

המחזור השני יוצא לדרך

# פרסום לומדים אצל הפרסומאים. אלא איפה?

**הבצפר** של משרדי הפרסום פותח את המחזור השני לציבור החרדי בבני-ברק, ומזמין אתכם ללמוד מקצוע מרתק, לקבל תעודה מוכרת של איגוד הפרסום ולהתמחות בעולם התקשורת המקצועי במסלולים:

יח"צ ודוברות

פרסום ושיווק

מיועד לגברים ונשים, צרכני תקשורת אמיתיים המחפשים לימודים ברמה גבוהה עם תעודה מקצועית מטעם איגוד חברות הפרסום. הקורס בליווי אנשי מקצוע מהשורה הראשונה, ישלב לימודים תיאורטיים עם תרגול מעשי בזמן אמת, שיהיו מפתח מקצועי לתעסוקה במשרדי הפרסום. הלימודים בהפרדה מלאה.

מילת לומדים לזכאים

בית הספר של חברות הפרסום

# הבצפר

השלוחה החרדית

לפגישת ייעוץ אישית, חייגו

**03-5792111**



## מהנדסי תוכנה מרוויחים כפול

גם נאמני לוי/ציון נאמני חיים  
גם נאמני חיים\*

מכון נווה ומכללת בני ברק החרדית - מבחר, מזמינה אתכם לרכוש תואר ראשון **בהנדסת תוכנה**. מלגת לימודים מלאה הכוללת גם את לימודי המכינה קדם אקדמית, ובנוסף מלגת מחיה

לימודי המכינה מתחילים בחודש אלול הבעל"ט

מכללת מבחר: רח' בן נון 2, ב"ב. טל: 03-5785030, www.mivchar.org.il

מבחר  
מכללת בני ברק האקדמית

מכון נווה  
ידידות טורונטו  
קמח



המיתון מאחורינו. יעקובי

של הרגע האחרון, החברה לא תזכה להופיע ברשימת המפרסמים המובילים במגזר בדירוג השנתי של 2010.

לא רק 'תנובה' מכפילה את תקציב הפרסום: חברת 'אסם' ו'פרוקטר אנד גמבל' מכפילות אף הן את ההוצאה על פרסום במגזר החרדי. 'אסם' קופצת מהמקום השמיני למקום השישי ו'פרוקטר אנד גמבל' נכנסת לרשימת עשרת המפרסמים המובילים ומדורגת במקום השמיני.

על חשבון חברת 'אלקטרה', שהיתה המפרסמת המובילה במגזר בשנת 2009 ובחציון זה נעלמה מרשימת עשרת המפרסמים המובילים.

אין זה סוד כי מאז החלו החפירות ביפו החברה נכנסה מרצונה, או שלא מרצונה, לפלונטר גדול מול החרדים, וגם כימים אלו נמצאת בעיצומה של מלחמה צרכנית עקובה מדם, בעקבות החפירות. החרם לא היטיב עם 'אלקטרה' וככל הנראה, אם לא יהיו שינויים

## משרדי הפרסום החרדיים רושמים עלייה

'בולטון פוטנציאל' ממשיך להוביל את טבלת משרדי הפרסום בפער ניכר עם גידול של כ-46 אחוזים בהוצאה לפרסום. הלקוחות הגדולים של 'בולטון' הם ספרי 'אור החיים', 'שטראוס' ו'יש'. כמו כן, 'בולטון פוטנציאל' מציג רשימת מפרסמים מכובדת שנעזרה בשירותיו בחציון הנדון, ולא פרסמו דרכו בחציון הראשון של 2009, ביניהם 'בגיר', 'סקלום', 'הנקל סוד' וקמפיין השקת הסניף החדש של 'איקאה' בראשון לציון.

משרד הפרסום 'טריו' עדיין במקום החמישי, אך הוא רושם זינוק עם גידול של 60 אחוזים בהיקפי הפרסום. חלק ניכר ממנו הוא תולדה של הגידול בפרסום של חברת 'פרוקטר אנד גמבל', 'טרקלין חשמל', 'יוניברסל מוטורס' ו'תמי' 4.

את טבלת משרדי הפרסום סוגרים 'פרסומי ישראל' ו'מאיר ואקנין', במקומות התשיעי והעשירי, עם גידול של כ-70 אחוזים בתקציב הפרסום של כל אחד מהם. 'פרסומי ישראל' בולטים עם פרסום ל'ליימן שליסל', אולמי 'רוק בהיר' ואולמי 'שירת ירושלים', ואילו 'מאיר ואקנין' בולט עם פרסום ל-U.D.V וויסקי ג'וני ווקר ווודקה, 'קבי רמת הגולן' ו'טוים אר אס'. נתי יעקובי, מנכ"ל 'פעת', מסכם: "חוקי המשחק במגזר החרדי שונים ומשרדי הפרסום הגדולים במגזר הכללי, שרק שניים מהם מתמקמים בעשירייה הפותחת, אינם שחקנים משמעותיים במגזר, הנשלט על ידי משרדים המתמחים בתחום".

נראה שבדירוג הבא שיסכם את דירוג המשרדים לשנת 2010, נראה את 'בולטון פוטנציאל' במקום הראשון בטבלה, מוביל את ענף הפרסום החרדי. דנה בריל, מנכ"ל 'בולטון פוטנציאל', הגיבה לידיעה: "חברות רבות מבינות את הפוטנציאל הגלום בציבור החרדי ופועלות בהתאם. השנה, מתאפיין גידול משמעותי בפרסום של הארגונים והמוסדות החרדיים, וזאת בעקבות הגידול הטבעי הקיים במגזר". את המקום השני בטבלה חולקים גל אורן BSD, הצומח ב-42 אחוזים, ו'אפיקים', הגדל ב-5 אחוזים. הלקוחות הגדולים של 'גל אורן BSD' הם 'תנובה', 'אגד' ו'חוגלה קימברלי'. כמו כן, מפרסם המשרד את 'דיר ברמה', 'פלדהיים', קבוצת 'מכשידי תנועה' ו'אמישראגז', אותם לא פרסם בחציון המקביל אשתקד.

מאיר גל, מנכ"ל משותף ב'גל אורן BSD', הגיב לידיעה ואמר כי "הכל BSD (כסיעתא דשמיא)".

מיקום	משרד פרסום	חציון 2009	חציון 2010	שינוי
1	בולטון פוטנציאל	10,202,139 ₪	14,869,513 ₪	46%
*2	גל אורן BSD	5,482,005 ₪	7,786,847 ₪	42%
	אפיקים	7,386,212 ₪	7,786,847 ₪	5%
4	מימד	4,782,510 ₪	6,376,284 ₪	33%
5	טריו	3,693,876 ₪	5,905,799 ₪	60%
6	תוצאות אפקטיביות	2,919,074 ₪	3,262,934 ₪	12%
7	פרסום חן	2,528,922 ₪	3,112,381 ₪	23%
8	מקאן אריקסון	2,355,256 ₪	2,502,939 ₪	6%
9	פרסומי ישראל	1,068,459 ₪	1,837,722 ₪	72%
10	מאיר ואקנין	745,086 ₪	1,266,126 ₪	70%

\* גל אורן BSD ו'אפיקים' חולקים את המקום השני