

# 2026 TREND OVERVIEW



**פותרים שנה  
עם 5 מגמות שיאפיינו את עולם הלייפסטייל ועיצוב הבית בשנת 2026**

מגישים לכם, מנויי מועדון העיצוב, מהדורה מיוחדת עם פתיחת 2026. מילה עליו כעורכת ראשית, ועל תחום ההתמחות שלי - אורי סלע, עיתונאית עיצוב, מתמחה בניתוח מגמות בעולמות העיצוב והלייפסטייל. כחלק מעבודת תחקיר שוטפת, אני מלקטת מידע מסוכנויות הטרנדים המובילות בעולם לצד חזאי מגמות בשוק המקומי, ומתרגמת את התובנות לכדי ניתוחים פרקטיים, כאלה שמשאירים חומר למחשבה, ושגם ניתן ליישם בבית הפרטי.

# FAD OR SUPER TREND

רגע לפני שנצלול, כמה מילים על עולם המגמות באופן כללי ועל היחס לפרשנות שאנחנו נוטים להעניק למילה טרנד. פירוש המילה טרנד הוא- מגמה. עולם הסחר שחק את המילה הזאת, כשניכס אותה להיות מילה 'מוכרת'. כשרושמים על משהו שהוא טרנדי, הצרכנים קשובים יותר, ורוצים לוודא שהם מעודכנים, אבל במקרים רבים מדובר במניפולציה שיווקית ותו לא. טרנד הוא התנהגות מסוימת שמתרחשת וסוחפת אחריה קבוצות באוכלוסיה שמתנהגות בהתאם אליו. יש טרנדים שנכנסים במהירות, שוטפים את הרשת, מריצים אותנו לחנויות, אבל באותה מהירות הם חולפים. הם חולפים בעיקר משום שהם לא יושבים על צורך, אג'נדה או פיתרון אמיתי ועמוק ובמקרים רבים הם לא יותר מגחמה, תולדה של אותה מניפולציה שיווקית. הטרנדים האלו נקראים FAD.



תמונה באדיבות: NAMA

# הציר הקוטבי

## OPPOSITE POLES

בעולם המגמות (טרנדים) קיימות מגמות על (סופר טרנד), ומגמות משנה (סאב טרנד) שהן תולדה של מגמות העל. דבר מעניין שכדאי לשים לב אליו הוא הקוטביות- אם תתחילו לשים לב, תראו שלכל מגמה קיימת מגמת נגד. על הציר הקוטבי הזה, בין שתי נקודות קיצון, מתקיים מתח, שמהווה את הסיפור המרתק של המגמות. כל אחד מאיתנו מוצא את עצמו בנקודה מסוימת על הציר הזה.



# SLOW VS HIGH

כך למשל, בתחום עיצוב המוצר, בקצה אחד נמצאת מגמת ה-Slow Design שמשמרת את מלאכות היד וטכניקות הייצור המסורתיות, ובקצה השני, טכנולוגיות מתקדמות כמו הדפסות תלת־ממד וייצור דיגיטלי. מעניין לראות שכל שאחד הקצוות מעמיק ומתפתח, הקצה הנגדי מגיב ומתחזק אף הוא. התנועה הזאת, הלך ושוב, משפיעה על השפה העיצובית העכשווית.



אביב מור יוסף: הדפסת קרמיקה בתלת ממד

THE  
ISRAELI  
DESIGN  
CLUB.



# סיבות עקרוניות וצרכים אמיתיים

מגמות שבנויות על סיבות עקרוניות ועמוקות אינן חולפות במהירות. הן נטועות בצרכים אמיתיים, באג'נדות חברתיות ובשאיפה לאיכות חיים טובה יותר. מגמת הקיימות, למשל, נחשבת למגמת על, שמלווה את העולם באופן ניכר בשני העשורים האחרונים, מבוססת על צורך סביבתי, כלכלי ובריאותי. כך גם מגמת הבריאות. שתיהן יישארו כאן עוד זמן רב, ויפתחו בכל שנה מגמות משנה שיהיה מעניין לעקוב אחריהן.

LOCAL  
DOT  
COM.

מסלול ייעוץ עסקי ופיתוח עסקי

סיבות עקרוניות וצרכים אמיתיים



THE ISRAELI DESIGN CLUB.

# 5 מגמות משמעותיות ששווה לשים לב אליהן ב- 2026

המגמות כולן נשזרות זו בזו, משפיעות האחת על השניה, ויוצרות תמונה מורכבת ומרתקת, אבל זה כבר נושא לפעם אחרת (מבטיחה לגעת בזה). הפעם, נציץ לחמש מגמות מרכזיות שצפויות להיות מאלו שיאפיינו את עולם הבית והלייפסטייל בשנת 2026.



צילום: נועם בן גוריון מוסרי. מתוך ספר העיצוב: LOCAL DOT COM

LOCAL DOT COM.

# SUSTAINABILITY

01

## חומרים ממוחזרים כבחירה עיצובית ולא כפשרה

בשנת 2026 נראה עליית מדרגה נוספת, בשימוש בחומרים ממוחזרים, בשאריות ובפסולת תעשייתית. ההבדל המשמעותי שהולך ומתחזק הוא בתפיסת החומר כבחירה עיצובית מודעת ולא כפשרה.

שאריות עץ, פלסטיק ממוחזר ומתכות בשימוש חוזר הופכים לחומרי גלם בעלי ערך אסתטי. נגרית ומעצבת כמו גילה בביץ' מ- Frill furniture יוצרת פמוטים וגופי תאורה מהוקצעים משאריות עץ. מעצב הרהיטים והמוצר, תומר נחשון עובד עם שאריות פליז- חומר שמאפיין את השפה העיצובית שלו, והופך את שאריות החומר, לאובייקטים ייחודיים, כמו תחתיות לכוסות קפה, שמהווים פריטים משלימים לקו הרהיטים שבעיצובו.

הקיימות הופכת מסיסמה למנוע ליצירתיות ומציאות תרבותית.



תחתיות לכוס משאריות פליז, סטודיו NACHSHON



פמוטים משאריות עץ- Frill furniture סטיילינג פרחים: Marina Bonder



# COLORS

## צבעוניות נועזת על רקע גוונים טבעיים

קשה לדבר על צבעים מבלי להזכיר את Pantone וצבע השנה. לא נעסוק בכך, בגיליון הזה, אבל כדאי לדעת - Pantone, היא חברת הצבע הגדולה בעולם, ממותגת כגוף בינלאומי לחיזוי מגמות צבע, והפכה את בחירת 'צבע השנה' למסורת מתוקשרת, אליה הצטרפו בשנים האחרונות גם נירלט וטמבור עם פרשנויות מקומיות. עם זאת, חשוב לומר, שמדובר במהלך שמערב יחסי ציבור, כמיהות תרבותיות ותחושת רוח זמן, ולא בהכרח מדע מדויק. כן נחמד לעקוב, אבל מומלץ לקחת את התחזית של חברות הצבע, בערבון מוגבל.

בשנת 2026 אנחנו צפויים לראות פיק של מגמה שהולכת ונבנית כבר כמה שנים: צבעוניות עזה ובטוחה בעצמה. כחול רויאל, ירוק יער, בורגונדי וגוונים עמוקים נוספים יופיעו ככתמים נוכחים בתוך חללים שמבוססים על צבעוניות טבעיות. הטרה קוטה ופלטות הגוונים הטבעיות, שמתקשרות בין השאר לרצון שלנו לגעת בפשטות, בחומר במצבו הגולמי (RAW), הפחות מעובד, ימשיכו ללוות אותנו ויהוו רקע לצבעוניות הנועזת.



# EXPERIENCE

## חיזוק הנקודה הפיזית

בעידן של מסחר מקוון ונוכחות דיגיטלית, דווקא החוויה הפיזית מתחזקת. הצרכן של היום, אנחנו בעצם, מחפש ריגוש, חיבור וחוויה שתצדיק יציאה מהבית. בתגובה, חנויות, גלריות ומותגים משקיעים מאמץ ניכר ביצירת ביקור רב-חושי: עיצוב, סאונד, ריח, סיפור. הנקודה הפיזית כבר אינה רק מקום רכישה, אלא מרחב חווייתי שמייצר זיכרון וקשר רגשי.

ב-2026 נראה התחזקות של ההשקעה בנקודה הפיזית - השקות מיוחדות ללקוחות, סדנאות ואירועי תוכן ייעודיים, למשל: חברה שמתמחה בנעליים ותיקי עור, תיצור סדנת עור ללקוחות שלה או מעצבי קרמיקה שיציעו סדנאות בסטודיו בו הם יוצרים ומוכרים את הפריטים ועוד.

אנחנו כצרכנים נרוויח מכך, ושווה לשים לב לנקודה הזאת- תראו עוד ועוד מאמצים כאלה שביבכם.



תמונה באדיבות: סטודיו LUVATON



# OUTHENTIC



התעייפנו מה- UNBOXING הממוסחר



מחפשים חיבור אותנטי. תמונה באדיבות: מעיין בן יונה

04

## תוכן אותנטי

העומס ברשתות החברתיות וסף הכניסה הנמוך ליצירת תוכן יצרו כאוס. מספר העוקבים הפך להיות הקריטריון למקצועיות. הרשת החברתית ממליכה אנשי מקצוע, כמעט רק על בסיס נפח הפעילות שלהם ברשת- כל אחד עם נפח פעילות מספיק, מוגדר 'יוצר' או 'מומחה'. כצרכנים, אנחנו מתחילים לזהות את הפער, ומחפשים יותר ויותר תוכן אותנטי, כן ולא ממוסחר.

ב-2026 האותנטיות תהיה המלכה שתמשוך אליה את תשומת הלב- בין סטורי של מעצב שעובד על אובניים, לבין סרטון unboxing (פתיחת חבילות מתוקשרת) של כד קרמיקה שהגיע במשלוח מסיין- נתחיל להימשך יותר ויותר לסרטון האובניים האותנטי. אנחנו מותשים ממשפיענים שפותחים קופסאות, ומבקשים לעצמנו, חזרה לאמת, לעשייה, לידיים המלוכלכות. זו מגמה מרתקת שצפויה להתחזק באופן משמעותי בשנה הקרובה.

THE  
ISRAELI  
DESIGN  
CLUB.



05

# COCOON

## הבית כקן רך ומגן

בלב מגמת הקוקון עומד הקן הפרטי, הרך והמחבק, זה שיוצר הפרדה נעימה ומגוננת בין העולם הקשה, הכואב והמאתגר שבחוץ, ובין החלל הפרטי המחבק. מגמת הקוקון קיבלה חיזוק משמעותי על רקע מגפת הקורונה. למדנו להוקיר ולהכיר את הבית הפרטי שלנו ממקומות עמוקים יותר. מי שביקר בתערוכות הריהוט או בחנויות המקומיות, נתקל במהלך השנה החולפת בסילואטות אמורפיות, ריהוט מעוגל, טקסטיל נעים למגע ותאורה רכה בגוונים חמים, זאת לצד ספות מרבץ נמוכות ורחבות שמזמינות התאספות משפחתית. משקפי ה-VR יעשו קפיצה משמעותית השנה-אפשרות לשחק ולעשות פעילות גופנית, כמו גם לייצר סביבות נעימות ומרגיעות של חופים אקזוטיים ואיים מרוחקים, כשהכל הכל, קורה למעשה בתוך הבית הפרטי שלנו. כל אלו יתחזקו בשנת 2026, ויעמיקו את התפיסה על פיה הבית הופך למרחב של רוגע, האטה והגנה מהעולם שבחוץ. מקום של נחת. לא הצהרה ראוותנית, אלא חוויה תחושתית שמבקשת להחזיר לנו איזון.

הבית כקן רך ומגן - COCOON



LOCAL  
DOT  
COM.

טיפוח יזמות בעיצוב בשוק המקומי

# ישנן מגמות רבות נוספות. אלו הן חמש נקודות מפתח שמשרטטות את רוח התקופה. הצצה לעולם מרתק שנמצא בתנועה מתמדת.

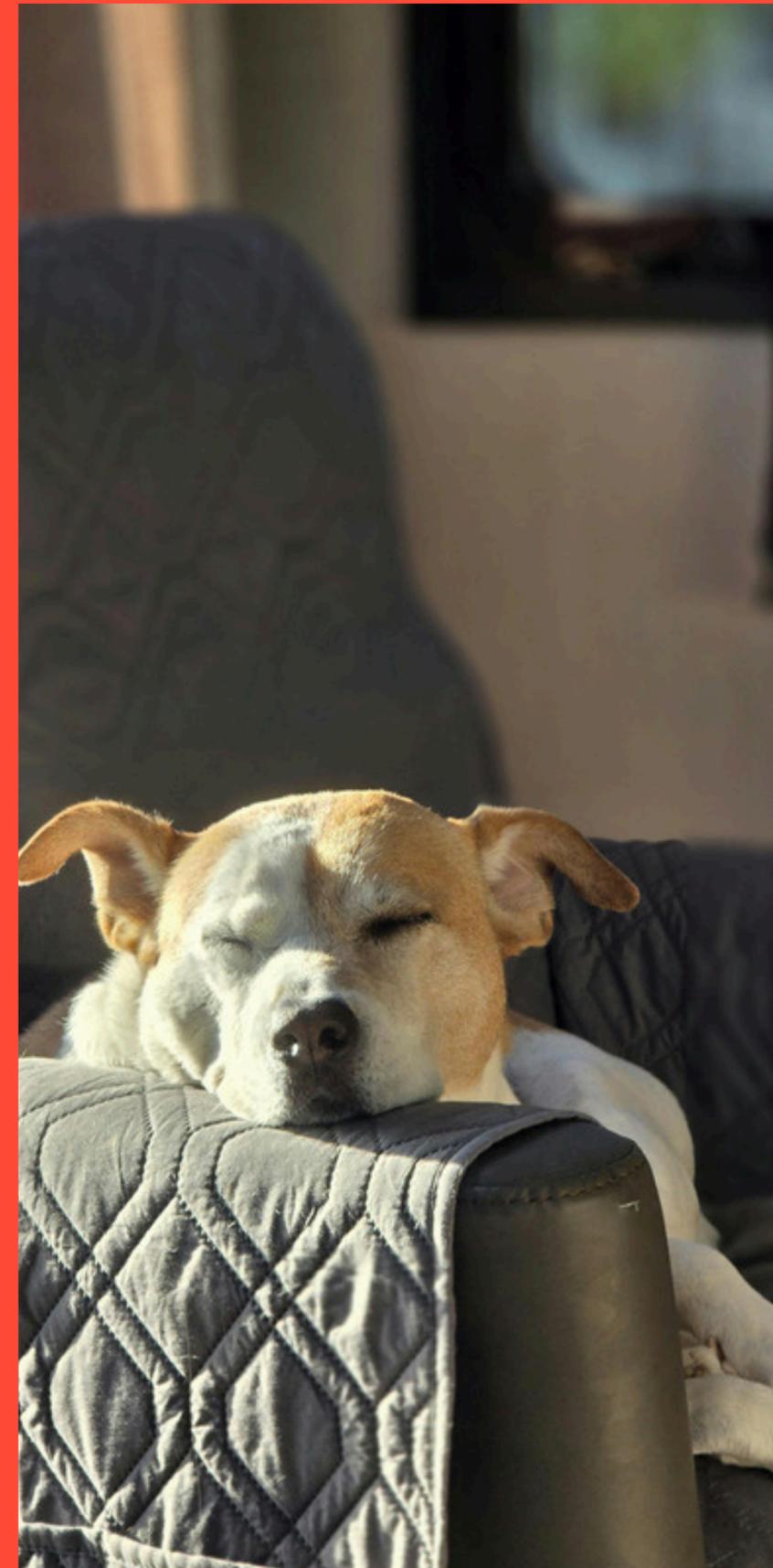
## רוצים להעמיק עוד?

יש נושא מסוים שאתם מתעניינים ותרצו שנרחיב עליו?  
קראתם משהו בגיליון הזה ותרצו לקבל עוד מידע?  
שתפו אותנו ונשמח להתייחס

## אירועי מועדון העיצוב הקרובים

30.1.26 כיתת אמן בסטודיו LUVATON - נותרו עוד 3 מקומות  
ההשתתפות ללא תשלום אך מחייבת הרשמה מראש.  
מזכירים שניתן להגיע עם אורח אחד.  
עלות כרטיס לקהל הרחב: 80 ש"ח

אירועי פברואר יפורסמו בקרוב ויכללו גם הרצאה בנושא המגמות  
המוזכרות כאן.



אתר

[WWW.ISRAELI-DESIGN-DAY.COM](http://WWW.ISRAELI-DESIGN-DAY.COM)



# תהיו בקשר

מייל

[INFO@ISRAELIDESIGNDAY.COM](mailto:INFO@ISRAELIDESIGNDAY.COM)

אינסטגרם

[@LOCAL\\_DOTCOM](https://www.instagram.com/LOCAL_DOTCOM)