב של השפעות תרבותיות, וזו קרקע פורייה ליצירה ייחודית. הכוח שלנו עמון במסה"

ראלית מתקיימת בתוך מגוון רחב של השפעות תרבותיות, וזו קרקע פורייה ליצירה מרתקת וייחודית. כמו שנרית אומרת 'העיצוב היום זה כמו התפוזים של פעם. כמו שהמותג jaffa היה מוכר בעולם, כך החשיפה של העיצוב הישראלי תסייע למצב את ישראל כמקום חדשני, רב-תרבותי ויצרני'".

● איך המיזם פועל בשביל מעצבים שעובדים כל אחד במסגרתו שלו?

"אנחנו משווקות תחת

"מעצבים לא יודעים איך לצאת לשוק המסחרי". שטרנברג (מימין) ופלג (צילום: תמר מצפי)

דיזיין-מאי - פסטיבל העיצוב הבינלאומי השנתי בברלין, המתקיים זו השנה החמישית (22-31 במאי) - הוא אירוע המושך הן קהל של חובבי עיצוב והן אנשי מקצוע, מברלין הטרנדית ומאירופה כולה. בשנה שעבר רה ביקרו ביריד כ-50 אלף איש. זהו יריד רחב היקף, המתקיים במקביל במספר אתרים בעיר, וכולל עשרות אירועים, תערוכות, סדנאות, הרצאות ומצגות. יותר מכול היריד משמש זירה ל"ציד ראשים" בין חברות מסחריות התרות אחר כישרונות עיצוב בולטים, לבין מעצבים צעירים ופחות מוכרים, המחפשים הזדמנויות לפרוץ. השנה, לראשונה, החליטו היזמיות אורנה פלג ונרית שטרנברג להקים בברלין נציגות של עיצוב ישראלי.

פלג היא מומחית לתערוכות ולירידים מסחריים, בעלת חברת פלג תערוכות, שהקימה, בין השאר את תערוכות העיצוב השנתית בגני התערוכה. שטרנברג מתמחה בשיווק עיצוב ישראלי לשוק הקמעונאי, והקימה בעבר את חנות העיצוב "קו", הייתה מעורבת בהקמת "סוהו" ובשנתיים האחרונות היא בעלת "לעלא, צרכניה לעיצוב ישראלי" במתחם הבית הנמל תל-אביב. השתיים, חובבות עיצוב "מכורות", כדבריהן, הקימו יחד את "100% for you", חברה שכל מטרתה קידום ועידוד מעצבים ישראלים, ושיפור הקשרים שלהם עם העולם העסקי.

קח עוד תפוז

המיזם מתמקד ביצירת הזדמנויות עסקיות למעצבים בארץ ובחו"ל, ובשיפור החשיפה שלהם לעולם. לברלין הן מתייחסות כנקודת זינוק, שמספקת למעצבים במה להציג את מוצריהם ואת יכולותיהם בפני לקוחות פוטנציאליים, קנייני רשתות ובעלי עניין שונים. 25 מעצבים וחברות עיצוב ישראליות הצטרפו בשלב זה למיזם, והביתן הישראלי שהן מקי-



MATSART

AUCTIONEERS & APPRAISERS

דאגן חבין

מכירה פומבית אמנות ישראלית ובינלאומית

18 במאי 2008
חלק א' 16:00
חלק ב' 20:00

תצוגה מקדימה 11-18/5
ימים א'-ה' 11:00-15:00
מוצ"ש 21:30-24:00

בית מצארט:
רח' לואי פסטר 4, יפו העתיקה - תל-אביב,
טל: 03-6810001
matsa@actcom.co.il
הקטלוג מופיע באתר: www.artonline.co.il