

17.3x27.8	31	עמוד 132	את - את	09/02/2010	21459128-2
אקדמי טכנולוגי חולו - 83313					

עיצוב
ולנטיינ'ס די
עומר טל

האזור סט בידינו

טום דיקסון, מארק
ניוסון ומטאלי קראסה
כבר עשו את זה.
עכשיו משיק המעצב
הישראלי עופר זיק,
ראש החוג לעיצוב
תעשייתי ב־H.I.Z.,
את "קאלה לילי",
סדרת ויברטורים
חדשה ומעוצבת.
צעצוע של סיפור,
גרסת המבוגרים



האזורסט מונח כעת בכף ידי. רוטט באון אך שקט כפסגה מושלגת. שחור אך לא מתנצל, נעים למגע וכולו קלאסה. כשלא נעשה בו שימוש למטרות עונג, הוא אמור לעמוד בתוך המטען שלו ולדגמן דקורטיביות, אבל אני ממשיכה לאחוז בו שלא לצורך ושלא למטרות הייעודית, ונוצצת במקביל מבטים חומדים באחיו הבכור, הסהרה. להגנתי אומר ששלישיית הוויברטורים הציונית החדשה לבית T.O.Y כה נוספת סטייל, ועיצובה מוקפד ומומין להפליא,

כך שברור שכל חובב אסתטיקה ירצה ללטף ולסרוק את קימוריהם עד בלי די, כשמחשבות על סקס אפילו לא עולות במוחו.

בשנים האחרונות מציעות חברות כמו פיליפס ההולנדית, פאן פקטורי הגרמנית, מילה האנגלית, ללו השברית, ג'ימיג'ין האמריקאית ואקסקוויודיזין הצרפתית, צעצועי מין מעוצבים לעילא בעיצוב מעצבים כמו טום דיקסון, מארק ניוסון, מטאלי קראסה, מייקל יאנג, אריק לוי וקארים ראשד. אפילו בשבוע העיצוב האחרון של מילנו הוקדשו שתי תערוכות, LOVE DESIGN ו־RED LIGHT DESIGN EVENT (את, גיליון 661) לעיצוב האירוטי.

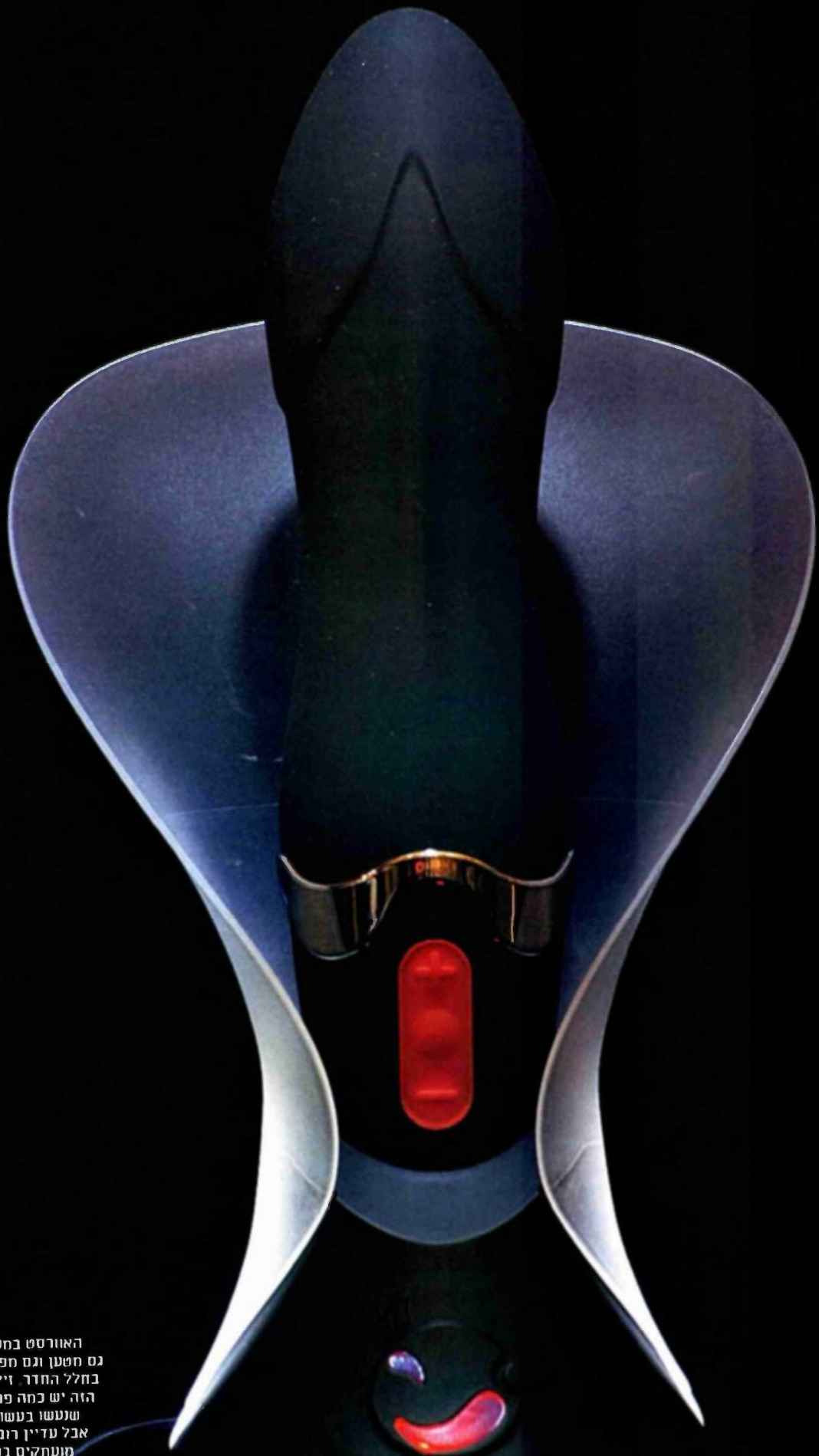
עופר זיק, מעצב, ראש החוג לעיצוב תעשייתי במכון **האקדמי**

טכנולוגי בחולון ובעל חברת T.O.Y (THINKING OF YOU). הוא מי שיוזם, פיתח ועיצב את סדרת הוויברטורים CALLA LILY. זיק, בעל ניסיון של כ־20 שנה בעיצוב מוצרים רפואיים, מגשים עכשיו חלום מקצועי ואידיאולוגי. "אני מתעסק בנושא הזה כבר כמה שנים, ומה שהציק לי הוא שהיחס לצעצועי מין מאוד סליזי, ובסופו של דבר מדובר באחד ממוצרי הצריכה הכי נמכרים בעולם. כולם קונים ואת כולם זה מעניין ולא מהיום. לי היה חשוב לייצר מוצר איכותי, לא דוחה, לא העתק של זין של כוכב פורנו, לא משהו שנראה כמו מכונת עינויים אלא מוצר עם סטייל. זאת כל הגישה", הוא מסביר.

וסטייל, כאמור, לא חסר פה. אריזת ה־CALLA LILY דומה למארז של בקבוק ויסקי יוקרתי, והמוצר אינו נראה דרכה. "עבור מי שרוצה לדעת באיזה משלוחת הדגמים מדובר יש איור מאחור. המוצר מגיע סגור ואטום, ומי שקונה אותו מקבלת אותו כך בשביל לדעת שלא נגעו בו", זיק אומר. ייחודם של הברז לבית CALLA LILY הוא שהמעמדים שלהם, שגם מתפקדים כמטענים, הופכים אותם לגופי תאורה שאף נתנים אינדיקציה למצב הסעינה של הוויברטור ומתכתבים דקורטיבית עם הצורה.



19.05x28.72	32	עמוד 132	את - את	09/02/2010	21459131-6
אקדמי טכנולוגי חולון - 83313					



האורסטט במעמד שהוא גם חטטן וגם חפיץ אור רך בחלל החדר זיק: "בתחום הזה יש כמה פריצות דרך שנעשו בעשור האחרון. אבל עדיין רוב המוצרים מונעתקים בסין, זולים, מחפזקים, סליזיים"

21459133-8	09/02/2010	את - את	עמוד 132	33	17.39x27.22
אקדמי טכנולוגי חולון - 83313					



הסורה, האמזון והאורסט זיק
 "להסובל על המוצר הזה ועים לא
 פחות מלגעת בו" למטה קוקן טין
 עם יבן שור של "נימיניין", או"ק לוי
 2009, LOVE DESIGN '7

"אחת הנקודות המאוד קריטיות בעיני היא הנושא של סאונד. עבדנו שנה בשביל להגיע לאיכויות האלו. הוא שקט, ולא על חשבון העוצמה שלו. הוא חזק מאוד, וטווח הפעולה שלו רחב. יש לו חמישה סוגי רטט שונים, ששלושה מהם אפשר להגביר ולהנמיך. כשהנושא של שימוש באמבטיה עלה, אמרנו שנעשה את המוצר מוגן מים, אבל לא רק ברמה שאפשר לרחוץ אותו. הוא עובר בעומק של מטר מים, אטום באמת, ולא צריך לפחד שיהיה קצר. הוא עבר את כל הבדיקות ברמה של תקן אירופי וישראלי. השקענו עשרות אלפי שקלים ברמת האישור הרפואי. זה מוצר שיכול להחזיק 10 שנים לפני שיהיה צורך להחליף בו סוללה. יש פה השקעה של כחצי מיליון שקל בשביל להעמיד סדרה של שלושה מוצרים, וזה סכום לא קטן. וזה מה שרצינו לעשות:

משהו איכותי, שבא מהעולם של סטייל ואופנה דיזיין, ולא סתם כלי רוטט שיעשה לך טוב. אחד המשפטים שטבעתי כמוסו זה שהמוצר אמור לספק לא רק פיזית אלא לתת חוויה רזואלית כללית. להסתכל על המוצר הזה נעים לא פחות מלגעת בו".

- כמי שעיצב בעבר מוצרים גינקולוגיים, האנטומיה הנשית לא זרה לך, אבל יש פה נרמכים נוספים. איזה חקר שוק עושים כדי להתמקצע בתחום של צעצועי מיץ?

"היה לי חשוב שהדברים ייעשו כמו שאני עובד על כל מוצר אחר. צריך הנדסה ומחקר שוק ובדיקת חומרים והרבה מאוד היבטים שאנשים שברוך כלל מתעסקים עם מוצרים כאלו לא רואים. בתחום הזה יש כמה פריצות דרך שנעשו בעשור האחרון, אבל עדיין רוב המוצרים מועתקים בסך, וזלים, מתפרקים, סלזיזים. את קונה מוצר כזה, והיצרן יודע שב-90% מהמקרים את לא תחזירי אותו גם אם הוא יתקלקל, ולכן לדעתי יש הרגשה שאפשר טיפה לזלזל בצרכן. המוצרים האלו נמכרים במחירים אסטרונומיים, והנושא הזה היה מאוד קריטי בעיני, כי היה חשוב לי להגיע לקהל כמה שיותר רחב, וההתעקשות הזאת לקחה שנתיים של פיתוח. זאת הייתה המוטיבציה שהניעה תהליך ארוך שהיה כרוך בנסיעות, בלדבר עם אנשים ובעלי חנויות ולשמוע ולראות מה יש בעולם ואיפה זה עומד. נסענו לתערוכת הסקס 'זונס' בברלין. לי היו חששות לגבי מי האוכלוסייה שמתעסקת בזה ולאיזה עולם אני נכנס. אני אבא לילדים, והיה לי חשוב ללכת לראות מי האנשים לפני שאני קובר את עצמי במקום שקשה לצאת ממנו. גיליתי שם פער מאוד גדול בין פורנו לסריו, אלו שני תחומים מאוד שונים. הם מיונים אחד את השני כי הם שייכים לתעשיית הסקס, אבל עושים אותם אנשים מאוד שונים. מי שמתעסק בסריו אלו אנשי עסקים, רונם גברים, וזה

→ של פרח הקאלה - המחזה של זיק, שממנו לקח שמה של הטרויקה.
 - מה עומד מאחורי הרעיון לשלב בין ויברטור לגוף תאורה?
 "אני נגד להסוות את המוצר כמו צעצוע לילד. ויברטור הוא ויברטור, ואני אומר לקהל 'בוא תשים אותו בכבוד ליד המיטה שלך, כי הוא מוצר עיצוב, כמו שקנית אגרטל איכותי ואתה גאה אותו ליד המיטה'. השאלה 'כן או לא ליד המיטה' מאוד רלוונטית, ובעיני, זה צריך להיות מחוץ למגירה. חוויית השימוש לא מתחילה בלהדליק ולכבות. אני נכנס לחדר ויש שם טעמים וריחות ורעשים, והאווירה מבחינתי היא בנוסם שמקנה למוצר הזה איזושהו גלואו, שנותן כבוד שלדעתי מגיע לו".

- שלושת הויברטורים נקראים "אורסט", "אמזון" ו"סהרה", ובאתר אתה מתפייט על מקורות ההשראה הגרנדזיזים שלהם. מה ההבדל ביניהם, ובאיזה אופן תהליך העיצוב באמת הושפע מהטבע?
 "כל ההשראה באה מהטבע, מקוד השראה נפלא לעיצוב מאו ומעולם. כלשהו מייצר סדרה, אתה צריך לעלות על טווח מאוד גדול של משתמשים. שלושת האלמנטים שנבחרו כמקורות השראה מאוד שונים אחד מהשני. שלושתם תופעות טבע מאוד גדולות. אם ניקח את האורסט שמדבר על קור ועל לכבוש פסנתר בלתי אפשריות, הוא באמת הכי עוצמתי. הסהרה, הראשון שעשינו, קצת אתני בעיני. יש בו סימנים של פריחן וארטיקה (שהם חלק מהטקסטורה המיוחדת שלו ואמורים להשפיע על התחושה בזמן השימוש - ע.ס.) יש משהו במשטחים הענקיים האלו של המדבר, בפערים הקיצוניים בין לילה רחם חום וקור ובמסתוריות הזאת, וגם בחדר המיטה יש משהו מסתורי. והאמזון מאוד שונה משני אלו ומדבר על יערות הגשם, שטם יש הרבה מים ררוק וצלילים מסתוריים, ומהם נלקחה הצורה של אבקן או פרחים גדולים".



- האמת היא שהאורסט רי מזכיר את המקור, ואני לא מתכוונת להר.
 "ברור מה זה, אבל כשאת מניחה אותו ליד המיטה הוא 'דיזיין פיס', הוא לא הויברטור הסטנדרטי. בגלל שלא מעט נשים שאלו אותנו למה אין אחד שנראה כמו זיק, עשינו את האורסט, ונשים מאוד אוהבות אותו. אחרי ההשקה שעשינו בברלין (באוקטובר האחרון בתערוכת "זונס 13" - ע.ס.) אני יכול להגיד לך איזה אנשים יעדיפו איזה מוצר, וברוב המקרים אני אפגע בל נשים הטרוסקסואליות, שאין להן בעיה עם גדל, יעדיפו את האורסט או האמזון, לגיון האמזון כמעט לא מדבר, ולסביות יעדיפו את האמזון או הסהרה".

- שלישיית הויברטורים משווקת כמוצרי פרימיום. מה יש להם שאין לויברטורים אחרים?

21459137-2	09/02/2010	את - את	עמוד 132	33	17.19x27.28
אקדמי טכנולוגי חולון - 83313					



הסדרה, האמזון והאורסט זיק
 "להסתכל על המוצר הזה נעים לא
 פחות מלנעת בו" לופטה לוקן טין
 עם יבר טור של "נימיניין", אריק לוי
 LOVE DESIGN, מילון 2009

"אחת הנקודות המאוד קריטיות בעיני היא הנושא של סאונד. עבדנו שנה בשביל להגיע לאיכויות האלו. הוא שקט, ולא על חשבון העוצמה שלו. הוא חזק מאוד, וטוחה הפעולה שלו רחב. יש לו חמישה סוגי רטט שונים, שלושה מהם אפשר להגביר ולהנמיך. כשהנושא של שימוש באמבטיה עלה, אמרנו שנעשה את המוצר מוגן מים, אבל לא רק ברמה שאפשר לרחוץ אותו. הוא עובד בעומק של מטר מים, אטום באמת, ולא צריך לפחד שיהיה קצר. הוא עבר את כל הבדיקות ברמה של תקן אירופי וישראלי. השקענו עשרות אלפי שקלים ברמת האישור הרפואי. זה מוצר שיכול להחזיק 10 שנים לפני שיהיה צורך להחליף בו סוללה. יש פה השקעה של כחצי מיליון שקל בשביל להעמיד סדרה של שלושה מוצרים, זה סכום לא קטן. וזה מה שרצינו לעשות: משהו איכותי, שבא מהעולם של סטיל ואופנה ודיזיין, ולא סתם כלי רוטט שיעשה לך טוב. אחד המשפטים שטבעתי כמוזר זה שהמוצר אמור לספק לא רק פזיות אלא לתת חוויה ויואלית כללית. להסתכל על המוצר הזה נעים לא פחות מלנעת בו".

- ככר שעיצב בעבר מוצרים גינקולוגיים, האנטומיה הנשית לא זרה לך, אבל יש פה נדבכים נוספים. איזה חקר שוק עושים כדי להתמקצע בתחום של צעצועי מיץ?

"היה לי חשוב שהדברים ייעשו כמו שאני עובד על כל מוצר אחר. צריך הנדסה ומחקר שוק ובדיקת חומרים והרבה מאוד היבטים שאנשים שבורך כלל מתעסקים עם מוצרים כאלו לא רואים. בתחום הזה יש כמה פריצות דרך שנעשו בעשור האחרון, אבל עדיין רוב המוצרים מותקנים בסין, זולים, מתפרקים, סלזיים. את קונה מוצר כזה, והיצרן יודע שב-90% מהמקרים את לא תחזירי אותו גם אם הוא יתקלקל, ולכן לדעתי יש הרגשה שאפשר טיפה לזלזל בצרכן. המוצרים האלו נמכרים במחירים אסטרטגיים, והנושא הזה היה מאוד קריטי בעיני, כי היה חשוב לי להגיע לקהל כמה שיותר רחב, וההתעקשות הזאת לקחה שנתיים של פיתוח. זאת הייתה המוטיבציה שהניעה תהליך ארוך שהיה כרוך בכסעיות. בלדבר עם אנשים ובעלי חנויות ולשמע ולראות מה יש בעולם ואיפה זה עומד. נסענו לתערוכת הסקס 'ונוס' בברלין. לי היו חששות לגבי מי האוכלוסייה שמתעסקת בזה ולאיוזה עולם אני נכנס. אני אבא לילדים, והיה לי חשוב ללכת לראות מי האנשים לפני שאני קובר את עצמי במקום שקשה לצאת ממנו. גיליתי שם פער מאוד גדול בין פורנו לטויו, אלו שני תחומים מאוד שונים. הם מוגנים אחד את השני כי הם שייכים לתעשיית הסקס, אבל עושים אותם אנשים מאוד שונים. מי שמתעסק בטויו אלו אנשי עסקים, רובם גברים, וזה



→ של פרח הקאלה - המחזה של זיק, שממנו לקוח שמה של הטרויקה.
 - מה עומד מאחורי הרעיון שללב בין ויברטור לגוף תאורה?
 "אני נגד להסוות את המוצר כמו צעצוע לילה. ויברטור הוא ויברטור, ואני אומר לקהל 'בוא תשים אותו בכבוד ליד המיטה שלך, כי הוא מוצר עיצוב, כמו שקנית אגרטל איכותי ואתה גאה לשים אותו ליד המיטה'. השאלה 'כן או לא ליד המיטה' מאוד רלוונטית, ובעיני, זה צריך להיות מחוץ למגירה. חוויית השימוש לא מתחילה בלהדליק ולכבות. אני נכנס לחדר ויש שם טעמים וריחות ורעשים, והאווירה מבחינתי היא בנוסף שמקנה למוצר הזה איזשהו גלואו, שנותן כבוד שלדעתי מגיע לו".

- שלושת הויברטורים נקראים "אורסט", "אמזון" ו"סהרה", ובאתר אתה מתפייט על מקורות ההשראה הגרנדיוזיים שלהם. מה התבול ביניהם, ובאיזה אופן תהליך העיצוב באמת הושפע מהטבע?
 "כל ההשראה באה מהטבע, מקוד השראה נפלא לעיצוב מאז ומעולם. כשאתה מייצר סדרה, אתה צריך לעלות על טווח מאוד גדול של משתמשים. שלושת האלמנטים שנבחרו כמקורות השראה מאוד שונים אחד מהשני. שלושתם תופעות טבע מאוד גדולות. אם ניקח את האורסט שמדבר על קוד ועל לכבוש פסטת בלתי אפשריות, הוא באמת הכי עוצמתי. הסהרה, הראשון שעשינו, קצת אתני בעיני. יש בו סימנים של פריזן וארטיקה (שהם חלק מהטקסטורה המיוחדת שלו ואמורים להשפיע על התחושה בזמן השימוש - u.y). יש משהו במשטחים הענקיים האלו של המדבר, בפערים הקצוניים בין לילה ויום והום וקור ובמסתוריות הזאת, וגם בחדר המיטות יש משהו מסתורי. והאמזון מאוד שונה משני אלו ומדבר על יערות הגשם, ששם יש הרבה מים ורוח וצילילים מסתוריים. וכמה נלקחה הצורה של אבקן או פרחים גדולים".

- האמת היא שהאורסט די מזכיר את המקור, ואני לא מתכוונת להר.
 "ברור מה זה, אבל כשאת מניחה אותו ליד המיטה הוא 'דיזיין פיס', הוא לא הדיברטור הסטנדרטי. בגלל שלא מעט נשים שאלו אותנו למה אין אחד שנראה כמו זיק, עשינו את האורסט, ונשים מאוד אוהבות אותו. אחר ההשקה שעשינו בברלין (באוקטובר האחרון בתערוכת 'ונוס 13' - u.y) אני יכול להגיד לך איזה אנשים יעדיפו איזה מוצר, וברוב המקרים אני אפגע בול. נשים הטרוסקסואליות, שאין להן בעיה עם גדל, יעדיפו את האורסט או האמזון, לגיון האמזון כמעט לא מדבר, ולסביבת יעדיפו את האמזון או הסהרה".
 - שלישיית הויברטורים משוקת כמוצרי פרימום. מה יש להם שאין לויברטורים אחרים?

17.23x25.99	34	132	עמוד	את - את	09/02/2010	21459141-7
אקדמי טכנולוגי חולון - 83313						

אמנות אירוטית בה יציגו בין היתר בועז טל, מירי דוידוביץ, איתן ברטל, הניאל רוזנטל, רנה רוניקובירוונטל, רפי פרץ, סמי רי, תמיר שפר, סאשה אוקון ושרון ב.ה. משם החברה ועיצוב הלוגו, דרך האריזה והמיתוג וכלה בהשקעה הקונספטואלית של המוצר בסט. ולנטיינס' דיי, זיק עשה הכל לבד. "הייתי שמח מאוד לעבוד עם אנשים נוספים, זה גם נעשה מפאת חוסר ברירה תקציבית. אבל קודם כל אני חושב שמעצב טוב יכול לעשות עיצוב לא רע כמעט בכל תחום. אני חושב שכשאתה מתעסק בעיצוב, אתה צריך להגדיר את קהל היעד שלך, להתייעץ ולדעת לקבל פידבק. אני אומר דוגרי - אפשר היה למכור את המוצר כבר לפני שנה, אבל זה היה שם את החברה במקום שאני לא רוצה, ואין דרך חזרה אם יצאת עם מוצר לא טוב. כשאתה אומר שאתה מוצר פרימיום, אתה צריך לעמוד מאחורי זה. התעקשות על

ניואנסים ברמת האלקטרוניקה, למשל. הכיבוי לוקח שנייה וחצי. בדגמים הראשונים זה היה שלוש שניות, ואז קיבלתי את הדגם, והיו כבר כרטיסים שיוצרו, הפעלנו וזה נראה יותר מדי זמן. שלוש שניות זה נשמע כלום, אבל כשאתה מחזיק משהו ורוצה לכבות אותו - זה המון. אז שינינו, וזאת שוב סדרה חדשה של כרטיסים שצריך לבדוק".

- מדובר במוצר אקסקלוסיבי, שכבר נמכר באירופה חוכה לפידבק חיובי. בארץ הוא עולה 890 שקל. "זאת לא חוכמה לייצר מוצר כזה במחיר מסורף. היו לי הצעות לקנות כמויות של מוצרים בארצות הברית שיציפו את השוק, אבל זה לא נכון. מבחינת התפיסה שלי, המוצר יימכר אך ורק בחנויות סקס איכותיות ובחנויות בוטיק. לי הקהל הישראלי חשוב לא פחות מהעולמי, וגם לו מגיע ליהנות מזה שנעשה פה משהו ברמה

בינלאומית, ולכן המחירים שווים לכל נפש".

- לקראת התערוכה פתחת ל-T.O.Y אתר בפייסבוק. אתה משתמש בתגובות שאתה מקבל לטובת פיתוחים עתידיים?

"רשתות חברתיות מביאות אותך לקהל עצום, ואתה מקבל תגובות מאוד אותנטיות, כי אף אחד לא חייב לך שם כלום, ואפשר ללמוד מזה לא מעט. אני עושה מוצרים בשביל אנשים, והמפגש איתם מאוד מועיל. אין לי ספק שבפרייקט הבא שנעשה, אני אשתף את הקהל שלי קצת יותר. עשינו סקרים דרך פייסבוק, כמו באיזה צבע רוצים את הסדרה הבאה שלנו. מישהי כתבה שזה נחמד לחשוב עכשיו שהאורסטט יכבוש אותה ולא ההפך".

- נהנית מהתהליך?

"נהנית מזה אחרת, ממקום יותר ביגרי. אני חושב שעשיתי פה משהו משמעותי, ויש סוג של פאן בלהתעסק בכיף של אנשים. אני בעד פתיחות ופולורליזם. זה דבר נפלא. סקס זה סקס. שיהיה בחוץ, שיהיה בריא. לגמרי. ★

נראה מאוד נקי ומסודר, שונה מהאימג'ים שיש לך בראש".

- חזה לא פרדוקסלי שגבר יעצב מוצר שתכליתו לענג נשים?

"אני לא חושב שהקביעה מה גברים מבינים בזה רלוונטית. כמו שלא תשאל מה פתאום גברים מעצבים בגדי נשים. כל ההתייחסות העיצובית בתהליך הייתה כתיבת אפיון, כלומר מה אנחנו רוצים שהמוצר הזה יהיה, כלל לדבר עם לא מעט נשים. נשים בדקו את המוצרים והעירו את ההערות שלהן".

- מה היו הרברים שהן שמו עליהם את הדגש?

"הנושא של הסאונד, השימוש באמבטיה, הגודל - שלא יהיה גדול או קטן מדי. הרבה דיברו על נקודת הג'י ויהיה דגם כזה. עלה הנושא של הצבע".

- הן היו בעד הצבע השחור?

"צבע זה עניין של טעם, וקשה מאוד לפגוע בסדרה הראשונה כשאתה מוגבל

תקציבית. הצבע השחור נבחר מסיבה פשוטה: כשהמוצר הוא שחור הוא איג'נדרדי לחלוטין, ופונה, באופן די מפתיע, כמעט לכל סוגי האוכלוסייה: מנשים הטרוסקסואליות, דרך לסביות וגי'יז - שמתים על המוצר, ואנשים שפטיש מדבר אליהם. אנחנו הולכים להוציא לקראת השנה הבאה את אותה הסדרה בצבעים אחרים".

- גם המשקל משחק כאן תפקיד. נכון. הוא לא כבד, אבל גם לא קל מדי. משקל הוא דבר קריטי במוצר. יש טלפונים סלולריים שאתה מחזיק אותם, והם כל כך קלים, שאתה מרגיש שזה זבל. אבל מוצר שיש לו משקל לא כבד מדי, אתה מרגיש שיש לו נוכחות. זה כמו עם עטים".

- איזה סוג של ניתוחים סטטיסטיים עשיתם לראיונות ולהערות של נסיינים? איכותיים או כמותיים?

"גם וגם, יותר לכיוון הכמותי, כשהיו דברים מאוד ברורים. המון דיברו על החשיבות של הסאונד ועל זה שהמוצרים מתקלקלים מהר מאוד".

- מי קהל היעד של המוצר?

"תראי את 'סקס והעיר הגדולה' - גרושות או נשים בנות 30 פלוס הן הקהל שלי. זה צריך להיות לקוח מבוסס עם הכנסה מסודרת, שמשתכר היטב ויודע מה הוא רוצה מעצמו. והקהל הזה, אני חושב, יותר פתוח היום לדבר על הדברים".

- למה בחרת בצורה של פרח הקאלה?

"הקאלה היא פרח שמלווה אותי לא מעט זמן. בעיני זה אחד הפרחים הכי חשובים שיש. יש בו קווים נשיים שעוטפים משהו מאוד זכרי שיש במרכזו. לפני כמה שנים הוזמנתי לסדרת עיצוב בתאילנד, ואחד הפריטים שעיצבתי היה איזושהו אנרגטל בהשראת הקאלה, ומשם זה התגלגל למוצר הזה".

ההשקעה הישראלית של CALLA LILY תיערך במועדון הפינגוויין המיוחד בתל אביב ב-14 בפברואר, הוא יום האהבה, ותלווה בתערוכת



1. המעטה הסנסואלי של פיליפס 2. "אלה" של ללו 3. "פול הקטן" של פאן פקטורי 4. "הרקיע השמיני" של מטאלי קראסה ל"אקסקוויזיטיון"



אורסטט. זיקי יז"ה
 מה שרצינו לעשות
 משהו איכותי, שבא
 מהעולם של סטייל
 ואופנה ודיזיין, ולא
 סתם כלי רוטט
 שיעשה לך טוב"