

שוקי וייס: "בארץ מרכיב הפרסום והשיווק הוא למעלה מ-15% מתקציב ההפקה וכ-10%~12% הם נגזרת תקציב הביטחון והאבטחה. רק משני סעיפים אלו נוצר פער של למעלה מ-25% מול חו"ל"

# תרגיעו, למה בסוף לא נבוא

בסדר, אז ישראל לא יעד אטרקטיבי כל כך. אבל 400 שקל בשביל לראות את טורי איימוס?

השבוע: יובל שקד

## 1. הבעיה: לעבוד יומיים (בשביל טורי איימוס)

יום אחד אתה מגלה שטורי איימוס מגיעה לארץ. נכון, היא אחרי השיא שלה, והיא הוציאה כמה דיסקים שאתה לא היית מוכן לשמוע יותר מפעם אחת. אבל בכל זאת, טורי איימוס! הלא בכינו יחדיו ב"Crucify"? הלא כאבנו את אובדנה ב"Spark"? אין ספק שאפילו היום לראות אותה מקרוב יכול להוות חוויה רגשית לא קטנה. ואז אתה מגלה שתמורת הבכי והכאב אתה צריך לשלם 320 שקל. זה במקרה הטוב. במקרה הרע, 400 שקל. הלך שכר של שני ימי עבודה.

דווקא היה שלב כזה שחשבנו, חברי ואני, על הקמת אתר אינטרנט שידחף ויעזור להבאת הופעות מחו"ל לארץ. וגם הקמנו ([www.boyamanyak.com](http://www.boyamanyak.com)). היה זה בין השאר מתוך התחושה שאחת הבעיות בלהביא אמן היא סוגיית המחיר. מפיק שמביא אמן לארץ לוקח סיכון עסקי לא קטן. חשבנו: אם אפשר לברר מה המחיר הממוצע שאדם יהיה מוכן לשלם עבור הופעה של אמן כלשהו \_ במקרה שאותו אמן מגיע \_ אפשר לתמחר באופן סביר את הכרטיסים. תמחר טוב הוא לא אקט פילנתרופי, שכן גם המפיק מרוויח ממנו. קביעת מחיר סביר לכרטיס מאפשרת, לפחות באופן פוטנציאלי, ליותר אנשים להגיע להופעה.

אבל מה זה מחיר סביר? מבחינת הצרכן, מחיר סביר הוא פחות או יותר המחיר הממוצע שקהל היעד של המוצר יהיה מוכן לשלם בעבורו. כלומר, כמה אנשים שרוצים לבוא להופעה חושבים שהיא שווה. מבחינת המפיק, מחיר סביר הוא המחיר שהמפיק חושב שההופעה שווה. אני בתור צרכן חושב כמה שווה לי להוציא ביחס לעלויות שלי; המפיק חושב כמה שווה ההופעה ביחס לעלויות שלו. הרעיון הכללי הוא שנפגשים איפשהו באמצע. ובכל זאת, עם טורי איימוס היינו \_ המפיק ואני \_ רחוקים מהאמצע. רחוקים מאוד.

## 2. הטענה: בחו"ל זה עולה יותר (לא נכון)

לפני שאלת המחיר בארץ, חשוב לטפל בדעה הנפוצה, המנוסחת לרוב כך: "בחו"ל זה עולה יותר". לאחר הניסוח, תמיד מגיע ההסבר: "ככה זה בשאר העולם, ואם אנחנו רוצים לראות הופעות של אמנים בירמה עולמית, אנחנו צריכים להיות מוכנים לשלם את המחיר בהתאם". אז \_ איך לומר \_ יש בעייתיות עם הטענה. נכון שהופעות בלונדון וניו יורק עולות לפעמים פי שניים מהופעות בארץ, אבל יש לכך סיבות סבירות: חלק גדול מהעלות של הפקת הופעה נקבע לפי המקום שבו היא מופקת. לדוגמה, לשכור את האנגר 11 זה הרבה יותר זול מאשר לשכור את ה-Radio City Music Hall. אבל עזבו את לונדון וניו יורק. נכבדתנו איימוס הופיעה לא מעט בסיבוב האחרון שלה באירופה, והמחירים לא רק שלא היו יקרים אלא אף זולים יותר. להלן ההוכחות: בפירנצה ההופעה עלתה בין 32 ל-46 אירו (175~255 שקל); בפריז \_ בין 40 ל-50 אירו (220~275 שקל); ברומניה \_ בין 80 ל-150 לאו (130~250 שקל). באף אחד מהמקרים האלה לא מדובר בהופעה במסגרת פסטיבל \_ הופעות שבהן ניתן

לארגן תמורה גבוהה יותר עבור הכסף. דרך נוספת להוזיל כרטיסים היא לקבוע כמה הופעות באותה מדינה עבור אותו אמן. באיטליה זה אכן היה המקרה, אבל רק שם. בצרפת וברומניה היתה הופעה אחת בלבד. כמו בישראל.

### 3. דבר המפיק (שוקי וייס מסביר)

“צריך להבין שהזמן הכרוך בהבאת הופעה לישראל – יום טיסה והקמות, יום מופע ויום טיסה בחזרה – משלב בתוכו עלות גבוהה של שכר צוותים לשלושה ימים”, מסביר שוקי וייס, שמפיק בין השאר את ההופעה של איימוס ברעננה. וייס הוא בין המפיקים הוותיקים בארץ. בין ההופעות שאירגן לאחרונה אפשר לציין את בלונד רדהד (190~220 שקל, בהאנגר 11), אוונסנס (200~370 שקל) ורוג'ר ווטס (375~700 שקל). “העלויות הכרוכות בהפקת מופע בישראל אינן דומות לעלויות בחו"ל – מרכיב הביטחון, האבטחה, המיסוי והפרסום גדולים לאין שיעור מהמקובל באירופה”, מסביר וייס. “בארץ מרכיב הפרסום והשיווק הוא למעלה מ-15% מתקציב ההפקה וכ-10%~12% הם נגזרת תקציב הביטחון והאבטחה. רק משני סעיפים אלו נוצר פער של למעלה מ-25% מול חו"ל. הסיכון שבהבאת אמנים לישראל הוא עצום דווקא בגלל חוסר היכולת שלנו לבטח את ביטול המופע כתוצאה מסיכונים מלחמה ופיגועי טרור.” (וייס לא מדבר על זה, אז אנחנו נזכיר: וייס עצמו ספג הפסדים כספיים לא קטנים בשנה שעברה בעקבות הביטולים של קלי קלרקסון ודפש מוד. כמו עסקים רבים בצפון, גם וייס הפך קורבן מלחמה. המדינה – ישראל, כן? – הבהירה שהיא לא עוזרת בעניינים כאלה).

### 4. להלן הנוסחה (בערך)

אז איך מתמחרת הופעה בארץ? “אתה חייב להביא בחשבון המון גורמים”, אומר דניאל שריד, מהבעלים של לבונטין 7. “ישנם טיסה, מלון, פרסום, יחצנות. בסופו של דבר אתה מנסה להעריך כמה כרטיסים תוכל למכור”. לבונטין 7 הביאו כמה אמנים מחו"ל השנה – הפליימינג ליפס, מלווינט, ואולי ההופעה הגדולה ביותר (בשיתוף האוזן השלישית) – מייק פאטון עם פנו. כרטיס להופעה, היקרה שבהפקות של לבונטין השנה, עלה 160 שקל. ועם זאת, אין מה להשוות הפקה של להקת רוק כמו הפליימינג ליפס, שהופיעו גם בגן בנימינה בחיפה בחינם, להפקה של טורי איימוס. אז איך מתמחרים הופעה שאמורה למלא מקום כמו אמפי פארק ראשון לציון? “המחיר נקבע לפי התנאים הספציפיים של כל הפקה”, מסביר אילן אלקיים מ-Alive הפקות, שהביאו אמנים כמו איגי פופ והסטוג'ס (גני התערוכה – 222 שקל) ומתוכננים להביא את ניין אינץ' ניילס בספטמבר. “בשון פול ניסו להגיע לקהל גדול של 10,000, ובהתאם הם תימחרו את ההופעה (מחיר כרטיס היה בין 100 ל-200 שקל). חשוב שהמחיר לא יפחיד את הקהל. אם המחיר גבוה, אנשים מצפים להפקה מדהימה, אחרת הם ירגישו שניצלו אותם”.

### 5. אז איך מוזילים? (יאללה, תתמסחרו)

ישנן דרכים אחרות להוזיל מחיר של הופעה. כרטיסים מוזלים להופעות של שון פול ולורן היל ניתן היה להשיג דרך מבצעים של מוטורולה וארומה (בהתאמה). אלא ש"לא כל אמן מוכן להעניק חסות מסחרית להופעתו", כפי שמסביר וייס.

חיפוש זריז באינטרנט מגלה שסיבובי ההופעות של טורי איימוס ואלאניס מוריסט היה בחסות BestBuy ~1.mp3.com. חסות מסחרית לא אומרת בהכרח שיופיע שלט ענק עם שם החברה מאחורי האמן (ע"ע שון פול). “יש חוזה לדברים האלה”, מסביר אלקיים. “מיתוג חייב להיות במרחק מסוים מהבמה. אמנים ברמה הגבוהה שמנהלות אותם חברות רציניות בודקים את הדברים האלה לפרטים הקטנים”.

### 6. אז הולכים? (לא)

ייתכן שטורי איימוס כבר לא מוכנה לתת חסות מסחרית להופעות שלה. ייתכן גם שהיא מוכנה, אך לא נמצאה חסות מתאימה. אבל תמיד ייתכן כי המפיק החליט שאין צורך. שיש קהל, והקהל ישלם. מה גם

שהקהל של טורי איימוס, מבחינת הרכב גיל ומעמד כלכלי, הוא לא אותו קהל של שון פול ובלונד רדהד, וסביר להניח שהוא יכול לשלם יותר. אני, בכל מקרה, את החישובים שלי עשיתי, וביום שבת אשאר בבית. ובתכלס, הדיסק האחרון שלה לא היה משהו.