

# בשביל שהבנות שלנו יחלמו בגדול: פרטנר משיקה את דירוג הצפייה השוויוני הראשון מסוגו בעולם

שם החברה המשווקת:

**קבוצת פרטנר**

משרד הפרסום:

**קבוצת McCann**

קטגוריה:

**פעילות חברתית וציבורית – מגזר עסקי**

# יצרנו סימון ויזואלי חדש על המסך סימן בקדל: תו תקן לסרטים עם ייצוג נשי חיובי



מועד עלייה לאוויר:  
מהשקת המהלך ועד היום

ערוצי מדיה:  
ממשק פרטנר TV

תקציב מדיה:  
ללא הוצאות מדיה

# קמפיין טלוויזיה: שופכים אור על ההשלכות של חוסר הייצוג



[לצפייה](#)

מועד עלייה לאוויר:  
06.03.2022

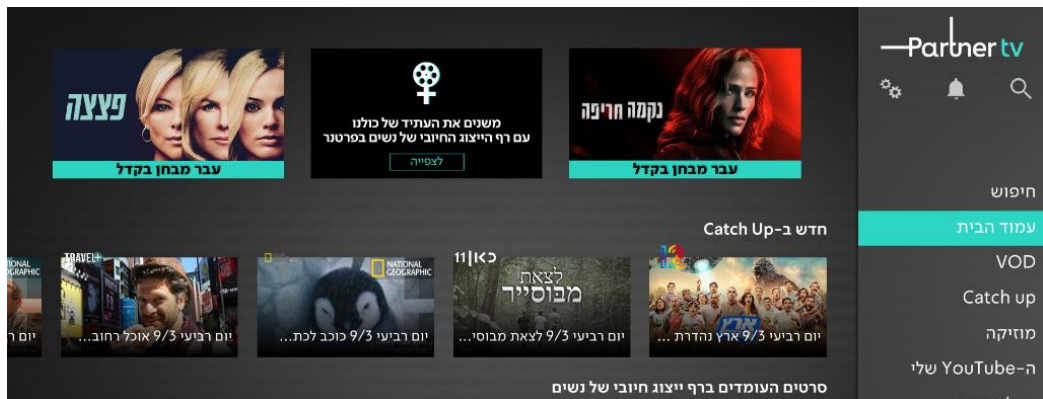
מועד ירידה מהאוויר:  
08.03.2022

ערוצי מדיה:  
(13,12) TV

תקציב מדיה:  
₪ 300K

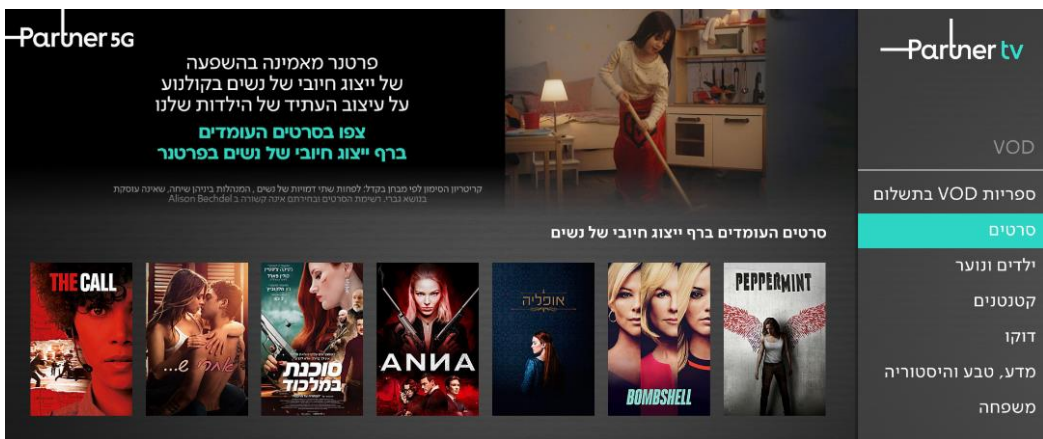
# משנים את הממשק של פרטנר TV ומנצלים מדיה בלעדית

## קטגוריה חדשה וחשיפתה באמצעות באנרים בתוך הממשק



מועד עלייה לאוויר:  
06.03.2022

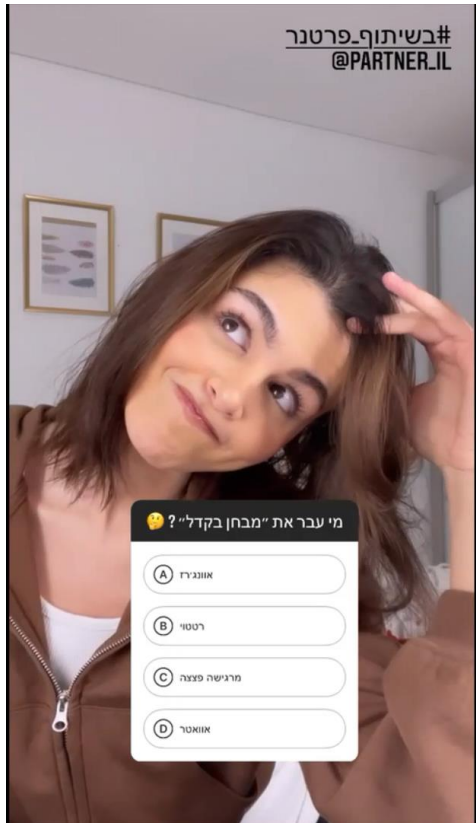
מועד ירידה מהאוויר:  
30.03.2022



ערוצי מדיה:  
ממשק פרטנר TV

תקציב מדיה:  
ללא הוצאות מדיה

# בדיגיטל: הנעת שיחה מלמטה משפיעניות מעוררות דיון על מבחן בקדל



[לצפייה](#)

מועד עלייה לאוויר:  
07.03.2022

מועד ירידה מהאוויר:  
08.03.2022

ערוצי מדיה:  
דיגיטל (פייסבוק, אינסטגרם, יוטיוב)

תקציב מדיה:  
20,000 ₪ (תקציב דיגיטל כולל)

# סיקור נרחב ושיח תקשורתי

## העולם הבוקר



[לצפייה](#)

מועד עלייה לאוויר:  
08.03.2022

ערוצי מדיה:  
חדשות 13: עולם הבוקר, גלובס,  
את, טיים-אאוט, מאקו

תקציב מדיה:  
ללא הוצאה



# סיקור נרחב ושיח תקשורת

## גלובס

יום האישה

### עם אמירה חברתית בעלת ערך: 6 קמפיינים ייעודיים ליום האישה

לקראת יום האישה מעלות חברות רבות קמפיינים פרסומיים מיוחדים, חלקם "תופסים טרמפי" על היום ובעצם מקדמים מסרים שיווקיים של החברות עצמן • גלובס בחר ששה קמפיינים שהצליחו להעביר אמירה חברתית משמעותית ורלוונטית

#### 3. מבחן בקדל של פרטנר

פרטנר תקים קטגוריה קבועה בספריית ה-VOD המציגה רק סרטי קולנוע העומדים במבחן בקדל הבודק את רמת הייצוג הנשי ביצירות. המבחן, שהפך עם השנים לשם נרדף לבחינת אפליית נשים בקולנוע, בודק ייצוג אובייקטיבי של נשים ביצירות קולנועיות, והוא קרוי על שם המאירת האמריקאית אליסון בקדל, אשר בשנת 1985 הציבה שלושה תנאים לעמידה במבחן: השתתפות של לפחות שתי דמויות של נשים, המשוחחות ביניהן, כשנושא השיחה אינו נברים. ב-2021 כ-30% מסרטי הקולנוע לא עברו את המבחן. יצוין כי סימון הסרטים קבוע ויימשך גם לאחר יום האישה בפרטנר. המהלך באמצעות משרד הפרסום מקאן תל אביב.



פרטנר, קמפיין פרסום לכבוד יום האישה / צילום: יחף

מועד עלייה לאוויר:  
08.03.2022

ערוצי מדיה:  
חדשות 13: עולם הבוקר, גלובס,  
את, טיים-אאוט, מאקו

תקציב מדיה:  
ללא הוצאה

# סיקור נרחב ושיח תקשורתי

מועד עלייה לאוויר:  
08.03.2022

ערוצי מדיה:  
חדשות 13: עולם הבוקר, גלובס,  
את, טיים-אאוט, מאקו

תקציב מדיה:  
ללא הוצאה



קבוצת סיגלר  
(את)



# סיקור נרחב ושיח תקשורת

מועד עלייה לאוויר:

08.03.2022

ערוצי מדיה:

חדשות 13: עולם הבוקר, גלובס,  
את, טיים-אאוט, מאקו

תקציב מדיה:

ללא הוצאה

פרטנר TV בקמפיין שיווקי אינטילגנטי ליום האשה. זה טוב.

<https://timeout.co.il/%d7%a4%d7%a8%d7%98%d7%a0%d7%a8-tv-%d7%9e%d7%91%d7%97%d7%9f-%d7%91%d7%9b%d7%93%d7%9c/>



**יום האישה 2022:  
פרטנר TV משיקה  
ערוץ שעובר את  
מבחן בכדל**

You and 26 others

4 comments



Like

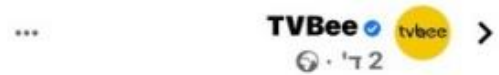


Comment



Send

# סיקור נרחב ושיח תקשורתי



פרטנר TV מכריזה על צעד מבורך ליום האישה - ומשיקה בפעם הראשונה קטגוריה מיוחדת לסרטים שעוברים את מבחן בכדל לייצוג נשי הולם. בין הסרטים: "אנה", "ג'קי", "נוכלות בלי חשבון" ו"כוננות עם שחר".

צילום: מתוך "נוכלות בלי חשבון", יחסי ציבור



קבוצת קשת

מועד עלייה לאוויר:

08.03.2022

ערוצי מדיה:

חדשות 13: עולם הבוקר, גלובס,  
את, טיים-אאוט, מאקו

תקציב מדיה:

ללא הוצאה

# סיקור נרחב ושיח תקשורתי



קבוצת קשת

מועד עלייה לאוויר:

08.03.2022

ערוצי מדיה:

חדשות 13: עולם הבוקר, גלובס,  
את, טיים-אאוט, מאקו

תקציב מדיה:

ללא הוצאה

# סרט קייס לתיאור המהלך



[לצפייה](#)

מועד עלייה וירידה מהאוויר:  
ללא תאריכים

ערוצי מדיה:  
ללא ערוצים

תקציב מדיה:  
ללא הוצאות מדיה