

## תקציב הפרסום של מגדלי הים התיכון עובר לגיתם BBDO

"מגדלי הים התיכון" היא רשת דיור מוגן אשר מונה 8 בתי דיור מוגן המיועדים לבני הגיל השלישי • בשנים האחרונות החליפה הרשת מספר משרדי פרסום • את הסנונית הראשונה של שיתוף הפעולה החדש ניתן לראות בקמפיין שעולה לאוויר לרגל השקת סניף חדש של הרשת • אירועים ומינימים  
ענת ביין-לובוביץ' 10/6/21

תקציב הפרסום של רשת הדיור המוגן "מגדלי הים התיכון" עובר ממשרד הפרסום באומן בר ריבנאי למשרד הפרסום גיתם BBDO, כך נודע לגלובס. היקף התקציב עומד על כ-15 מיליון שקל בשנה.

"מגדלי הים התיכון" היא רשת דיור מוגן אשר מונה 8 בתי דיור מוגן המיועדים לבני הגיל השלישי. היא ממוצבת כרשת פרימיום, ומציעה דירות יוקרה ומגוון שירותים ומתקנים פעילויות, חיי חברה ושירותים רפואיים.

בשנים האחרונות החליפה הרשת מספר משרדי פרסום. בין המשרדים שטיפלו בתקציב נמנים פרסום אברהם ועבר מרחב G, שהעלה בעבר קמפיין שבו מופיעה שחקנית בדמותה של אליזבת מלכת אנגליה, שרוצה לעזוב את הארמון לטובת מגורים באחד מבתי הרשת.

הקמפיין האחרון שיצר באומן עבור הרשת עלה לטלוויזיה בזמן הקורונה, ו"רכב" על הסיטואציה שבה המבוגרים היוו קבוצת סיכון משמעותית, שכדי להגן עליה נעשו מאמצים גדולים. בסרטון נראו גברים ונשים בגיל השלישי מבצעים פעילויות חיוניות כמו שחייה, למשל, כשברקע נשמעו משפטים קשים שמזכירים את היחס שהפגין כלפיהם חלק מהציבור הצעיר יותר.

מדובר במשפטים כמו "צריך לבדוד את המבוגרים, זה לא הגיוני לעצור חיים של מדינה שלמה", או "כמה אנשים זקנים זה לא סיבה לסגור מדינה". הסרטון נסגר עם המסר "רצינו להגיד לכל מי שדאג תודה, אבל אנחנו כבר דאגנו לעצמנו".

כעת, כאמור, עובר התקציב למשרד הפרסום גיתם BBDO. את הסנונית הראשונה של שיתוף הפעולה החדש ניתן לראות בקמפיין שעולה לאוויר לרגל השקת סניף חדש של הרשת.

מרשת מגדלי הים התיכון נמסר: "בימים אלו אנו עובדים על כמה פרויקטי דגל של הרשת, ביניהם בניית הבית השמיני בעיר רחובות, חידוש בית הבטיק בצומת סביון ועוד. אחרי עבודה משותפת וטובה עם משרד באומן, החלטנו לצאת לדרך חדשה עם גיתם".

### ענת ביין-לובוביץ'

תהיו נחמדים

פלטפורמת התוכן הפופולרית טיקטוק השיקה קמפיין גלובלי כדי להפוך את העולם למקום נחמד יותר, תחת ההאשטג #CreateKindness. המסר של הקמפיין הוא כי מאחורי כל חשבון עומד בן אדם אמיתי, שראוי שיתייחסו אליו בנחמדות ובכבוד. תוך 24 שעות נרשמו בהאשטג יותר מ-100 מיליון צפיות.

במסגרת חשבון מיוחד שנקרא @TikTokTips תעלה סדרת סרטוני אנימציה שתספר את הסיפורים האישיים של שישה יוצרים. באמצעות הסרטונים הם גם יציעו דרכים להתמודדות עם בריונות, ויעסקו בהשפעה שהתנהגות כזו מחוללת. בנוסף לסרטונים אלה, טיקטוק מזמינה את חבריה ליצור ולשתף סרטונים המציגים רגעים מחממי לב ולתייג אותם.

מנתונים שנאספו לרגל הקמפיין עולה כי סרטונים שמשמשים בהאשטגים הקשורים לביטויים חיוביים, כמו #kindness או #love, צברו למעלה מ-400 מיליארד צפיות, ותרמו כמעט 50 מיליארד יצירות וידאו לפלטפורמה. עוד עולה כי מדבקות לב ואפקטים יצירתיים הם בין הפיצ'רים הפופולריים ביותר הנמצאים בשימוש בטיקטוק.

"בשנה האחרונה הצגנו מגוון פיצ'רים שמטרתם לטפח נחמדות בפלטפורמה ולמנוע בריונות" אומר אסף שגיא, מנכ"ל טיקטוק ישראל. "כעת, עם הקמפיין, אנו עושים צעד נוסף בנושא".

ביחד בפקק

החיסונים לקורונה החזירו את העובדים למקומות העבודה, ואת הפקקים לכבישים. הפתרון של חברת Waze: היא משיקה תחנות ייעודיות לאיסוף והורדה של נוסעי ה-Carpool (נסיעה שיתופית), כחלק מפרויקט תחבורה ראשוני שמיושם באזור התעשייה ברעננה. מהחברה נמסר כי התחנות יופיעו על מפת Waze כאשר הנהגים נמצאים בסביבה. אך האם אנשים אכן חוזרים לנסוע יחד? לפי נתוני החברה, נראה שכן: נסיעות הקארפול באפריל 2021 רשמו גידול של 170% בהשוואה לאפריל 2020.

## גלית חתן

### איך לתגמל עובדים

משרד AYR - עמר רייטר ז'אן שוכטוביץ ושות' וארגון היועצים המשפטיים הפנימיים בישראל ACC קיימו כנס מקוון ל-80 לקוחות ויועצים משפטיים, שעסק בתוכניות תגמול לשימור עובדים ונושאי משרה.

את הוויכוח הובילה עו"ד הלית שמחוני, ראש מחלקת דיני עבודה ב-AYR, שהזהירה כי "נושא מתן העמלות והבונוסים לעובדים עדיין אינו מקבל את תשומת הלב הראויה על ידי המעסיקים, ואינו מוסדר כראוי בהסכמי ההעסקה. זאת על אף החשיפה המשפטית הרבה, ועל אף פסיקות ענפות של בתי הדין לעבודה בנושא".

לדברי שמחוני, אחד הצעדים שיש לבצע הוא קביעת תוכנית יעדים מדורגת, עם נורמה שתשקף מאמץ מיוחד. צעדים נוספים הם לוודא שהיעד קשור במישרין לעבודתו ולתרומתו של העובד; לקבוע הוראות בהסכמי ההעסקה; ולקבוע מנגנוני השבה במקרה של פסיקה הפוכה.

עו"ד אסף לפיד, שותף ב-AYR, שם אצבע על כך "שאפילו בחברות גדולות ומבוססות, לרבות בשוק ההון, ההנהלות לא מכירות את מנגנוני התגמול לעובדים ושכירים. כך, לא מעט חברות מבטיחות לעובדיהן שיטת תגמול, מבלי להבין את המהות או את השלכות המס של השיטה הנבחרת".

מנכ"לית ESOP, עו"ד אודליה פולק, הזכירה כי "הקצאת אופציות ומניות לעובדים ונושאי משרה מביאה לכך שיש זהות אינטרסים וחתירה משותפת להשאת ערך החברה. ההקצאה לעובדים ונושאי משרה יכולה להיעשות תחת מסלולי מס מיטביים למקבלים, תוך הקפדה על הוראות פקודת מס הכנסה והכללים מכוחה".

### חדשות טובות

קרן הלמסלי האמריקאית תרמה 4 מיליון דולר למכללה האקדמית צפת, לטובת רכישת ציוד סימולציות רפואיות שיאפשר שת"פ עם בית החולים שיבא.