

האורסט בידינו

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



האורסט 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 למטרתו
הייעודית, ונועצת במקביל מבטים חומדים
באחיו הבכור, הסהרה. להגנתי אומר ששלישית
הוויברטורים הציונית החדשה לבית T.O.Y כה
נוטפת סטייל, ועיצובה מוקפד ומזמין 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 השבדית, ג'ימיג'יין האמריקאית
ואקסוויודיזין הצרפתית, צעצועי מין מעוצבים לעילא בעיצוב
מעצבים כמו טום דיקסון, מארק ניוסון, מטאלי קראסה, מייקל יאנג,
אריק לוי וקארים ראשיד. 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
שיום, 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 עינייים 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 משלושת הדגמים מדובר יש איור מאחור. המוצר מגיע סגור ואטום,
ומי שקונה אותו מקבלת אותו כך שבביל לדעת שלא נגעו בו", זיק אומר.
יחדם של הביו לבית CALLA LILY הוא שהמעמדים שלהם, שגם
מתפקדים כמטענים, הופכים אותם לגופי תאורה שאף נותנים אינדיקציה
למצב הטעינה של הוויברטור ומתכתבים דקורטיבית עם הצורה





האורסט במעמד שהוא
גם מטען וגם מפיץ אור רך
בחלל החדר. זיק: "בתחום
הזה יש כמה פריצות דרך
שנעשו בעשור האחרון,
אבל עדיין רוב המוצרים
מועתקים בסין, זולים,
מתפרקים, סליזיים"



הסהרה, האמזון והאורסט. זיק:
 "להסתכל על המוצר הזה נעים לא
 פחות מלגעת בו". למטה: קנקן עץ
 עם ויברטור של "גימיגיניו", אריק לוי
 LOVE DESIGN, מילנו 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, 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 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, וזה סכום לא קטן. וזה מה שרצינו לעשות: משהו איכותי, שבא מהעולם של סטייל ואופנה ודיוויזן, ולא סתם כלי רוטט שיעשה לך טוב. אחד המשפטים שטבעתי כמוטו זה שהמוצר אמור לספק לא רק פיזית אלא לתת חוויה ויזואלית כללית. להסתכל על המוצר הזה נעים לא פחות מלגעת בו".

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

"היה לי חשוב שהדברים ייעשו כמו שאני עובד על כל מוצר אחר. צריך הנדסה ומחקר שוק ובדיקת חומרים והרבה מאוד היבטים שאנשים שבדרך כלל מתעסקים עם מוצרים כאלו לא רואים. בתחום הזה יש כמה פריצות דרך שנעשו בעשור האחרון, אבל עדיין רוב המוצרים מועתקים בסין, וזלים, מתפרקים, סלויים. 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. וזאת הייתה המוטיבציה שהניעה תהליך ארוך שהיה כרוך בנסיעות, בלדבר עם אנשים ובעלי תנויות ולשמע ולראות מה יש בעולם ואיפה זה עומד. נסענו לתערוכות 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 מוינים 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 - המוזה של זיק, שממנו לקוח 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 לשים אותו ליד המיטה'. השאלה 'כן או לא ליד המיטה' מאוד רלוונטית, ובעיני, זה צריך להיות מחוץ למגירה. חוויית השימוש לא מתחילה בלהחליק ולכבות. אני נכנס לחדר ויש שם טעמים וריחות ורעשים, והאווירה מבחינתי היא בונוס שמקנה למוצר הזה איזשהו גלואו, שנותן כבוד שלדעתי מגיע לו".

- שלושת הוויברטורים נקראים "אורסט", "אמזון" ו"סהרה", ובאתר אתה מתפייט על מקורות ההשראה הגרנדיוזיים שלהם. מה ההבדל ביניהם, ובאיזה אופן תהליך העיצוב באמת הושפע מהטבע?
 "כל ההשראה באה מהטבע, מקור 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 קור ועל לכבוש פסגות בלתי אפשריות, הוא באמת הכי עוצמתי. הסהרה, הראשון שעשינו, קצת אתני בעיני. יש בו סימנים של פריז וארטיקה (שהם חלק מהטקסטורה המיוחדת שלו ואמורים להשפיע על התחושה בזמן השימוש - ט.ע). יש משהו במשטחים הענקיים האלו של המדבר, בפערים הקיצוניים בין לילה ויום וחום וקור ובמסתוריות הזאת, וגם בחדר המיטות יש משהו מסתורי. והאמזון מאוד שונה משני אלו ומדבר על יערות הגשם, ששם יש הרבה מים וירוק וצלילים מסתוריים, ומהם 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 'דידיין פיס', הוא לא הוויברטור הסטנדרטי. בגלל שלא מעט נשים שאלו אותנו למה אין אחד שנראה כמו זין, עשינו את האורסט, ונשים מאוד אוהבות אותו. אחרי ההשקה שעשינו בברלין (באוקטובר האחרון בתערוכת 'ונוס 13' - ט.ע) אני יכול להגיד לך איזה אנשים יעדיפו איזה מוצר, וברוב המקרים אני אפגע בול. נשים הטרוסקסואליות, שאין להן בעיה עם גודל, יעדיפו את האורסט או האמזון, לגיטימי האמזון כמעט לא מדבר, ולסביבות יעדיפו את האמזון או הסהרה".

- שלישיית הוויברטורים משוקת כמוצרי פרימיום. מה יש להם שאין לוויברטורים אחרים?

אמנות אירוטית בה יציגו בין היתר בועז טל, מירי דוידוביץ, איתן ברטל, דניאל רוזנטל, רנה רוניקובי-רוזנטל, רפי פרץ, סמי די, תמיר שפר, סאשה אוקון ושרון ב.ה. משם החברה ועיצוב הלוגו, דרך האריזה והמיתוג וכלה בהשקה הקונספטואלית של המוצר בסט. ולנטייג'ס די, 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 לברוק".

מדובר במוצר אקסקלוסיבי, שכבר נמכר באירופה וזוכה לפידבק חיובי. בארץ הוא עולה 890 שקל. "זאת לא חוכמה לייצר מוצר כזה במחיר מטרורף. 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



1. המעסה הסנסואלי של פיליפס 2. "אלה" של ללו 3. "פול הקטן" של פאן פקטורי 4. "הרקיע השמיני" של מטאלי קדאסה ל"אקסקלוזיבז'ין"

בינלאומית, ולכן המחירים שווים לכל נפש".
 - לקראת התערוכה פתחת 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 שבפרויקט 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 שהאורסט יכבוש אותה ולא ההפך".

- נהנית מההליך?
 "נהנית מזה אחרת, ממקום יותר בוגר. 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. לגמר". *

נראה מאוד נקי ומסודר, שונה מהאימג'ים שיש לך בראש".
 - וזה לא פרדוקסלי שגבר יעצב מוצר שתכליתו לענג נשים?
 "אני לא חושב שהקביעה מה גברים מבינים בזה רלוונטית. כמו שלא תשאלו מה פתאום גברים מעצבים בגדי נשים. כל ההתייחסות העיצובית בתהליך הייתה כתיבת אפיון, כלומר מה אנחנו רוצים שהמוצר הזה יהיה, כולל לדבר עם לא מעט נשים. נשים בדקו את המוצרים והעירו את ההערות שלהן".
 - מה היו הדברים שהן שמו עליהם את ההגש?
 "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 אג'נדרלי לחלוטין, ופונה, באופן די מפתיע, כמעט לכל סוגי האוכלוסיה: מנשים הטרוסקסואליות, דרך לסביות וגיזי - 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 זבלה. 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 חושניים שיש. יש בו קווים נשיים שעוטפים משהו מאוד זכרי שיש במרכו. לפני כמה שנים הוזמנתי לסדרת עיצוב בתאילנד, ואחד הפריטים שעיצבת היה איזשהו אנרטל בהשראת הקאלה, ומשם זה התגלגל למוצר הזה".
 ההשקה הישראלית של CALLA LILY תיערך במועדון הפינגוין המחודש בתל אביב כ"ב בפברואר, הוא יום האהבה, ותלווה בתערוכת

אורסט. זיק: "זה מה שרצינו לעשות: משהו איכותי, שבא מהעולם של סטייל ואופנה ודיזיין, ולא סתם כלי רוטט שיעשה לך טוב"

