



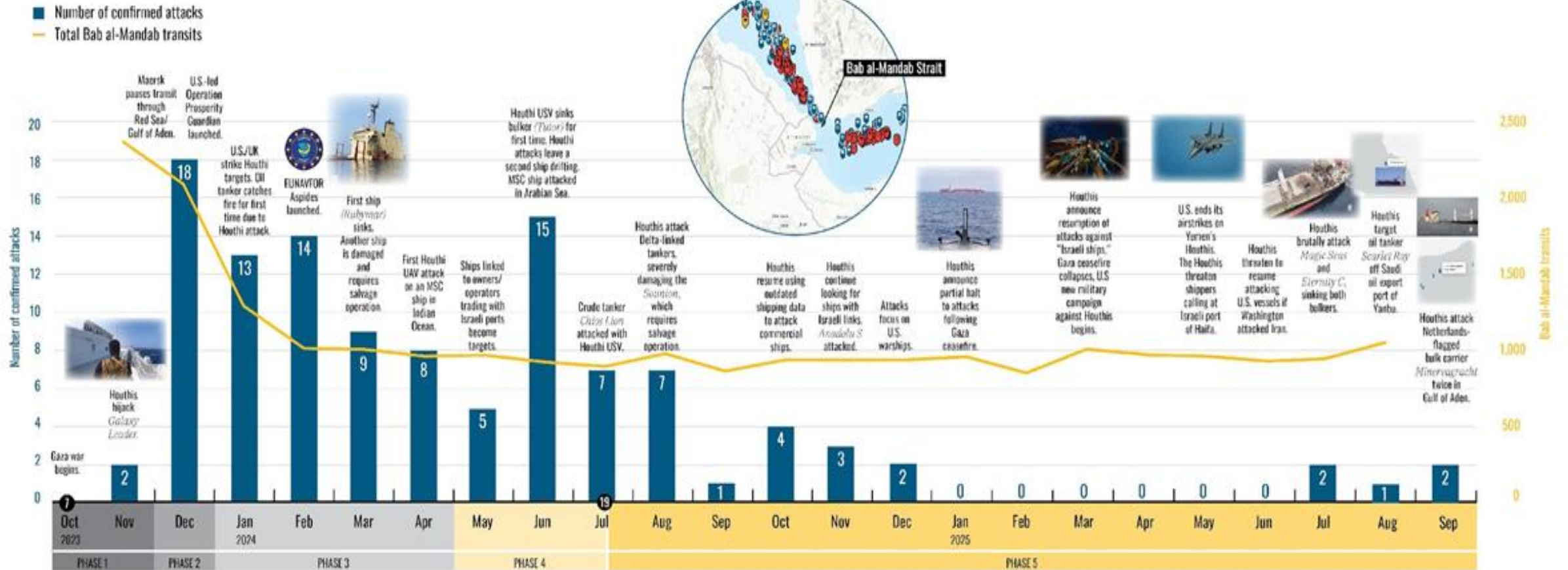
מיתוג פירות וירקות

גל טוויג - מנהל פיתוח עסקי ויועץ

שינויים גלובאליים והשפעה על ענף החקלאות בישראל

- החל מ-7.10, חווים אנטישמיות בכל מקום כמעט, ארגונים כמו BDS מגיעים לרשתות ומדביקים מדבקות על מוצרים מישראל, נעשות פניות כל הזמן של ארגונים אלו לרשתות בדרישה להוציא אותנו מהמדפים
- רשתות רבות באירופה הוציאו מוצרים ישראליים מהמדף
- האיחוד האירופי רוצה להקפיא את הסכם הסחר עם ישראל
- מדינות עצרו לחלוטין את יחסי המסחר (טורקיה)
- מלחמת המכסים של טראמפ שינתה מהותית את מפת הסחר העולמי והשפיעה כמובן גם עלינו (מנגו ואגסים לדוגמא)
- קשיים בהעברת סחורות (מיצרי באב אל מנדב) והתייקרות של הובלות וביטוחים

Transit in Bab al-Mandab and Confirmed Houthi Attacks on Commercial Ships (Nov 2023–Sep 2025)



Attacks focused on missiles launched toward Israel starting in October with the Gaza war and on Israel-linked ships in the Red Sea starting in November.

Attacks expanded to include all ships heading to Israeli ports. Those with direct or indirect links to Israel also became targets, as well as those with past visits to Israeli ports.

Attacks expanded to include U.S.- and UK-linked ships.



Attacks expanded to include ships whose owners/operators have vessels visiting Israeli ports.

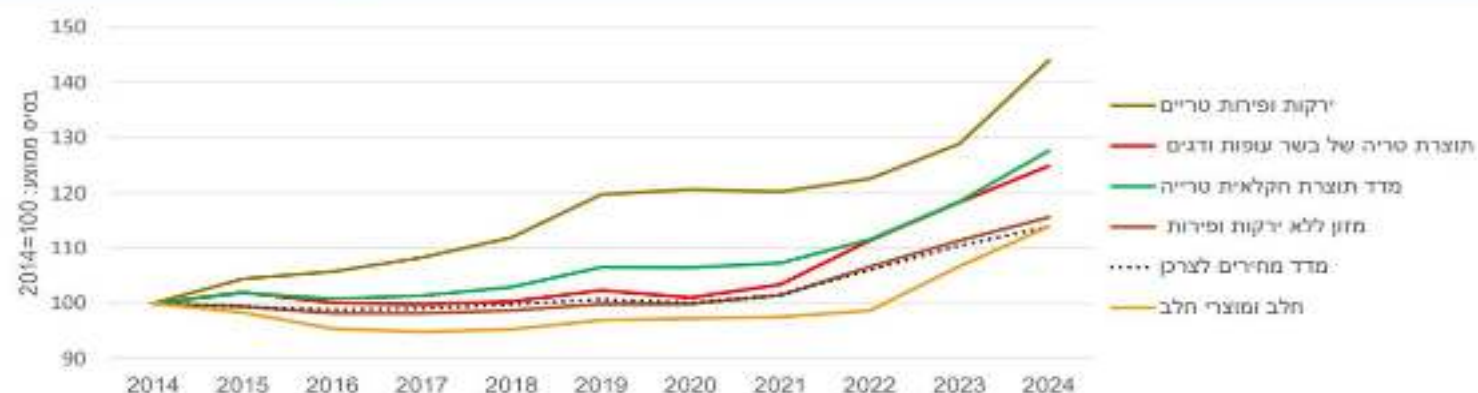


This phase was announced after the Houthi "Ya'ali" drone launch at Tel Aviv on July 19.

מגמות עיקריות בישראל

- **ירידה ביצוא הירקות:** מסתמנת מגמת ירידה עקבית ביצוא הירקות מהארץ. בשנת 2024 נרשמה ירידה של כ-25% בכמות היצוא לעומת 2023
- **עליית מחירים לצרכן:** לאורך העשור האחרון נרשמה עלייה עקבית במדד מחירי הירקות והפירות, כאשר מדד הירקות עלה בכ-30%
- **העדפות הצרכן הישראלי:** הקריטריונים המובילים בבחירת ירקות הם טריות/איכות (77%), מחיר (66%) ובשלות (44%)
- **חיפוש אחר תוצרת מקומית:** גוברת המגמה של קנייה ישירה מחקלאים וירקנים, הנתפסת כבריאה יותר, מכילה פחות חומרי הדברה ואיכותית יותר
- **חדשנות וטכנולוגיה בגידול:** המחקר בענף מתמקד בהחדרת זנים חדשים, שיפור האיכות, והפחתת השימוש בחומרי הדברה
- **התחממות גלובאלית:** יותר מקרי קיצון בהם גשמים יורדים מצד אחד ומצד שני חום ולחות בזמנים לא רגילים, מצב הדורש יותר השקיה ושימוש במים
- **עובדים זרים:** סגירת הרשות הפלשתינית כמעט לחלוטין והגדלת מספר העובדים הזרים בצורה משמעותית
- **ביטחון תזונתי:** לראשונה, משרד החקלאות הבין שנדרש תכנון ארוך טווח להבטחת הביטחון התזונתי של ישראל ותוכנית מקיפה מתחילה לתהוות

התפתחות מדדי המחירים לצרכן



מדד מחירים לצרכן	2024 לעומת 2023	2024 לעומת 2014
מדד מחירים לצרכן	3.1%	13.9%
מדד תוצרת הקלאית טרייה	7.8%	27.6%
מדד ירקות ופירות טריים	11.7%	44.0%
מונח ללא ירקות ופירות	3.8%	15.6%
מדד תוצרת טרייה של בשר שופת ודגים	5.5%	24.9%
מדד חלב ומוצרי חלב	6.8%	14.0%

מדד מחירי ירקות ופירות טריים לצרכן

בהשוואה ל-2023, בשנת 2024 עליה משמעותית בשיעור של 11.7% במדד מחירי הפירות והירקות, שהושפעה מהמלחמה

מקור: הלשכה הלאומית לסטטיסטיקה, משרד החקלאות והמזון והחקיקה

המחלקה לחקר
המזון והמזון
המחלקה לחקר
המזון והמזון



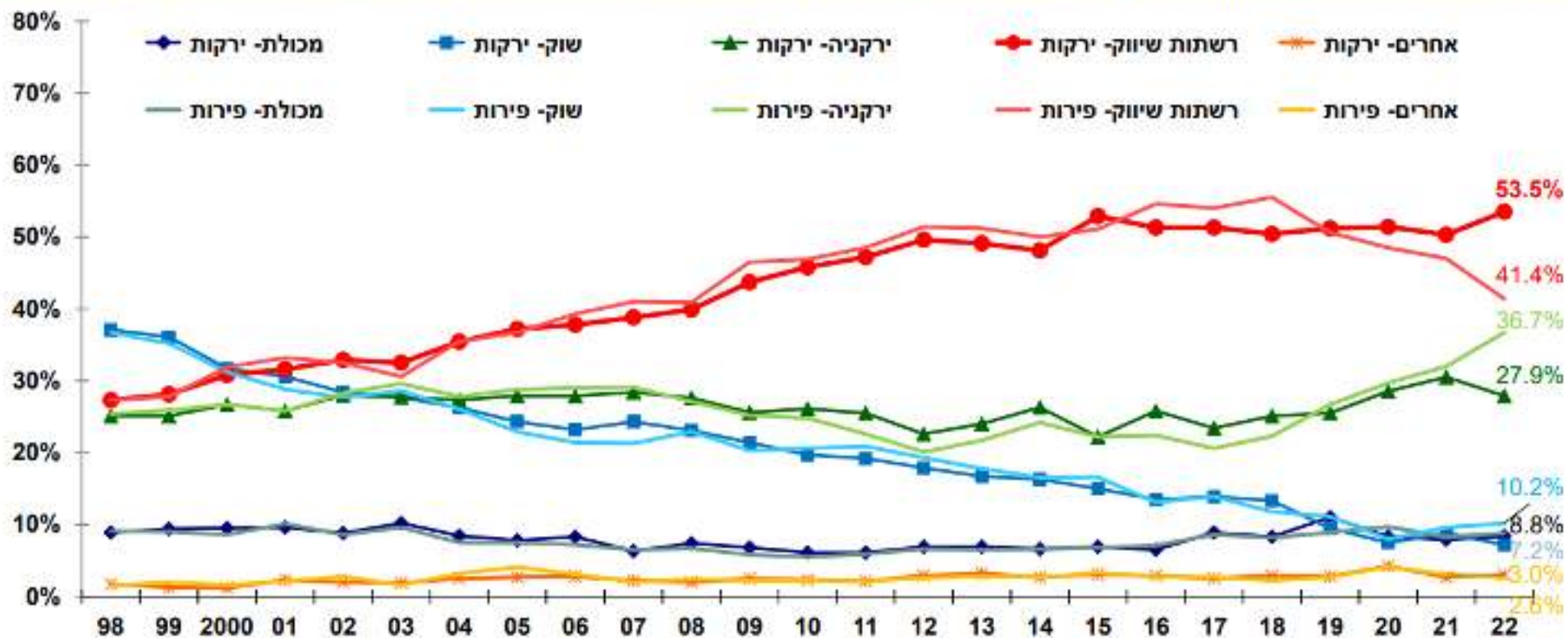
שנת 2024 בהשוואה לשנת 2023:
 עליה של 13.4% במדד ירקות טריים
 עליה של 8.8% במדד פירות טריים

מקור: הלשכה הלאומית לסטטיסטיקה, משרד החקלאות והמזון והחקיקה

המחלקה לחקר
המזון והמזון
המחלקה לחקר
המזון והמזון

ירקות ופירות טריים - הוצאות משקי הבית לפי סוג חנות

לאורך השנים נתח רשתות השיווק גדל, על חשבון שווקים פתוחים. בשנים האחרונות נצפית מגמת עליה בנתח הירקניות



הערות: הוצאות למזון - ללא ארוחות סוּחֵץ לבית, לפי סוג חנות, כליטר הנטונים אינם כוללים את רכישת מזון במקומות עבודה ובמסעדות.
 החל משנת 2018, נתוני רשתות השיווק, הינם סכום של רשתות מזון + רשת מזון מקומות. בשנת 2022 כ-6% מרכישת הירקות והפירות ברשתות המזון היו מקומות מקור - למיין, סקר הוצאות משקי בית, עיבוד - מארד התקלאות וביטחון המזון



פריומיזציה בירקות ופירות

תהליך מתמשך בתחום הירקות לאורך כעשור, כמעט שאינו מורגש אבל קורה:

- מקרר הירקות גדל משמעותית ומהווה היום כ-20% מסך המכירות ברשתות השיווק
- הגדלת מגוון הפירות והירקות במדף ע"י אריזות(עגבניות שרי, ענבים, פלפלונים, חסות בייבי ועוד)
- משקים מסוימים ממתגים עצמם כפרמיום וגובים מחירים גבוהים משמעותית מהמוצע
- נתח הירקניות הפרטיות עולה משמעותית

חשיבות המיתוג

- בידול והבלטה: מיתוג מאפשר לעסק לבלוט בשוק צפוף
- בניית אמון ואמינות: מיתוג עקבי ומקצועי (יחד עם איכות רציפה תומכת) משדר יציבות ומקצועיות
- הצדקת מחיר גבוה יותר: מותג חזק נתפס כאיכותי יותר, מה שמאפשר לתמחר מוצרים ברף גבוה יותר בהשוואה למתחרים
- נאמנות לקוחות: מיתוג יוצר רגש וחיבור, מה שמעודד לקוחות לחזור ולרכוש שוב ושוב
- תמיכה בשיווק: מיתוג נכון הופך כל פעולת שיווק לאפקטיבית יותר, שכן הלקוחות כבר מזהים ומכירים את המותג
- כוח מיקוח למשווקים: מיתוג יוצר ביקוש וביקוש מייצר מחויבות של קניין להחזיק את המותג אצלו

יש כאלו שעשו ועושים זאת מצוין



וינע תוצאות... (מחירון משווק עם מרלוג)

3.5	פלפל אדום L	6.5
5.5	פלפל אדום XL	7.5
6.6	פלפל אדום XL פרימיום	10
7	פלפל אדום משק עוזר	0
0	פלפל בהיר L	125
6.5	פלפל בהיר XL	180
7.3	פלפל חריף ירוק	150
3.5	פלפל ירוק L	5.8
6	פלפל ירוק XL	7.5
3.8	פלפל כתום L	10
7.5	פלפל כתום XL	12
8.5	פלפל כתום XL פרימיום	16
0	פלפל כתום משק עוזר	14
3.8	פלפל צהוב L	18
5.8	פלפל צהוב XL	5.5
7	פלפל צהוב משק עוזר	8.5
9	פלפל שושקה	9
11	פלפל שושקה מובחר פרימיום	6.5

3	תפו"א אדום 10 קילו תפזורת
3.5	תפו"א אדום ארוז
2	תפו"א אדום ארוז קטן
3	תפו"א אדום ארוז 4 ק"ג
6.2	תפו"א אדום ארוז דוד משה
1.8	תפו"א לבן/אדום שק קטן
5.8	תפו"א בייבי גורמה
6.2	תפו"א גורמה דוד משה
5.8	תפו"א גורמה לבן
3	תפו"א לבן 10 ק"ג תפזורת
3.5	תפו"א לבן ארוז
3	תפו"א לבן ארוז 4 ק"ג

22	ענב טלי לבן
22	ענב טלי שחור
14	ענבים לבן
22	ענב טלי אדום
16	ענבים שחורים

איך עושים את זה?



קשה? לא קשה!

- כמו בכל דבר יש תהליך עבודה שנדרש לעשות על מנת לבנות מותג מצליח
- חלק גדול מהתהליך הוא לאו דווקא ביצירת המותג או הפרסום אלא התהליך הנכון עד למיצוב
- יותר ויותר נהוג להחזיק קבלני משנה ולא עובד בשכר על מנת לחסוך בעלויות וכן פרויקט שבעבר יכול היה להגיע לעלויות גבוהות מאוד ניתן היום לבצע ברבע מחיר ואולי פחות
- יש מוכנות לשלם יותר עבור מוצרים איכותיים יותר
- אף אחד אחר לא יעשה את זה עבורכם!!!

יש כאלו שכבר התחילו....



יתרונות בערבה

- תקופות מסוימות בהן מוצר מסוים משווק רק מאזור הערבה (בצל, אבטיח, מלון לדוגמא)
- איכות גבוהה בזמן השיווק (פלפל, חציל, מלון וכו)
- מעט חקלאים באופן יחסי לגידולים מסוימים
- ארגוני שיווק (עין יהב לדוגמא)
- תלות ממשית של הרשתות באזור בתקופה מסוימת

לסיכום

- תחום הפירות והירקות עדיין לא ממותג ברובו
- יש נכונות צרכנית
- יש יכולות חקלאיות
- יש זנים חדשים
- בתהליך נכון, כמעט כל מוצר/משק אפשר למתג
- במיתוג ושיווק נכון לטווח הארוך מרוויחים יותר כסף!



 **G.Twig**
Consulting & Business enterprise
Gal Twig / CEO


📍 M. Merhavia
☎ 052-4312978
✉ Galtwig23@gmail.com

תודה על ההקשבה!