

**שנת הכספים 2009 מסתמנת כשנה פוריה בעולם הפרסום החרדי:**

# כספים בנותרות

הקמפיינים המכוננים, האירועים המדווחים והחדשות העיקריות שחלפו על עולם הפרסום החרדי בשנת הכספים 2009 ■ תמונה אחת, שש מילים (קצת יותר, אבל מי סופר)

**המצעד החרדי**

17.12.09-23.12.09

**המפרסמים**

\$64,631	פלאפון
\$63,406	שטראוס
\$47,492	בנק הפועלים
\$46,110	תנובה
\$40,202	סלקום

**העיתונים**

82 עמי	המודיע
60 עמי	משפחה
53 עמי	יתד נאמן
25 עמי	בקהילה

**לתשומת לב!**

הנתונים מבוטאים על פי מחירי מחירון של כל מודעות הפרסום שהתפרסמו בעיתונים המודיע, יתד, משפחה ובקהילה. המחיר הריאלי נמוך בכ-60% ט.ל.ח.

יפעת בקרת פרסום

**לומדים לקרוא**

למרות שחודשים ארוכים נמנעו חברות הסלולאריות לפרסם במדיה החרדית, הם שוב נמצאים השבוע ברשימת חמשת המפרסמים המובילים של השבוע. כשמשקיעים, מסתבר, זה עד הסוף. שטראוס ותנובה ממשיכים את הפרסום המאסיבי ורק בנק הפועלים עם דן חסכן – מדורג ברשימה בלי אף מתחרה בשטח. העיתונים מדורגים באותו סדר דאשתקד.

**רואים עולם**

משרד פרסום בקנדה קיבל בריף פשוט: לאפשר לאנשים לדעת כי 'שוק האיכר' עדיין פתוח, ויש סחורה טרייה כל החורף. התוצאה לפניכם.



**השקות שנכשלו:**

**טלכרט כשר**

במסיבת עיתונאים מכובדת השיקה חברת בזק את "הדבר הבא" בעולם התקשורת, "טלכרט כשר". כתבות רבות פורסמו באותו נידון בעיתונות החרדית אך כמה ימים לאחר ההשקה המתקשרת, נדמה כאילו הפרויקט הכביר הזה נגזז ונעלם מן העולם.



**אתרי האינטרנט החרדיים**

מחקרים וסקרים מוכיחים כי רובו הגדול של הציבור החרדי לא מקוון, אבל אתרים חדשים לא הפסיקו לצרוך – ממש כפטריית אחרי הגשם. **אתרוג, חרדים, כיכר השבת, קצר וקוגל** - אלו האתרים שקמו בחודשים האחרונים בהשקעה של מיליוני שקלים. אמנם לכל אחד מהם היה את התרונות והחסרונות שלו, אך בגדול – כולם ניסו להיות הפורטל החרדי הבא. עד שהגיע החרם המוצהר וכל ההשקעה ירדה לטמיון. מרביתם נסגרו, והשרידים הנותרים גם הם בדרך...



**בחירות גורליות:**

טריז ודמיון חברו יחדיו להריץ מפלגה מאוחדת: "האחריות מחייבת". אפיקים הריצו את מפלגת ש"ס



וקופ"ח כללית תרמה משהו משלה: "בוחרים חמודי".



**ראש בראש:**

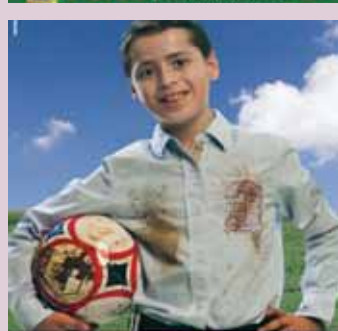
הביטוחים המשלימים, כמובן. 'מאוחדת' יצאה בקמפיין המעניק טיפולים משמרים חיים עד גיל 12, כשהיא מחזירה ל'מכבי' - שהיתה הראשונה שהציעה טיפולי שיניים חיים עד גיל 6. במודעת דאבל ענקית שלא נחזור עליהן כאן, הסבירו ב'מכבי' למי שהתקשה לחשב, למה הטיפולים עד גיל 12 לא מוזילים את המחיר החודשי אותו גובה מאוחדת. עתה, כשטיפולי השיניים עד גיל 18 עומדים להיכנס לסל הבריאות, החשבון כבר לא באמת משנה.



**עיתונות:**



ח"כ ר' מאיר פרוש מייסד את "המבשר". בקרב כולם קיננה השאלה הגורלית, האם משרדי פרסום יפרסמו בו? נכון לעת כתבת השורות, השאלה כבר לא גורלית.



באמצעות פשוט פשוט קריאטיבי במיוחד התנערו המתחרים מרבעיה: **אריאל גיל** והג'יל של חברת **סנו** טענו לכתר המנצח. **חושפים שיניים** קצת אחרי פסח החלו קופות החולים 'מכבי' ו'מאוחדת' לחשוף שיניים ולעשות חשבון פומבי כמה ירוויח הכיס החרדי מטיפולי השיניים חיים לילדים למשלמי



**שטראוס נגד תנובה, "שמח ברפת"** תנובה שלטה מזה שנים בשוק החלב במגזר החרדי, והשנה קיבלה שחקן מתחרה חדש. שטראוס נכנסת לראשונה לזירת הגבינות ומחוללת מהפכה של ממש. **תנובה** לא נשארת שאננה ויוצאת בקמפיין ענק ומאסיבי, מול **שטראוס** שמשקיעה עד עצם היום הזה, מאות אלפי דולרים כדי להצליח בחדיירה.



**תזוזות בענף המזגנים והמלחמה הקרה** מלבד היאבקותם של ענקיות המזגנים **אלקטרה וטורנדרו** על כיסו של הצרכן, שכונתה על ידינו "המלחמה הקרה", תקציבים זוו בענף הפרסום החרדי ושחקן חדש נכנס לזירה, כפי שדיווחנו לאחרונה. 'טורנדרו' עשו את כל הדרך 'מטריז' ל'מגורים', 'אלקטרה' נשאר אצל 'קרימלובסקי-כהן' ו'מקאן מגורים' מתחדשים עם התקציב של 'תדיראן'. המלחמה הרטובה: מיד אחרי שהחברת סוד השיקה את **פרסיל גיל** במגזר החרדי

**תחרויות:**

1. משרד פרסום חרדי בגמר תחרות האפ"י של המי"ל – **טריז** עם השקת הנוקיה הכשר הראשון

2. **פרוג**: תחרות קריאטיבי שנתית + לראשונה פאנל של משרדי הפרסום במגזר.

3. **אימג'**: תחרות קריאטיבי בבנייני האומה + הרצאות.

4. **סיעור מוחות**: תצוגת גמר מרהיבה בבנייני האומה + פאנל אנשי מקצוע.



1. משרד פרסום חרדי בגמר תחרות האפ"י של המי"ל – **טריז** עם השקת הנוקיה הכשר הראשון

