



עונת יצוא פלפל 2015/16

הרצאה בסיכום עונת גידול ירקות בערבה
23/5/2016, מרכז ויידור תחנת יאיר

שבתאי זמיר
STM יצוא חקלאי



איפיוני עונת 2015/16 מבחינת חברת היצוא



איחוד עם חברת דמקה ➤

הקמת בית אריזה מרכזי משוכלל וחוסך כוח אדם בעין יהב ➤



איפיוני העונה באופן כללי

אקלים

טמפרטורות גבוהות בתחילת עונת הגידול 



חטטי חום-פיטינגים




אקלים


טמפרטורות נמוכות במרכז הגידול


חטטי קור





אקלים

משקעים רבים 





סידוקים





מים

מים ברמות מוליכות גבוהה 



תשומות

- ירידה במחיר התובלה הפנימית בארץ
- ירידה במחיר התובלה האווירית
- ירידה במחיר התובלה הימית
- ירידת ערך המטבע במושגים שיקלים כלפי המטבעות המרכזיים: דולר-רובל-סטרלינג-יורו.



מגמות שיווקיות

➤ מטרה ליצור דרישה לפלפל הישראלי

1. כול ההסמכות והדרישות של הלקוחות השונים


2. הקפדה על איכות המוצר

3. הקפדה על בטיחות המוצר

4. הארכת חיי המדף

5. רציפות

6. זמינות



יעדי שיווק לפלפל הישראלי

ארה"ב

רוסיה

גרמניה

אנגליה

יתרונות לפלפל הישראלי בשיווקי היעד

➤ רוסיה- חרם של רוסיה על התוצרת מאירופה

מעבר משוק פתוח(סטונאי) לרישתות שיווק ביחס של 30/70 לטובת הרשתות

ארה"ב- יתרון בתקופות של חוסר פרי מספקים יותר קרובים(מכסיקו, מרוקו, ספרד)

גרמניה- זמן הגעה ללקוחות קצר באופן משמעותי מספקים אחרים (ספרד, מרוקו)

אנגליה- יציב בדרישה ועובד לפי תוכניות עונתיות



תודה על ההקשבה 