

דברים ש"טיים אאוט" הספיקו בחיים: להציב רף חדש של פרסום סמוי

1 | 31.01.2016 | אורן פרסיקו

שבועון התל-אביבי "טיים אאוט" יצא השבוע במהדורה המציבה רף חדש בשילוב פרסום ומיתוג סמוי בתוכן הנראה מערכת. **הגיליון האחרון של "טיים אאוט – תל-אביב"** הופק בשיתוף רכב חדש של חברת וולוו, כאשר המותג ומסריו השיווקיים ("ערכי המותג") משובצים לאורך הגיליון, הן במודעות גלויות והן באופן סמוי.

על השער האחורי של המגזין הודפסה מודעה מטעם משרד הפרסום מקאן לרכב וולוו מדגם V40, וזאת תחת הכותרת "בן כמה אתה, ילד?". המודעה פונה לגברים בני כ-40, בעלי אמצעים. הסיסמה "V40 זה השלושים החדש" מסכמת את המסר – זהו הרכב ההולם את הגברים בני גיל זה בימינו. מודעה נוספת, המתפרסמת לרוחב העמודים 16–17 במגזין, פונה באמצעות טקסט דומה לקהל היעד הגברי של הרכב, ומודעה שלישית לרכב, הרואה אור בעמ' 33 של המגזין, פונה לקהל נשי.

אולם קידום
המכירות
של "טיים
אאוט" לרכב
V40 של
וולוו לא



בזכות קוראים כמוך נבטיח את עתיד "העין השביעית"

תרמו לעין השביעית

תרמו לנו עכשיו כדי שנוכל להמשיך לפקוח עין ביקורתית,
עצמאית ובלתי תלויה

התמצה במודעות גלויות.



סדרת מגזיני טורבו חדשה העצמנית עד 190 כ"ס - אבזור חרוש ומתקדם
החל מ-159,000 ₪ (ח"ג): +3011

TYPE

100% 90% 80% 70% 60% 50% 40% 30% 20% 10% 0%

Category	Percentage	Count	Percentage	Count	Percentage	Count
100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
90%	90%	90%	90%	90%	90%	90%
80%	80%	80%	80%	80%	80%	80%
70%	70%	70%	70%	70%	70%	70%
60%	60%	60%	60%	60%	60%	60%
50%	50%	50%	50%	50%	50%	50%
40%	40%	40%	40%	40%	40%	40%
30%	30%	30%	30%	30%	30%	30%
20%	20%	20%	20%	20%	20%	20%
10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%
0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%



בת כמה את ילדה?

"בחלומות שלי אני רק סטאר. כל מה שאני צריכה זה במה, במדור סטארט ואת השירים שכתובתי. אה כן, גם מחיאות כפיים בסוף לא יזיקו. במציאות שלי אני מובילית. כל מה שאני צריכה זה במה, פאנור מיוט, ואת הפרונטציה שכתובתי. אה כן, גם מחיאות כפיים בסוף לא יזיקו. מנכ"לית אמרתי? סליחה, הוכחותי. ככה### רק סטאר."



V40
זה השלושים החדש

סדרת מנועי טורבו חדשה ועוצמתית עד 190 כ"ס • אבזור חדש ומתקדם
החל מ- 159,000 ₪ | חייגו 3011

ייתכנה למחשה בלבד ייתכנו סמיכות לזמן כדי קטטית פי מוזין 16/2 יע"י יע"י יע"י יע"י

דגם	סדרת מנועי טורבו חדשה ועוצמתית עד 190 כ"ס • אבזור חדש ומתקדם	החל מ- 159,000 ₪ חייגו 3011
דגם	סדרת מנועי טורבו חדשה ועוצמתית עד 190 כ"ס • אבזור חדש ומתקדם	החל מ- 159,000 ₪ חייגו 3011
דגם	סדרת מנועי טורבו חדשה ועוצמתית עד 190 כ"ס • אבזור חדש ומתקדם	החל מ- 159,000 ₪ חייגו 3011
דגם	סדרת מנועי טורבו חדשה ועוצמתית עד 190 כ"ס • אבזור חדש ומתקדם	החל מ- 159,000 ₪ חייגו 3011

בן כמה אתה ילד?

"על זה בסך הכל מסביר אי מבי ילדים בני עשרים ואחת עם יותר חוכמת חיים מאבא שלי. אוחו כל הזמן רצים ורצים, ממחרים להתגבר. אז אני אומר: Be Careful What You Wish For, כי מתאמת אתה בן שלושים, נכנס מחוזים מוכר אף העפת גרים על המורה בכיתה ט' אבל בנינו, היום אני גם נראה יותר טוב, וגם יש לי הרבה יותר דמי ניה, וכן, אני עדיין קונה בזה צעצועים."



V40
זה השלושים החדש

סדרת מנועי טורבו חדשה ועוצמתית עד 190 כ"ס • אבזור חדש ומתקדם
החל מ- 159,000 ₪ | חייגו 3011

ייתכנה למחשה בלבד ייתכנו סמיכות לזמן כדי קטטית פי מוזין 16/2 יע"י יע"י יע"י יע"י

דגם	סדרת מנועי טורבו חדשה ועוצמתית עד 190 כ"ס • אבזור חדש ומתקדם	החל מ- 159,000 ₪ חייגו 3011
דגם <td>סדרת מנועי טורבו חדשה ועוצמתית עד 190 כ"ס • אבזור חדש ומתקדם</td> <td>החל מ- 159,000 ₪ חייגו 3011</td>	סדרת מנועי טורבו חדשה ועוצמתית עד 190 כ"ס • אבזור חדש ומתקדם	החל מ- 159,000 ₪ חייגו 3011
דגם <td>סדרת מנועי טורבו חדשה ועוצמתית עד 190 כ"ס • אבזור חדש ומתקדם</td> <td>החל מ- 159,000 ₪ חייגו 3011</td>	סדרת מנועי טורבו חדשה ועוצמתית עד 190 כ"ס • אבזור חדש ומתקדם	החל מ- 159,000 ₪ חייגו 3011
דגם <td>סדרת מנועי טורבו חדשה ועוצמתית עד 190 כ"ס • אבזור חדש ומתקדם</td> <td>החל מ- 159,000 ₪ חייגו 3011</td>	סדרת מנועי טורבו חדשה ועוצמתית עד 190 כ"ס • אבזור חדש ומתקדם	החל מ- 159,000 ₪ חייגו 3011

מודעות ל-V40 של וולוו, מתוך גיליון של "טיים אוטו – תל-אביב"

הכותרת המרכזית שהודפסה בלב שער העיתון, "דברים שאתם חייבים לעשות עד גיל 40", עוצבה כך שהמספר 40 תפס את כל רוחב עמוד השער. הגופן שבו עשה העיתון שימוש כשהדפיס את המספר 40 הוא אותו הגופן שמופיע בסמליל דגם הרכב החדש של וולוו. למעשה הכותרת המרכזית של העיתון היא מעין פרסומת לרכב, שמופיעה על רקע דימוי של כביש.

10 אתרי אוכל מהעולם שכדאי להכיר עמ' 78

Time Out תל אביב

דברים שאתם חייבים לעשות עד גיל 40

קל להיכנס, קל לצאת
timeout.co.il

28 ביטאון - 4 במרץ 2016
חילוקי מחיר 891 * המודד 10 ש"ח

בשיתוף עם
V40 זה השלשים החדש

שער גיליון 691 של "טיים אאוט – תל-אביב", בחסות וולוו

הכותרת המרכזית בשער מובילה את הקוראים לכתבה המתיימרת לסכם עבורם מה עליהם לעשות עד גיל 40 כדי להפוך את חייהם לראויים יותר. כך, לדוגמה, מומלץ לקוראים לעבור להייטק, ללמוד עוד שפה או "ללמוד לנהוג כבר, לעזאזל".

במרכז כתבה זו עומד מיתוג סמוי לחלק השני בשמו של דגם הרכב החדש, סימן ה-V. "סמנו ב-V את מה שכבר הספקתם בחיים", מזמינים עורכי "טיים אאוט" את הקוראים, כאשר ה-V הענק שמופיע על פני כמחצית העמוד מעוצב בדיוק כמו ה-V שבשם הדגם, ה-V של וולוו.



הכתבה המרכזית בגיליון 691 של "טיים אאוט – תל-אביב", בחסות וולוו

שיתוף הפעולה בין המגזין התל-אביבי לחברת וולוו מגיע לשיאו בכתבה שבה מתוארת חווית נסיעה ברכב מדגם V40. הטקסט, כך נכתב במגזין, חובר על-ידי השחקן ליאור רז, אך "הובא לדפוס" על-ידי מתן שרון, כותב קבוע ב"טיים אאוט". רז מתאר לילה שבו נסע ברכב V40 בין תחנות שונות בעיר תל-אביב.

"אני רגיל לג'יפ שלי ולאופנוע שלי, אבל ה-V40 הוא אוטו שעושה חשק לרדת מהג'יפ", נכתב בליד הראשון של הכתבה. "האוטו הזה כיפי. מהיר וספורטיבי, חזק וקטן. מאוד מתאים לעיר בגודלו, ובכל זאת עם מספיק כוח לנוחות לכביש המהיר". ליד אחר בכתבה הדגיש כי ה-V40 בולט בנוכחותו המרשימה ובצלילתו הנמוכה. חिकיתי לנסיעה האחרונה, חזרה הביתה לצפון העיר. עכשיו, על בטן מלאה, אני יכול ליהנות ממה שיש לרכב להציע".

בגוף הטקסט שובצו עוד שלל מחמאות לרכב. "אתה מחפש את האיכות, אין זמן לבזבז על חיפוש", כתב רז, "אז כשהציעו לי לקחת את V40 R-design החדש של וולוו לסיבוב לילי קצר בתל-אביב, לא יכולתי ולא רציתי לסרב. להסתובב בעיר בנוחות של רכב טרי, עם ניסיון של 40 ומשהו שנים בעולם, ולהכיר מקומות חדשים. למה לא?".



"נסיעת מבחן" בגיליון 691 של "טיים אאוט – תל-אביב", בחסות וולוו

בהמשך כתב רז כי "זו חוויית נהיגה אחרת מאשר באוטו גדול. לרוב אתה מסתכל על הכביש מגובה מסוים, מלמעלה. פה אתה בתוך הכביש, אתה חי אותו, מרגיש אותו ומתרגש מכל סיבוב ועיקול. ובכל זאת, לא משנה איזה מהמורה או פס האטה ימעך

בדרך שלכם, המתלים מכילים את הכל. שום קפיצה מעצבנת לא תפריע לחוויית הנהיגה. ההגה והגז מרגישים כל תזוזה שלך, מגיבים במהירות שיא ומאפשרים שליטה אדירה על הרכב. יש לו תחושת האצה של אופנוע, מ-0 ל-100 קמ"ש ב-6.3 שניות. מנוע טורבו עם 180 כוח סוס. אם אנחנו בג'ונגל עירוני, הרכב הזה הוא חיה רעה. גם במראה הוא לא פראייר. רכב נמוך עם אווירה של רכב ספורט, אבל עם שרירים של רכב כוחני. הגימור הפנימי לא מפוצץ בפזזה. זה קלאס אמיתי. זה בהחלט כלי מושלם לסיבוב אתגרי בתל-אביב."

כשרז הגיע לצפון תל-אביב, הוא התרשם ש"ה-V40 שלנו הרגיש בבית בין הרכבים המרשימים בחניה. לא הצלחנו להחליט אם הם שייכים לשכבה העליונה של צפון תל-אביב או לבנים שלהם". בהמשך מציין הכותב כי "לרוב זה מתיש לחוות את כל תל-אביב, אבל עם המרחב שיש לנהג ועם אחיזת הכביש של ה-V40, המרחק נראה קצר יותר. מאוד נוח להסתובב איתה בעיר. הגודל שלה מאפשר לא רק לנוע בקלות בתוכה, אלא גם לחנות כמעט בכל מקום. בתל-אביב מדובר ביתרון עצום". שמו של דגם הרכב אף משובץ בתוך הטקסט באופן שמהדהד את המוטיב המרכזי בכתבה הקודמת: "סימנו וי מהיר והמשכנו לנקודה הבאה".

בשיחה עם "העין השביעית" מצהיר רז כי היה חופשי לכתוב ככל העולה על רוחו, ואף להעביר ביקורת על כלי הרכב של וולוו, אלא שלא מצא דבר שלילי לכתוב עליו. "מאוד נהניתי ממנו", מסר רז, והוסיף כי לא קיבל כל תמורה על הכתיבה.



הפקת אופנה בגיליון 691 של "טיים אוטו" – תל-אביב, בחסות וולוו

שישה עמודים נוספים בגיליון "טיים אוטו" האחרון הוקדשו להפקת אופנה שכולה סובבת את ה-V40 של וולוו. כותרת הפרויקט היא "הסטייל מאחורי ההגה", ובכותרת המשנה נכתב: "היישר מהמועדון. שתי אושיות הלילה חן יאני וגילי סער יוצאות מעמדת הדיג'יי ומתיישבות לנסיעה עם וולוו V40 R-Design". כפולת עמודים בגיליון אף מוקדשת להצגת "קופסת ההפתעות של 'טיים אוטו'", שהחודש הופקה בחסות וולוו.

נוסף לטקסטים המתייחסים ישירות לרכב החדש של וולוו ולקמפיין הפרסום שלו, גם קטעים אחרים בגיליון סובבים את הנושא המרכזי – גיל 40. כך, לדוגמה, מדור "סקר רחוב" נושא את השאלה "מה חייבים לעשות עד גיל 40?". מיזם צילום עוסק ב"12 טיפוסים סופר-קולים שרוקדים סביב העשור הרביעי" וכולל שאלה זהה לכולם, "מה באמת חייבים להספיק לעשות עד גיל 40?". כתבה אחרת בגיליון מוקדשת לסדרה חדשה המתעדת אנשים במשברי גיל בעשורים שונים לחייהם.

שיתוף הפעולה המסחרי בין גיליון "טיים אוטו" לחברת וולוו מלווה בגילוי בלתי נאות עבור הקוראים. בתחתית שער העיתון נכתב "בשיתוף עם V40 זה השלושים החדש". ודוק: במקום "במימון", "מודעה" או "פרסומת מטעם", נכתב "בשיתוף עם", ביטוי שאינו מבהיר די הצורך את טיב היחסים בין העיתון למפרסם. זאת ועוד: צמד המלים הזה מודפס בגופן קטן ודק, כמעט בלתי נראה ליד סיסמת הרכב, כך שעצם הגילוי הנאות משמש בפועל כפרסום נוסף לסיסמת המכירות.

גילויים נאותים נוספים מופיעים בתחתית העמוד הפותח של הכתבה המרכזית, שבה מתבקשים הקוראים לסמן V על מה שכבר הספיקו בחיים עד גיל 40. שם נכתב "בחסות V40". בפינת התצלום המרכזי שמצורף לכתבה שבה בוחן ליאור רז את

"האוטו הזה כיפי. מהיר וספורטיבי, חזק וקטן" (מתוך

כתבה עיתונאית במגזין)

איכות הנסיעה ברכב נכתב: "הכתבה בשיתוף עם V40 זה השלושים החדש", כאשר שוב המלים "בשיתוף עם" מודפסות בגופן קטן ודק, כך שגם במקרה הזה הגילוי הבלתי נאות משמש בראש וראשונה פרסום נוסף לסיסמת המכירות של הרכב.

לדברי אדם הבקי בפרטי ההסכם בין המגזין לחברת הרכב, היוזמה של שיתוף הפעולה באה מכיוון "טיים אאוט", שממילא תיכנן להפיק גיליון מיוחד על משבר גיל ה-40. הרעיון לכתבה על הדברים שיש להספיק לפני גיל 40 היה של המערכת, ולאחר דין ודברים עם חברת וולוו הוחלט לשלב בשיתוף פעולה נרחב שכלל מודעות גלויות לצד טקסטים המתאימים לקמפיין הפרסומי של החברה. אותו אדם טוען עוד כי הגילוי שניתן לקוראים על אודות היחסים בין וולוו למגזין הוא נאות לחלוטין ועומד בסטנדרטים של רשת "טיים אאוט" העולמית.

עורך "טיים אאוט", אלכס פולונסקי, הפנה את "העין השביעית" לעורך הראשי והמו"ל של המגזין, יובל סיגלר, אולם זה סירב להגיב בשמו. מטעם המגזין "טיים אאוט" נמסר: "הפרסום אינו סמוי אלא גלוי".