רשות השידור
פ ר ו ט ו ק ו ל
ישיבת ועדת תוכן
יום ראשון, כ"ב בתמוז תשע"ג -30.6.13

נוכחים:

אמיר גילת, יו"ר רשות השידור

יוני בן מנחם- מנכ"ל רשות השידור

יעקב בורובסקי

עו"ד ליאת בלום

נמרוד

רפי

חגית בכר

אורנה גינדי

רינה פוזנר

יו"ר- אמיר גילת: אני פותח את ישיבת ועדת התוכן, יש פה קוורום של חמישה חברי ועדה. בבקשה אנחנו נתחיל עם הנושא של המחקרים כדי לשחרר את אורחינו, בבקשה.

דוברת: אז אני רוצה רק להציג את האורחים שלנו שיציגו בפנינו את הסקר. אז אורנה, אורנה גינדי היא מנכ"לית MEDIA LAB, רינה פוזנר שהיא מנהלת המחקר של מידע שיווקי, ורפי שאני לא יודע את שם משפחתו...

רפי: ...

דוברת: שהוא סמנכ"ל חברת מידע שיווקי ... אורנה תציג לפנינו את הסקר, אני מציעה שנראה את הסקר ואחר כך נאפשר שאלות ודיון וכן הלאה.

אורנה גינדי: בסדר, תודה. אז צהריים טובים לכולם אני מקווה שזמננו בידנו, אז נציג את זה בצורה רציפה ותוך כדי זה נוכל אולי באמת לאפשר שאלות. רק מים, תודה רבה לך, הכל יהיה מצוין. אז אני רוצה רק לשים את כולנו בקונסטלציה משותפת, פנתה אלינו סמנכ"לית שיווק ואסטרטגיה חגית ושלומי מנהל המחקר, שהוא ואני מכירים כברת דרך ארוכה כבר. אני באה במקור מהפיפל מיטר, פנו למידע שיווקי ואלי שחברנו ביחד באמת לצורך הכנת מחקר תשתית, שהמחקר הזה באמת עושה שימוש במגוון של מתודולוגיות, גם בסקר טלפוני שעשינו בקרב 500 נדגמים באוכלוסייה היהודית הבוגרת, כמובן מתוך נתוני הפיפל מיטר ומתוך נתוני ה- TGI. אני אסביר תוך כדי, תוך כדי הסקירה, ואנחנו נראה שהנתונים למעשה ארוגים אלה באלה. שלומי עזר לנו גם בקריאת הנתונים וזה המקום להגיד תודה, ואנחנו נתחיל ונצא לדרך. אז באמת המטרה שלנו, המטרה היתה יחסית רחבה, אנחנו רצינו לאפיין את הצופים הקבועים של ערוץ אחד הנוכחים, וגם את הצופים הפוטנציאליים של הערוץ. אנחנו רצינו לבחון את עמדות הציבור גם של הצופים וגם של הצופים הפוטנציאליים כלפי הערוץ. רצינו לזקק ולייצר איזה שהיא אמירה כוללת לגבי לוח השידורים של יום שישי כאיזה סוג של א... כסוג של איזה שהוא CASE STUDY לגבי איך אנחנו בונים לוח

תוכניות. וכמובן מעל הכל לייצר אסטרטגיה כוללת כפי שאנחנו חושבים ושעולה מהמחקר, לגבי מה ערוץ 1 יכול וצריך לעשות בעידן שנקרא לו קרוס פלטפורם, בעידן של צפייה שהיא חוצה מסכים. זאת אומרת הראייה שלנו תהיה רחבה יותר, היא תהיה סיבובית מעגלית, ואנחנו כל פעם ניגע בנתון מסוים כלפי עצמו ואחר כך נראה אותו בקונטרסט רחב יותר. אז כמו שאמרתי באמת התבססנו על נתוני TGI, פיפל מיטר, סקר טלפוני כמותי, הכל מתוקף הכל הוגן. נצא לדרך ולמי שיהיה אחר כך שאלות קובץ הנתונים, האקסל, כל הדברים האלה הדיאלוג בינינו יכול רק להמשיך, בואו ננסה לראות את התובנות העיקריות שצומחות אולי נאפשר...

<u>דובר</u>: רק נציין שזה מנה ראשונה מתוך הסקר, המנה הראשונה היתה טלפונית בקרב 500 נשאלים מגיל 30 פלוס לא חרדים. יש לנו מנה נוספת שתתבסס גם על ... ותוצאות המחקר שהיא 19 שאלות נוספות שיעסקו בצורה מתודולוגית של סקר אינטרנט.

<u>אורנה גינדי</u>: נכון, אז מה שאנחנו באמת נרצה, נרצה להעמיק, נראה את הרובד הזה ואנחנו נתקדם, נתקדם פנימה. אז אוקי אפיון הצופים. סליחה בסדר?

<u>דובר</u>: לא, לא ... חרדים?

<u>אורנה גינדי</u>: כיוון שהם לא צופים בטלוויזיה.

<u>חגית בכר</u>: הם לא, הם לא מסכימים להודות.

<u>אורנה גינדי</u>: אחוז אחד.

<u>חגית בכר</u>: הם צופים אך הם לא מסכימים להודות.

<u>אורנה גינדי</u>: חברים יש אחוז אחד יש לנו, וזה לא אוכלוסיית היעד שלנו, אנחנו מדברים במקום של אוכלוסיית המטרה שלנו שמגוון של אוכלוסייה יהודית וכללית שבעלי מקלטי טלוויזיה. בסדר?

<u>חגית בכר</u>: וזה גם ... של פוטנציאל, אנחנו האמת היא המטרה המרכזית וזה עוד לא נאמר פה, אבל המטרה המרכזית של כולנו פה זה לאתר מחר בבוקר את הפוטנציאל הראשון עבור ערוץ ראשון, זה פשוט לאתר. אני אומרת את זה ברחל בתך הקטנה, לדעת מי ברחוב, אוקי? עם איזה תוכנית אני יכולה להתחיל להביא

אותו, לא להתחיל לעשות אסטרטגיות של ... אלא להתחיל לעבוד מחר בבוקר, זה מה שאנחנו...

דובר: זה בשאלות? זה בשאלות?

אורנה גינדי: כן.

חגית בכר: גם בשאלות, זה להתחיל לעבוד מחר בבוקר.

דובר: ...

חגית בכר: שימו לב שאנחנו לא לקחנו לא גיל 4 פלוס ולא גיל 18 פלוס, זיקקנו את זה ל- 30 פלוס, הגדרנו...

אורנה גינדי: רגע שנייה...

חגית בכר: רק שנייה תני לי שנייה, גידרנו את זה וזה דבר נורא חשוב לחדד, איתרנו כמה אנשים, וזה מישהו צריך פה לדעת ... כמה אנשים דה פקטו רואים יום יום ערוץ אחד, כמה אנשים? זה אף אחד פה עוד לא יודע את התשובה, אבל יום יום, אחד רואה בשבע, אחד בשמונה וחצי, אחד בתשע. כמה אנשים דה פקטו אנחנו יכולים להביא לראות את ערוץ 1? אני יכולה להביא מיליון, שתי מיליון, חצי מיליון. עם איזה תוכנית? דברים שאתם צריכים להתעקש ... לשאלות האלה, וזה הפרקטיקה של ...

דובר: אפשר ... (חילופי דברים).

אורנה גינדי: היתה לנו שאלה ב- HIGH DEFINITION אז הנה ענינו על השאלה של HIGH DEFINITION מי בעניין הזה.

דובר: זה יכול לשפר את השידורים בטלוויזיה גם?

חגית בכר: רגע נחכה ליוני, זה חשוב לי.

אורנה גינדי: בסדר גמור, אז אני רק אגיד באמת ששוב אנחנו עדיין בעניין ההקדמה, אבל המטרה שלנו ב... אני אגדיר אולי אני אגיד איזה מילה על עצמי עד שיוני ייכנס, ומתוך זה תראו את החבירה שלנו, החבירה שלנו היא מכון מחקר, ואני שהייתי ממקימי הפיפל מיטר ניהלתי אותו חמש שנים את מערכת המחקר והשיווק, ערוץ 10, אסטרטגיה, אני עובדת עם כל הערוצים, עובדת גם

בצד של השיווק גם בצד של המכירות, גם בצד של המפרסמים. והמטרה היא באמת לעשות תוכנית שהיא תוכנית שאנחנו חפצי חיים, לא להשאיר את זה ברובד האסטרטגי, מתוך זה באמת נגזרת תוכנית פעולה אופרטיבית, מחר בבוקר כל דבר כזה יש פה איזה שהוא נייר לקמוס שאתם בדיוק תוכלו לדעת מי, כמה ולמה. כשאני אומרת מי, כמה ולמה זה במונחים של רייטינג, ככה אני יודעת לעבוד. וזה יהיה אחר כך בחלוקה דמוגרפית, גברים, נשים, גיל, כל הדברים שאנחנו נוכל לדעת עליהם, אבל אין פה איזה משהו שאנחנו נצא מתוך החדר הזה ונשקע בהרהורים. יש פה באמת אופציה אופרטיבית מחר בבוקר להגיד ולתת תובנות לכל המחלקות, ואנחנו ניגע באמת במחלקות האלה.

<u>חגית בכר</u>: שלומי כל פעם מוציא איזה שהיא תובנה מסוימת ... אבל זה פעם ראשונה שאנחנו עושים את זה ברמת המקרו, שלא כל אחד אומר מה אלא כולנו פה מתרכזים לחשיבה מיוחדת משותפת שהיא מבוססת על ... לא על תובנות של בני הזוג שלנו, לא על ... שלנו כמו שאמרת, ולא על ... והפנטזיות שלנו, אלא מבוסס ...

<u>דובר</u>: ...

<u>דוברת</u>: כן.

<u>יו"ר- אמיר גילת</u>: כן, בואי תמשיכי.

<u>אורנה גינדי</u>: בסדר אוקי, אז מה אנחנו רוצים לראות? אנחנו רוצים לראות השקף הראשון באמת מדבר, אני רואה ש... נסתדר עם התנאים בסדר? עזבי כל אחד יוציא, אנחנו פשוט לא, אני לא ... יש לנו לא מעט כברת דרך לצלוח אז בואו תרגישו בנוח ונעשה את זה הכי פשוט. אז השקף הראשון שאנחנו מדברים עליו זה באמת מי הם צופי ערוץ אחד הגרעין הקשה שלנו?כשאנחנו מדברים על הגרעין הקשה של צופי ערוץ 1 זה כאלה שהגדירו את עצמם צופים בערוץ מידי יום. אני לא אלאה אותכם בנתונים של ריץ', אבל המשמעות היא מי שרואה את הערוץ לפחות 3 דקות רצוף ביום מבחינתנו מעיד על עצמו גם על פי מערכת הפיפל מיטר וגם על פי הסקרים הטלפוניים והסקרים של TGI שהוא צופה בערוץ. עכשיו זה מונה חצי מיליון בוגרים בגילאי 18 פלוס, זה הקהל שלנו, בעצם

לייתר דיוק 534. אבל בואו אנחנו נראה וננסה לאפיין אותם, כי כשאנחנו מדברים על חצי מיליון אז בואו נרד נאפיין אותם מבחינת דברים דמוגרפיים, ואחר כך הכי חשוב לאפיין אותם מבחינת סגנון חיים, כי דמוגרפיה יש פה לא מעט אנשים מבחינה דמוגרפית אבל הם יהיו שונים בסגנון החיים שלהם, ולא בהכרח הם יהיו הקהל הפוטנציאלי שלנו. אז מה אנחנו אומרים? מבחינת גברים ונשים אם נסתכל על זה, ואני אעשה את זה פשוט לטובת מי שלא רואה מרחוק או אם הנתונים, אז יש לנו 53 אחוז גברים ו- 47 אחוז נשים. רק שתדעו בפורום הזה זה מוקלט אני מקווה, טלוויזיה היא מדיום נשי, אוקי? זאת אומרת בדרך כלל עיקר הצופים הם צופות, אנחנו מדברים על 60:40. וזה גם המשמעות של מפרסמים, ואני אתן לכם כמה אנקדוטות מתוך...

__דובר__: הגברים יכולים לצאת עכשיו?

__אורנה גינדי__: כן אז זהו מה שנקרא נדבר נמשיך סטריאוטיפים, הבנים יעשו את החדשות אנחנו כמובן נצרוך את החדשות, אז מתוך המקום...

__דובר__: למה? הרוב מגישות את החדשות.

__אורנה גינדי__: כן, לא, זה בסדר גמור, תקרת הזכוכית כל פעם רק נפתחת. ומה שאנחנו אומרים באמת ערוצי נישה, ערוצי ספורט, ערוצי ויוה, שאנחנו יכולים לראות שם באמת קהל מאופיין, אנחנו נדבר על ברודקאסט שהוא בדרך כלל יהיה 50-50 או נטייה לנשים. בערוץ מטבע הדברים שנראה תיכף את השידורים גם 53 אחוז הם גברים, הם נמצאים באינדקס יתר. אני אשתמש לא מעט בביטוי הזה אינדקס, אינדקס זה יהיה ייצוג יתר, זה אומר מעל למשקלם באוכלוסייה. אם יש לנו 50 אחוז גברים ובתוכנית שלנו 53 אחוז, אז הם יהיו אינדקס מעל מאה ומישהו, מעט בייצוג יתר. מבחינת הגיל, אפשר היה לחתוך פה בכמה חלוקות של גיל, אבל רצינו שאולי נראה את התמונה מול עינינו, בסדר? ושוב זה לא היה פה איזה מניפולציה אלא רצון באמת אמיתי לראות את התמונה. אז גילאי 55 פלוס, 75 אחוז מהצופים של ערוץ 1 הנוכחיים הם גילאי 55 פלוס. הם נמצאים באינדקס יתר כמעט פי שתיים ממשקלם באוכלוסייה, אם משקלם הוא 32 אחוז, אנחנו אומרים שהם נמצאים פי שתיים ממשקלם, ואנחנו רואים

תוכניות שחלק אפילו יהיו גילאי 65 פלוס 300 אחוז, פי שלושה ממשקלם באוכלוסייה. לעומת זאת גילאי 18-54 אנחנו נמצאים בייצוג חסר.

<u>יעקב בורובסקי</u>: זה 18-54 או שזה 50-54?

<u>אורנה גינדי</u>: 18-54.

<u>יעקב בורובסקי</u>: לא, ה- 25 אחוז האחרים?

<u>אורנה גינדי</u>: כן, הם גילאי 18...

<u>יעקב בורובסקי</u>: הם קרובים יותר ל- 55 או קרובים יותר ל- 18?

<u>אורנה גינדי</u>: 45-55, בסדר? זאת אומרת אנחנו נמצאים...

<u>יעקב בורובסקי</u>: אז את רוצה להגיד ...

<u>אורנה גינדי</u>: רגע אז תיכף אבל רגע בואו אני חוזרת לסיפור, בוא נספר את הסיפור ככה יותר באריכות ונוביל אליו. אז זה המצב הנוכחי. אני רוצה להגיד לכם בכלל ש- 18-24 הם LIGHT VIEWERS, הם צופים קלים. בכלל אפרופו הנושא של צפייה מרובת מסכים והמעבר לדיגיטל ולאינטרנט, טלוויזיה בבסיס שלה גם כשאני בודקת את הפרופיל של 2 ושל 10, עיקר הצופים הם יהיו 30 ומעלה מבחינת הבסיס של ייצוג יתר, לשם אנחנו מכוונים את התוכניות בגדול ב- ברודקאסט, ואנחנו נדבר גם על הפוטנציאל פה. מבחינת דתיות, אז אנחנו אומרים שיש לנו ריץ' שהוא כרגע מאופיין בקהל שהוא יחסית מבוגר, קצת יותר גברי מנשי. מבחינת הדתיות, וזה שוב זה שאלה פתוחה כך שמי שצם ביום כיפור יכול להעיד על עצמו שהוא מסורתי או חילוני, זאת אומרת זה הגדרה אישית לחלוטין. אבל 54 אחוז מגדירים על פי דעתם את עצמם כחילוניים בייצוג מעט יתר, 34 אחוז מגדירים את עצמם כמסורתיים, מעט מעל למשקלם באוכלוסייה, ודתי לאומי 11 אחוז, שבאוכלוסייה הם 15 אחוז. אם אנחנו נסתכל על אותו אופן אנחנו מדברים על אוכלוסייה שרובה ככולה היא גמלאית, היא פי שתיים מאשר משקלה באוכלוסייה. מה אנחנו יכולים להגיד עליהם מעבר לנושא הדמוגרפי? כי מה שמעניין ושוב כשאנחנו בונים תוכנית זה לא העניין של המפגש עם הדמוגרפיה, אלא מפגש עם סגנון החיים של הצופה הפוטנציאלי שלנו. אנחנו יכולים לראות, ותראו איך נכון לעכשיו הערוץ מאוד מתאים למי שצופה בו,

לצערנו זה רק חצי מיליון, וזה האתגר שעומד לפתחנו בשקף הבא. אוהבים לצפות בחדשות, אוהבים לצפות בתוכניות אקטואליה, אוהבים לצפות בכדורגל ובכדורסל, ויש לי לא מעט היגדים של תוכניות וז'אנרים שהם אוהבים לצפות בהם, ואנחנו נדבר על העניין שאם אנחנו מדברים תמיד על ... מענפי חידושים אז הקהל שלנו הוא הקהל שנגדיר אותו בפעלים של הזהירים, שהם הצטרפו בשלב השני או בגל השני לגבי כל דבר. זה המצב הנוכחי, עם המצב הזה...

נמרוד: ... תרבות בידור?

אורנה גינדי: כן הכל, יש הכל, ואני אומרת שוב גם מה שאין גם תקבלו...

נמרוד: ...

אורנה גינדי: נכון, נכון, אני אומרת שוב יש הכל, שאלנו 230 שאלות היגדים והכל, הכל קיים, וגם מה שעוד לא ברור יהיה עוד באקסל ויהיה בתוספות שתקבלו.

נמרוד: עכשיו אני מבין למה זה לא פה.

אורנה גינדי: כן, כן, נכון, מה שעשינו פה נתנו לידי ביטוי כאלה שנמצאים באינדקס יתר, בייצוג יתר המשמעותי ביותר. בסדר? אז מתוך זה של חצי מיליון שאנחנו רואים בתהליך של סוציאליזציה אם אנחנו מתחילים לאבד את הדור הצעיר יותר בגילאי הביניים גם לא בוחרים בנו, אז התחזית היא יחסית עגמומית, אנחנו יכולים לאמוד אותה במספרים של רייטינג, היא תנוע בין ארבעה לשלושה אחוז. אנחנו לא במשחק הזה, אנחנו במשחק שצריך להיות דו ספרתי, ואין שום סיבה שהוא לא יהיה את זה. תיכף נדבר על איכות, ותיכף נדבר על כל הדברים האלה. כשאני אומרת את זה אני אומרת את זה מתוך כל המחקר שעשינו, הפגישה הקודמת שלנו עם יואב גינאי וכל הצוות המקדים, וראינו ביחד את הנתונים. אז עכשיו נדבר על הפוטנציאל, אני מאוד זהירה מבחינת פוטנציאל, אין לי פה מקום הרבה לקום ולהתקשקש, אבל נגיד אם נדבר בפסיכולוגיה, אנחנו בעיקר נדבר לחזק את החוזקות, אני לא רוצה להביא את מי שכרגע הוא מצהיר מראש שהוא לא צופה בי, ואולי גם אין לו רצון לצפות בי. אני רוצה לדבר לייצר גרעין קשה שהעיד על עצמו שצופה בי כל יום, והגרעין השני יהיה כאלה שהעידו על עצמם שצופים בערוץ לפחות פעם בשבוע, חלק פעמיים עד שלוש, חלק

שלוש עד ארבע פעמים לפחות פעם בשבוע. כי מה אנחנו אומרים? זה הגרעין שאיתו אפשר לצאת לדרך, איתו אפשר לעשות את השלב הראשון של היחסים, הם עצמם בשרשור נוכל להגיע לעוד מעגלים, אבל המעגל הראשון שלנו אם כך הוא מיליון וחצי צופים. מבחינת רייטינג אם יש לי שלוש וחצי, 3.8 מיליון בוגרים 18 פלוס אנחנו כבר יכולים לראות את האומדן מבחינת הרייטינג. מה הם אומרים? בוא נכיר אותם קצת, הם יהיו קרובים אלינו ועם זאת גם מאפשרים לנו איזה שהוא פתח אופק מה שנקרא. עדיין יותר גברים מנשים, ואנחנו נדבר גם על הנושא הזה. מבחינת החלוקה הגילאית, אם 55 פלוס היו מקודם 75 אחוז או כמעט 80 אחוז מהערוץ, כרגע אנחנו מביאים את גילאי הביניים, ולשאלתך תזכיר לי את שמך בבקשה?

יעקב בורובסקי: יעקב בורובסקי.

אורנה גינדי: יעקב, אז יעקב מה שאנחנו אומרים פה, אני לא רוצה לקבל 18-24 זה WISHFUL THINKING שלא יהיה, גם לא 18-34, אנחנו נדבר על גילאי 45 כגרעין שלנו.

דובר: (מישהו נכנס וצועק), הנה הוועד המנהל חבר'ה פה מה קרה לכם? איפה אתם? ... הנה החבר'ה פה.

דובר: ...

אורנה גינדי: אין בעיה, בכיף.

דובר: ...

אורנה גינדי: בסדר בכיף.

דובר: עד הפעם הבאה.

אורנה גינדי: חברים אנחנו לא ועד המנהל. אז מה שאנחנו אומרים, אנחנו מדברים שוב. (אנשים נכנסים עם אזעקה ולא שומעים).

דובר: שלום לכולם מה נשמע? אהלן מיקי, מה שלומך?

דובר: אבל זה לא הוועד המנהל.

דובר: שלום לכולם, למה? ... שנים לא ראיתי אותך ... באתי להגיד לך שלום, מה שלומך?

דובר: ...

דובר: הכל בסדר? (חילופי דברים). בואו בואו כנסו חבר'ה, בואו תשבו פה ... (חילופי דברים עם אנשים שנכנסים לישיבה).

אורנה גינדי: (הישיבה מתחדשת). בסדר?

דוברת: כן, כן, אפשר...

אורנה גינדי: הכל בסדר. אז אנחנו מדברים על קהל שתזכרו וזה באמת דבר חשוב, כי אם מחר אנחנו מוציאים בריף למחלקות התוכן אנחנו מדברים על גילאי 45 או 40 ומעלה. אני עדיין יותר אנחנו יותר סגורים על הנושא של 45, ותיכף נדבר על הרגלי סגנון החיים שלהם ומה מאפיין אותם. מבחינת החלוקה אנחנו עדיין נמצאים עם רוב ייצוג יתר מעל למשקלם באוכלוסייה של אוכלוסייה חילונית מסורתית, שזה באמת הגרעין שהוא גם רואה טלוויזיה חלק מתרבות הפנאי שלו. ומה שמעניין, אותם אלה שהעידו על עצמם שהם צופים בערוץ לפחות פעם בשבוע והם הפוטנציאל שלנו, אנחנו רואים שהם נמצאים מבחינת חתך סוציו אקונומי הכנסה ממוצעת ומעלה, ו- 13 פלוס השכלה מעל הממוצע, זאת אומרת אנחנו מדברים על השכלה מעל לתיכונית אקדמאית. זה הגרעין שלנו, הגרעין שאולי אני רוצה להגיד אותו במובן הטוב של המילה, הבורגנים של גילאי 45, ותיכף נכיר אותם יותר, אוקי? נכיר אותם, אנחנו בעצם מכירים אותם כחלק, אנחנו יכולים להסתכל על עצמנו גם בחדר הזה מעבר לאגף הקינדרי הזה פה, אבל מה אנחנו יכולים להגיד עליהם?

יעקב בורובסקי: רגע עוד משהו, את אומרת על פרשנות אבל מבחינה עובדתית אנחנו מדברים על מי הוא הקהל העכשווי?

אורנה גינדי: נכון, וזה הקהל הפוטנציאלי שהעיד על עצמו שהוא צופה בערוץ לפחות פעם בשבוע. זאת אומרת יש לי גרעין מעבר לחצי מיליון להגיע לעוד מיליון, אז יש לי מיליון וחצי שהם הפוטנציאל שלי.

יעקב בורובסקי: משום שהם ...

אורנה גינדי: לא, בגלל שהם העידו על עצמם שהם...

יעקב בורובסקי: כי הם מזפזפים לערוץ הראשון?

אורנה גינדי: לא הם לא, סליחה הם לא מזפזפים הם העידו שהם רואים, זפזופ אתה יודע זה דקה. (מדברים ביחד).

יו"ר- אמיר גילת: רגע, רגע, רגע.

אורנה גינדי: חברים, יעקב, אני מסבירה מי הקהל הזה, הקהל שהעיד על עצמו שהוא צופה בערוץ לפחות פעם בשבוע...

יעקב בורובסקי: אני הבנתי, אבל מי הוא?

אורנה גינדי: הנה אני מסבירה מי הוא, עם השכלה 13 שנות לימוד ומעלה, הכנסה ממוצעת ומעלה...

חגית בכר: הוא אקדמאי, כאילו תציירי לו.

אורנה גינדי: הנה אני אומרת זה כתוב ומצויר, הכנסה ממוצעת ומעלה, אקדמאי או השכלה מעל הממוצע, חילוני, גילאי הביניים. ומה הוא אוהב לראות בטלוויזיה? הוא אוהב לראות סדרות רק...

נמרוד: הוא שונה מהקהל של החצי מיליון?

אורנה גינדי: כמו שאמרתי ראינו אותו מקודם בשקף הקודם. (מדברים ביחד). לא אני לא רוצה, אנחנו לא נתקדם ככה, אני ממש מבקשת.

יו"ר- אמיר גילת: נמרוד, נמרוד.

חגית בכר: לא, דקה רק דקה להבהיר ... יש לנו חצי מיליון שצופים בנו יום יום, לא כל היום ... אנחנו מכוונים הלאה, מכוונים הלאה לעשירון אחד, לעשירון אחד למטה אנחנו מכוונים.

אורנה גינדי: רגע אני רוצה להגיד את הדברים שנמצאים פה.

יו"ר- אמיר גילת: חבר'ה תנו לה לדבר ברצף ואם יש הערות...

אורנה גינדי: אני מקווה שבהמשך ההסבר שלי ... ואני לא רוצה שנגיד מילים שלא כתובות כאן.

יו"ר- אמיר גילת: אוקי.

אורנה גינדי: אז אנחנו אומרים ככה, אנחנו נדבר על פוטנציאל של קהל של מיליון וחצי, שהוא דומה במאפיינים שלו לקהל שפגשנו שהוא...

דובר: ...

אורנה גינדי: אמרתי, אה אוקי.

דובר: שהוא צעיר ב- 15 שנה...

אורנה גינדי: הוא צעיר יותר, הוא משכיל. ומה הוא אוהב? ואנחנו נגוון קצת את האהבה שלו מבחינת הז׳אנרים, כי זה מה שחשוב בשביל זה התכנסנו, אנחנו רוצים לדעת איך לפגוש אותו. הוא אוהב סדרות ודרמה ישראליות, הוא אוהב סרטים, סרטי קולנוע ישראליים שמשודרים בטלוויזיה, אוהבים לצפות בספורט, בתוכניות אקטואליה, בחדשות ... זאת אומרת מה שעשינו פה גיוונו את המעגל הראשון שלנו, גיוונו את הגרעין הקשה שלנו לעוד פלח של מיליון צופים שאנחנו יכולים לאמוד אותו מבחינת רייטינג. ולקהל הזה אני אמשיך לכוון מדברים שלי בהמשך השקפים, בסדר? נגדיר אותו כקהל פוטנציאלי. בוא נראה מה מאפיין אותם, פה עשינו מבחינת ה- TGI היגדי סגנון חיים, כי כמו שאמרנו רק דמוגרפיה, גיל, או מעט אהבה של ז׳אנרים, משאירים אותנו קצת עקרים או קצת אופרטיבית אנחנו עדיין לא יודעים מה לעשות איתם. אז מה שעשינו פה בכחול זה כאלה העידו על עצמם וזה האינדקס, זאת אומרת שוב מה שבאמת הכי הכי בולט דירגתי אותם. צופה באירועי ספורט בינלאומיים כגון האולימפיאדה, לצורך העניין אם אנחנו רוצים או הערוץ רוצה לנהל משא ומתן על תכנים כאלה או אחרים של ספורט, הערוץ יודע עכשיו שהקהל שלו אכן צמא לאירועי ספורט בינלאומיים כי הוא...

דובר: ...

אורנה גינדי: כל מה שאני אגיד עכשיו הקדמת ואמרת, ובאמת זה הולך ביחד כמובן עם הרדיו זה האסטרטגיה שלנו החוצת פלטפורמות. אז אנחנו יודעים כבר שאפשר להסתער על הזכויות של האולימפיאדה ושל המונדיאל ושל היום שמשדרים את הגמר של ברזיל ספרד, והכל בסדר, מהבחינה הזאתי יש לנו אותם לא שינינו הרבה. ״הולך לקולנוע בקביעות״, אז גם האהבה הזאתי. ״אני תמיד מקשיב לחדשות ברדיו״, תקשיבו לזה. ״אני נוהג לקרוא את עמודי הכלכלה והכספים בעיתון שלי״, ״אנחנו עושים פחות מידי עבור המיעוט הערבי בישראל״, ״מתייעץ עם יועץ פיננסי לפני שאני מחליט בענייני כספיים״, ״למען השלום צריך

לוותר על שטחים", "אני מבצע בדיקות רפואיות תקופתיות גם כשאני בריא", "ישראל צריכה להיות פתוחה יותר לתרבות המערבית", "אני מחשיב את עצמי כפטריוט", "אני מתעניין בתרבויות אחרות". פחות או יותר יש לנו עוד מספר היגדים נוספים, מי עולה מול עינינו? בוא נתאר את אותו.

נמרוד: רגע מה זה אומר 143?

אורנה גינדי: 143 זה אומר האינדקס זה ייצוג של ... 1.43, 43 אחוז מעבר למשקלם באוכלוסייה. עכשיו מה שסימנו פה זה גם כאלה שבאמת ולא שני אחוז או שלושה אחוז באוכלוסייה, 50 אחוז, 40, יש לנו מסה קריטית של אנשים. אז הצופה הפוטנציאלי שלנו הוא ישראלי, ליבראלי, פתוח לעולם, צרכן חדשות, מתעניין בכלכלה, בספורט, מודע בריאותית. אנחנו כבר יודעים למקם אותו, ואנחנו יודעים את ההקשרים שיהיו לו עם הנושא של קיימות ועם הנושא של לא מעט דברים שקורים פה בכאן ועכשיו ועם זאת עם פתיחות עולמית. אז כל המחשבה מעכשיו לתוכניות תרבות כאלה או אחרות, לתוכניות טיולים, לתוכניות שכלכלה, צרכנות, מדע, נגיעות בזוויות של סדרות ישראליות, סרטים ישראלים, דרמה, אנחנו כבר רואים שאפשר להוציא את זה מהכוח אל הפועל, ועוד לא אמרנו איך אנחנו רוצים להוציא את זה מהכוח אל הפועל קרוס פלטפורם כי זה יהיה עוד מספר שקפים, בסדר?

נמרוד: אני רואה שהוא פטריוט, איפה ראית שהוא ליבראלי?

אורנה גינדי: "למען שלום", אנחנו רואים פה.

נמרוד: כי אני רואה ... אני רואה אחוז קטן.

אורנה גינדי: ממש לא, 35 אחוז.

נמרוד: ...

אורנה גינדי: 35, 37. למה מתוך מאה?

נמרוד: ... שהוא ליבראלי ... (מדברים ביחד).

אורנה גינדי: רגע, מה שמך? סליחה מה שמך?

נמרוד: נמרוד.

אורנה גינדי: נמרוד, אז מה שאנחנו אומרים הסקר TGI לוקח 250 היגדים שלכל היגד מתוקף מאחוריו שיש לנו מספר היגדים שנמצאים בקורלציה אנחנו יכולים לייצר סביב היגד או שניים או שלושה טיפוס של אדם.

נמרוד: ...

אורנה גינדי: כן, כן, כן, עכשיו...

נמרוד: אם הוא יודע מה זה ליבראלי?

אורנה גינדי: רגע, רגע, אז אנחנו יכולים להגדיר ליברל, חברים זה לא בעניין עכשיו של חוק ומשפט אם בעד חוק כזה או אחר, ליברל שאנחנו אומרים בעד זכויות לנשים, מקומה של האישה.

נמרוד: איפה את רואה את זה?

אורנה גינדי: המשך ההיגדים.

חגית בכר: הגדרה של ליברל זה אחד ... זה הגדרה של ליברל זה אחד שהוא ...

דובר: ... שכל התעשייה מתיישרת ...

אורנה גינדי: זה סרגל בינלאומי, הוא מתוקף בינלאומי.

דובר: אין פה, הדברים האלה מתוקפים כל התעשייה מתיישרת ...

נמרוד: אני בסך הכל, אני בסך הכל מציין שמה שאני רואה מול עיני וההיגיון שלי הוא...

אורנה גינדי: בריא.

נמרוד: ...

אורנה גינדי: כן.

נמרוד: נכון או לא נכון, אני רואה ...

אורנה גינדי: אז אני אגיד מה זה אומר.

דובר: ... (מדברים ביחד).

יו"ר- אמיר גילת: טוב נמרוד, נמרוד, נמרוד.

אורנה גינדי: נמרוד סליחה, אז אני יכולה להגיד.

נמרוד: דרך אגב קהל שמרני הוא לא, לא פתוח ...

אורנה גינדי: אז כשאנחנו מדברים על קהל של שמרנות בדרך כלל זה יהיה בהיגדים שיהיו על מקומה של האישה, בזכויות של האישה, וזה לא נמצא פה כי נמצאים ההיגדים החיוביים. אז אני אומרת יש גרף קטן עד 119, 115, יש 238.

דובר: הערה...

אורנה גינדי: הערה? קיבלתי.

חגית בכר: פעם הבאה נעשה את הנגטיב פוזיטיב של ערוץ 2, ואז תראו איזה היגדים יש ... אולי זה ייתן לכם...

אורנה גינדי: יש לנו את זה באקסל ואנחנו נוכל לראות את זה אם יהיה לנו זמן.

חגית בכר: בדיוק...

נמרוד: הקהל של ערוץ 2 בעיניכם הוא שמרני יותר מאשר הקהל הבוגר של ערוץ 1?

אורנה גינדי: לא.

נמרוד: הוא ליברלי פחות?

אורנה גינדי: לא, הוא פשוט גדול יותר, הוא רחב יותר.

נמרוד: הוא ליברלי יותר?

דובר: הוא גדול יותר ... (מדברים ביחד).

אורנה גינדי: ...

נמרוד: הוא אומר דבר הוא גם ליברלי? לפי הגדרה הוא יותר?

אורנה גינדי: הוא יותר הטרוגני, יותר מגוון, אתה תוכל למצוא בו גם כאלה וגם כאלה.

נמרוד: זאת אומרת אתם באים ואומרים לי, אתם באים ואומרים לי, זה נקודה, זה נקודה מאוד חשובה שאתם אומרים לי שבאופן יחסי, אתם אומרים שבאופן יחסי, רגע חבר'ה, אתם אומרים שבאופן יחסי לכלל האוכלוסייה, אוקי? גם בהשוואה לערוץ 2 הקהל של אחוז 1 הוא ליברלי?

אורנה גינדי: לא אמרתי את זה, לא אמרתי את זה, אני מבקשת שבאמת ניצמד למה שכתוב, ואני אומרת שיש את ההיגדים שעדיין לא כתובים והם נמצאים באקסל כיוון שאי אפשר היה להציג אותם גרפית, תקבלו את כל ההיגדים כולם. בסדר?

חגית בכר: את הכל נחשוף, תוך כדי הקריאה והלימוד של זה באמת ... לראות מה הוא הפרופיל של ערוץ 2 ...

אורנה גינדי: יש לנו גם את 2 וגם את 10 וגם הכל, הכל קיים בשביל שלא יהיה איזה שהיא תמונה שהיא תמונה שהיא חלקית, כיוון שהמטרה היא להתחרות באותה זירה, המטרה היא באמת לייצר ערוץ, אני אקדים ואומר את הסוף את הסיפא, שהוא באמת רלוונטי לחיים של האנשים שנמצאים פה, החיים של האנשים כפי שהם תופסים אותם ושהם מגדירים אותם. ואם ערוץ 1 הוא מותג שנמצא בהצטמצמות אז המשמעות לחזק ... של המותג הוא ליצור מערכת יחסים עם הצרכן שזה הצופה, לייצר את אותו דיאלוג, והדיאלוג הזה שאני אקדים ואומר עכשיו ינוע על כמה וכמה פלטפורמות. (שומעים שוב אזעקה ברקע). אותה מילה באנגלית נפלאה שאומרת ENGAGEMENT תאפשר לנו באמת לייצר יחסים בכמה פלטפורמות, ומתוך זה נרחיב את הפוטנציאל שלנו. כי שוב אני לא רוצה, ננצל את הזמן בין סירנה לסירנה רק להקדים ולומר באמת שהמטרה היא באמת לייצר עורף שיגיע לערוץ מכמה וכמה מסכים, זה יגיע מהרדיו, זה יגיע מהאינטרנט, זה יגיע מהסמארטפון, וזה יגיע מכל מיני דברים שתיכף נתקף אותם. אבל אני מצטרעת שהקדמתי את המאוחר, רק ניכנס לעניינים. יופי ועכשיו אנחנו יושבים ושואלים את עצמנו, וזה היה בסקר הטלפוני, מאוד עניין אותנו לדעת אוקי יש לנו מותג, אנחנו רוצים לבחון את היחסים שלנו את החוזקות שלו ואת החולשות שלו, כי אנחנו רוצים לייצר קשר. ואז מה אנחנו אומרים? שהנכסים שבזכותם אנשים צופים בערוץ 1, זה היתה שאלה פתוחה לא נתנו להם אפשרויות דובבנו אותם, וזה מה שהם אמרו. מה הנכסים של הערוץ? חדשות, פוליטיקה ואקטואליה, 23 אחוז אמרו את זה. תוכניות טובות ומעניינות, 22 אחוז אמרו את זה. אין פרסומות, ערוץ טוב ואיכותי, כשאין משהו מעניין, והרגל.

דובר: שישה אחוז מהנשאלים?

אורנה גינדי: כן נכון, ולכן אנחנו נסתכל על זה.

דובר: אוקי.

נמרוד: תוכניות טובות הכוונה ...

אורנה גינדי: זה כללי, אחר כך שאלנו גם פרטני.

יו"ר- אמיר גילת: זאת אומרת רק שישה אחוז חושבים שהוא איכותי?

אורנה גינדי: לא.

דוברת: לא, שואלים אותם למה אתם צופים בערוץ?

אורנה גינדי: השאלה הראשונה בגלל ...

דוברת: אז 23 אחוז חושבים שהחדשות והפוליטיקה ...

יעקב בורובסקי: זה נתון, זה פילוח בפני עצמו טוב, זאת אומרת ...

אורנה גינדי: בדיוק זה בדיוק העניין, אנחנו נמצאים החצי מיליון שרואים מבחינתם יש הלימה מושלמת למוצר שהם מקבלים.

דובר: יש מעט אנשים.

אורנה גינדי: נכון.

דובר: ומתוך המעט הזה חושבים 25 חושבים שהחדשות זה דבר חשוב.

אורנה גינדי: בדיוק כך.

דובר: והתוכניות.

אורנה גינדי: נכון, אז מה שאנחנו אומרים...

יו"ר אמיר גילת: כל אחד אמר משהו אחד, נספר פעם אחת?

אורנה גינדי: הוא יכול היה להגיד ... (מדברים ביחד).

יו"ר אמיר גילת: ואז הוא נספר פעמיים?

אורנה גינדי: לא.

דובר: זה לא אומר שאחרים לא חושבים שהערוץ איכותי.

אורנה גינדי: נכון ודאי.

דובר: הם צופים בגלל שיש אקטואליה...

אורנה גינדי: נכון.

דובר: אבל הם לא צופים בגלל הסיבות ... (מדברים ביחד).

אורנה גינדי: יעקב אתה היית הילד בכיתה שראה תמיד שני צעדים לפני המורה?

דובר: הוא היה המורה.

יעקב בורובסקי: אני הייתי מורה.

אורנה גינדי: גם אני, אז יאללה אז הנה שיח מורים. ... בגללם לא צופים בערוץ 1, וזה ילמד אותנו לא פחות, אין תוכניות מעניינות, משעמם, אין מה לראות, מיושן, הערוץ לא מעניין, לא אוהב או חוסר עניין. חוסר עניין ...

דובר: ...

אורנה גינדי: נכון, נכון, נכון, סליחה שאני, 95 אחוז הרגל לראות ערוץ אחר, יותר מידי חדשות ופוליטיקה. תראו את ההצלבה, פה אבל זה כבר אחוזים קטנים, בסדר? אז בוא נראה היתרונות המרכזיים, ואנחנו תמיד נחזק את החוזקות שלנו, תמיד ניקח את הנכסים שלנו ונעצים אותם, אנחנו לא הולכים להיפרד מהם, אנחנו הולכים לחזק חוזקות אבל להרחיב את הקהל הפוטנציאלי שהיום הוא חצי מיליון למיליון וחצי שאיתם נרצה לייצר שיח, והם לדעתי בפוטנציאל להביא עוד חצי מיליון.

דובר: שאלה.

אורנה גינדי: רגע לא סיימתי, רגע. אז הסיבה שבערוץ 1 בעיקר צופים בזכות מהדורת החדשות ותוכניות הפוליטיקה והאקטואליה, הסיבה העיקרית בגללה לא צופים בערוץ זה חוסר עניין, שעמום ותפיסתו כמיושן. אני אחזור על המילה הזאתי LOOK AND FEEL, פעם הייתי יועצת של MTV ששם זה היה LOOK AND FEEL, היה שם שתי סיסמאות LOOK AND FEEL ו- MISS AND MATCH מבחינת תוכניות. אז המשמעות של LOOK AND FEEL אנחנו ניגע בזה, וכל מי שיושב בחדר עריכה ויושב על השידור ויודע את זה וגם ברדיו וגם בטלוויזיה, המקום שאתה עושה קאט אתה אומר ש... המקום שאתה יוצר קצב, המקום שעל הרולר אתה כבר מראה את התוכניות האחרות, המקום שבו באמת אתה מייצר איזה סוג של ביט שאומר לצופה אני חי אני ויטאלי ואני איתך. והמשמעות הזאתי שכיוון שאנחנו לא נמצאים בסביבה שהיא באמת לא קיימת.

(אנשים נכנסים עם אזעקה לא שומעים).

אורנה גינדי: אפשר להמשיך? (חילופי דברים עם אנשים שנכנסו). לא פשוט אין בעיה, אם תאפשרו להם לשבת אז אולי ... למי שישב פה. (מדברים ביחד).

דובר: מי שיחזור, מי שחוזר לפה אנחנו מפנים לו את הכסא ניתן לו לשבת.

אורנה גינדי: אין בעיה.

דובר: אין שום בעיה.

אורנה גינדי: ...

דובר: כמו שאת רואה אנחנו מאוד מנומסים, אנחנו לא ... (מדברים ביחד).

דוברת: אני רוצה להגיד לך משהו ... אבל זה לא יעלה על הדעת שאנחנו נוציא ברגע זה 15 מיליון, 15 מיליון ... (מדברים ביחד).

דוברת: אנחנו אורחים.

דוברת: לא אבל מי שקשור לתוכניות צריך לדעת את זה.

דוברת: 15 מיליון להוציא החוצה ... מעבר למה שאנחנו מחויבים, ובאותה נשימה להוריד ולהרע את תנאי העסקתנו ואת המשכורת שלנו. אני מאסטר בתקשורת 40 שנה ברשות משכורת ... 5350 ₪ בלי שעות נוספות, זאת תהיה המשכורת שאני אקבל, ובחוץ הוא יקבל מיליון שקל כשאני יודעת כמה הוא ירוויח. וזה מעבר למה שאני צריכה לעשות השנה. זה לא יעלה על הדעת.

דובר: יש אנשים כמוני עשר שנים לא נותנים להם דרגה ...

דוברת: אני לא מדברת על הדרגה שמגיעה לי, אני לא מדברת על דרגה אני מדברת על שכר היסוד ... 5350 ...

דובר: זה תפקיד שהוועד מנהל יפתור את ... שהם רוצים ... רפורמה.

דוברת: ועד מנהל מנהל, שידעו למה העובדים כועסים, 15 מיליון ... על חברים שמדברים אחד עם השני ומקבלים 150 ... (שוב נכנסים אנשים ועושים אזעקה).

אורנה גינדי: (מדברת ביחד עם מישהו ולא שומעים). גם מי שצופה וגם מי שלא צופה ... לא נקטנו בשמות של תוכניות ...

דובר: ...

אורנה גינדי: כן. הרצון, הרצון באמת שיהיה יותר מעניין. ואז אמרנו להם תשמעו בשאלה פתוחה, איזה תוכניות אתם רוצים לראות בערוץ 1? ושאלנו את זה ...

שנשמע כאילו ... סדרות, סרטים, שיהיה לנו ... (שומעים אנשים מדברים ולא את אורנה ושוב יש אזעקה). אני אומרת שיש צימאון שאפשר לתרגם אותו, עכשיו לפה נכנסות הגדרות ... מה שחשוב לדעת ... שאנשים רוצים ... בוא נראה במה אנחנו מבינים ומה המשמעות ... אני חושבת שזה אולי התחושה הזאתי שעולה מהמחקר שהמקום שהערוץ ... והיה רלוונטי ...

דובר : ...

אורנה גינדי : עכשיו אם אתה רוצה ... אז אין בעיה, אם אנחנו רוצים ... בוא ניקח את השעשועון הכי גדול והרכש הכי גדול ... ואנחנו תיכף נדבר על הנושא ... תמיד אתה יכול ... תסתכל פה פשוט בצבע ... ו- 80 אחוז למעלה מ- 80 אחוז אמרו שהם מוכנים לשוב בגדול לערוץ 1 במידה ויעשו בו שינוי ... בדרך כלל שיש מותג שהוא בדעיכה אז אנשים ויתרו עליו, פה זה איזה סוג של עוף החול שהוא יכול ...

דובר : ... זה נתון שממש הפתיע אותי...

אורנה גינדי : זה נתון שאנחנו...

דובר : כי אנחנו רגילים בדרך כלל ... (שוב אזעקה ולא שומעים כלום).

אורנה גינדי : (מדברת עם מישהו ולא שומעים כמעט). לגבי יום שישי ... את כל הניתוחים האפשריים...

דובר : שזה כאילו ...

אורנה גינדי : כן, כן בדיוק ... את יום שישי בפריים ...

דובר : ...

אורנה גינדי : כן, אני יודעת לנטרל ...

דובר : וגם פה השאלה אם הנתונים של היום ...

אורנה גינדי : כן נכון, נכון.

דובר : ...

אורנה גינדי : אבל תשמע כשאתה יורד משבע לשלוש אז ...

דובר : ...

אורנה גינדי :נכון, אבל בפריים ...

דובר :אז השאלה אם הנתונים ...

אורנה גינדי: מה שהם עשו פה הם עשו פריים ... אנחנו עובדים עם ... אבל המגמה עולה.

דובר: אוקי.

אורנה גינדי: אז אם נדבר על יום שישי, יום שישי מבחינת סך כל הפוטנציאל לצפייה שלו זה ... אז ככה כל הפוטנציאל צפייה הוא 50 אחוז, 50 אחוז ממשקי הבית יפתחו טלוויזיה, כי אחרים יהיו ... ולעומת 70 אחוז בימי חול. מתוכם בוא תראה את רשת, רשת לא פיצחה מי יודע מה את ...

דובר: רשת?

אורנה גינדי: רשת יום שישי

דובר: למה?

אורנה גינדי: יש לה את אחד נגד מאה בפעם המי יודע כמה, לא מי יודע יש שמה פיצוח, אנחנו לא מדברים על הימים של ארץ נהדרת.

דובר: אוקי.

אורנה גינדי: ... זה בסדר אנחנו למודי א...

דובר: ...

אורנה גינדי: בסדר, אז אולי נעשה את זה...

דובר: לא, לא, תמשיכי.

אורנה גינדי: זה בסדר?

דובר: לא יהיה לנו זמן כבר, אה יוני ... (מדברים ביחד).

אורנה גינדי: לא אני אומר שאנחנו גם נדבר ... אז מה שאנחנו רוצים לייצר פה זה באמת, אני רוצה בכל זאת בזמן שנשאר נדלג רגע על יום שישי אנחנו נחזור אליו, אני רוצה להסביר על האסטרטגיה שאנחנו רוצים, השווינו פה עם "שי בשבת".

דובר: ...

אורנה גינדי: אתה רוצה? לא ידעתי מה חשוב לך.

דובר: כן, כן, לא, הכל חשוב.

אורנה גינדי: כי חשבתי ש...

דובר: לא...

אורנה גינדי: ישגרו אותנו החוצה.

דובר: לא מה פתאום. אז מה אנחנו אומרים? יש לנו פה באמת את א... עכשיו הבנייה של לוח משדרים היא בדרך כלל שתוכנית תביא לתוכנית הבאה, אז יש לנו בסיס ועליו אנחנו נזרום ונוביל לעוד תוכנית. מה שקורה ביום שישי מה עושה ערוץ 1? ערוץ 2? ערוץ 2 יש לו באמת את החדשות עם 14, 15 שהוא פותח פריים ואחר כך יש לנו את אחד נגד מאה, לאחר מכן עוד מעט שעשועונים והם יורדים, הם תואמים את העקומה. לעומת זאת ערוץ 10 מדשדש סביב השלושה אחוז, הוא לא מצליח להתרומם עם החדשות שלו, ואנחנו רואים שהם החליפו לא מעט ז׳אנרים ומנחים, עדיין לא פיצחו את א... אבל בתשע ורבע כשאתם מסיימים ומי שלא רוצה לראות את השעשועון יש עכשיו פה את שי שטרן ... אחוז אחד ותיכף נלך ...

דובר: ... עוד יומן״, מה קורה?

אורנה גינדי: ״עוד יומן״ שלושה אחוז ... ויש את התוכנית ...

דובר: נפגשים בשישי.

אורנה גינדי: כן.

דובר: וכמה יש ...

אורנה גינדי: שלושה אחוז והנה הם, הנה אתה ... זה הסקאלה אתה פה. אבל מה אנחנו אומרים? כולם יחסית נמוכים כי גם אין איזה שהוא סוג של פיצוח של השש שבע בערב איך שהוא יש עליו איזה שהוא ויתור לשים תוכנית בישול, תוכנית כזאתי של אירוח אולי. מה שאנחנו רואים פה ותיכף אנחנו נראה את זה החמש שש שמסיימת איילה חסון זה העניין שדיברתי ... שאם איילה חסון בדרך כלל אנחנו רואים את זה עם יונית ירום הודה פותחת לקיציס בתוך המהדורה ויוצרת איתו את אותו משחק מקדים.

דובר: לא אבל ...

אורנה גינדי: ואחר כך יש שם איזה שלוש דקות שהם תודות לכל נערת המים, ואנחנו מפספסים אותם. עכשיו מה קורה? אתם זוכרים שהקהל של המהדורה של איילה חסון ותיכף נראה את זה הוא קצת יותר מבוגר, אז רק שליש מהקהל

הזה עובר לראות את וילוז'ני ואת יעקב כהן, את השאר הם מצליחים לקבל מבחוץ. זאת אומרת הם מקבלים יותר אנשים וקהל קצת יותר צעיר.

דובר: מה זה מבחוץ?

אורנה גינדי: מבחוץ זאת אומרת מערוצים אחרים שמגיעים אליהם.

דובר: הבנתי.

אורנה גינדי: אבל זה לא מספיק, ושנדבר על קידום ושנדבר על נושא של דיגיטל ושנדבר תיכף על משהו ...

דובר: יש נתון עכשיו שהולך להיכנס עכשיו המעגל בערוץ 2.

אורנה גינדי: נכון.

דובר: אתם מודעים לזה?

אורנה גינדי: כן, כן, כן, דן שילון. תשמע כי אין להם, הקונטקסט של...

דובר: אבל זה יכול להביא רייטינג זה מיד אחרי אולפן שישי.

אורנה גינדי: נכון, אז בדיוק כמו שהיה להם את 1 נגד מאה, אין להם מי יודע מה לרשת.

דובר: טוב בואי תמשיכי.

אורנה גינדי: אז בואו נתקדם עם זה. עם מי צופים ביום שישי? שוב אז ביום שישי מה שמאפיין אותו בדרך כלל זה צפייה משפחתית עם בן או בת הזוג.

דובר: באיזה שעות? בפריים?

אורנה גינדי: כן פריים טיים, תמיד אנחנו נשאל משבע ואילך זה בדרך כלל משמונה, בסדר? זה שעות הצפייה המשפחתיות, זה סוג של ישראליות, זה סוג של עונג שבת כזה. ולכן התוכניות שאנשים רוצים לראות אותם אכן רוצים לראות בידור ואירוח, אף אחד לא יגיד לך בז'אנר אחר, רוצים לראות את הבידור ואת האירוח אבל להפוך אותו לבידור ואירוח שהוא באמת רלוונטי ושייך. שמעתי שהיתה איזה החלטה ש- וילוז'ני ויעקב כהן לא יכולים לראיין טאלנטים שהם לא...

דובר: שהם מערוצים מתחרים, כן.

אורנה גינדי: אבל זה כמעט יהיה כמו סליחה בגסות היתוש והפיל אתה יודע ששניהם עושים אבק, המשמעות היא כמעט שכולם היום קשורים באיזה שהוא

חוזה טאלנט או חוזה הפקות או עם 2 או עם 10. אז אתם מתחרים עם ידיים קצת קשורות, כי ... כשהיתה להם את התוכנית של קרן פלס הם עשו 5.7 ...

דובר: כן אבל לא מדברים על זה ... כי לא מקדמים ...

אורנה גינדי: בסדר אבל לא אתה לא מקדם את ה...

דובר: אני יודע ...

אורנה גינדי: של איך קוראים לו מלצר מחולון ההוא בריאליטי, אנחנו מדברים ש...

דובר: לא ...

אורנה גינדי: ... בערוץ 1 בניגוד ל- 2 יהיה יותר גברי מנשי, ו- 2 יהיה יותר נשי ... (לא שומעים ושוב יש אזעקה).

אורנה גינדי: אבל חבר'ה אנחנו האורחים, אנחנו חברה חיצונית.

דובר: אתם אורחים אני יודע ... אין לנו נגדכם ולו, ראית שכל ההנהלה יצאה החוצה.

אורנה גינדי: הייתי השבוע במכון מור ועשיתי בדיקת שמיעה.

דובר: ואיך היה? אוי ואבוי עכשיו נראה לי קלקלנו לך הכל, קלקלנו לך הכל.

אורנה גינדי: עכשיו בטוח אני לא שומעת.

דובר: קלקלנו לך הכל. (אנשים מדברים ביחד ברקע ושוב אזעקה).

אורנה גינדי: תודה, תודה, תודה, אל תכניס אף אחד ... (חילופי דברים בין אנשים בחדר).

דוברת: שיבואו אלינו, שיבואו אלינו. (חילופי דברים בין אנשים בחדר).

אורנה גינדי: לא אל תפתח את זה בבקשה, סליחה, סליחה, סליחה בבקשה. (שוב אזעקה ואנשים מדברים ביחד עד סוף ההקלטה).