

הגברות הרראשונות

לרגל "יום האישה הבינלאומי" בחרנו את עשר הנשים שעל פיהן יישק דבר בעולם האופנה הישראלי. בכל קטגוריה מככבת אישה שלהשפעתה על העשייה בענף יש קבלות, שטביעת האצבע שלה ניכרת ברחוב הישראלי, שעשתה שינוי של ממש בתעשייה. המושכות בחוטים

פלורה צפובסקי



אג'נדה

צילום: אריק סולטן

סיביל גולדפינר, בעלים ומנכ"לית "קום איל פו", 21 שנה בתחום

תגובה לביקורת: "גם בעשירון העליון יש כלובי זהב – אין לי מחויבות חברתית לכולם. המחירים גבוהים כי הייצור מקומי, וחלק מהרווחים חוזר לקהילה".

קמפיינים אהובים: "בתיאבון מותק", 'להיות בת', שבמסגרתו צולמו נשים מעל גיל 70, וקמפיין שעסק בגדר ההפרדה".

מודל לנשיות חזקה: "זהבה גלאון, היחידה שייצגה את האינטרסים של הנשים בכנסת".

התנהלות מיתון: "התאמנו את עצמנו – בימים אלה יוצא ליין 'קלאסיק בייסיק' במחירים נמוכים יותר. בנוסף, הורדנו את המחירים בבית הקפה".

שאיפות: "לעשות שינוי במקומן של הנשים בעולם. ככל שהעסק יגדל ויצליח, כך ההשפעה תהיה יותר משמעותית".

זהמתחיל בניסוח – "בתים" במקום "סניפים" – וזה לא הולך ונעשה קל יותר. גולדפינר, 51, שעומדת מאחורי 12 "בתים", ובהם סניף הרגל התל אביבי "בית בנמל" הכר לל גם בית קפה וספא, חרתה על דגלה מספר אג'נדות – פמיניסטית, פוליטית ואקולוגית – המתוקשרות תדיר באמצעות קמפיינים יצירתיים. בשטח, "קום איל פו" יוזמת כל שנה פרויקטים חברתיים ולא מפסיקה לעורר מחשבה בנושאי מגדר, דימוי גוף ונשיות, וכן עומדת במרכזם של דיונים ביקורתיים על האידיאלים השוויוניים למול המחירים הסופר גבוהים.

מעקרונות הרשת: "הבאת מודלים אלטרנטיביים בכל מה שקשור ללהיות אישה, מחויבות לפרסום שלא מזלזל בלקוחות שלנו".