



עץ הזית מצליח למצב את עצמו כמותג פרימיום בקטגוריה של שמנים צמחיים, בזכות מגוון רחב של שמנים מועשרים

סיפורו של מותג עץ הזית החל לפני יותר מ-100 שנה, כאשר עלה החלוץ הציוני נחום וילבושיץ לארץ עם קבוצה של חובבי ציון מהעיר מינסק שברוסיה בשנת 1903. וילבושיץ (לימים וילבוש) ערך מחקר מפורט, ראשון מסוגו, בדבר משאביה הטבעיים של הארץ, ובמסגרת המחקר התוודע אל כבישת שמן הזית שנעשתה אז בצורה מכנית באמצעות מכשירי עץ.

בשנים שלאחר מכן הגה וילבושיץ את רעיון הקמת המפעל התעשייתי הראשון בארץ ישראל לייצור שמן זית וסבון. המפעל שנקרא בתחילה "חדיד", הוקם על אדמת הכפר חדיתה (במקום שבו נמצא כיום יער בן שמן) והעסיק כ-80 עובדים. בהמשך שונה שמו של המפעל ל"עתיד", ומיקומו הועתק לחיפה - אך לא הצליח לייצר רווחיות ונסגר לאחר מספר שנים.

כמה שנים מאוחר יותר, כשהוא נאמן לחזונו, הקים וילבושיץ מחדש את המפעל במפרץ חיפה תחת השם "שמן" - והתמקד בייצור, בפיתוח ובשיווק של שמני מאכל. בסוף שנת 1924 חנך הנציב העליון הבריטי, סר הרברט סמואל, את מכונות הייצור במפעל החדש.

דברים שלא ידעת על עץ הזית

- עץ הזית הוא מותג של חברת שמן תעשיות, יצרנית השמנים הצמחיים היחידה בישראל.
- תחת המותג "עץ הזית" מופקים ומשווקים יותר מעשרה מוצרים שונים.
- אחוז השומן הרווי בשמן קנולה הוא הנמוך ביותר מבין כלל השמנים (כולל שמן זית) - והוא נמוך משמעותית מקטגוריות תחליפיות, כגון מרגרינה וחמאה.
- בתהליך ייצור השמנים הולכים לאיבוד נוגדי חמצון, הנמצאים באופן טבעי בחומר הגלם. בעץ הזית מעשירים את השמנים בחזרה לרמה הטבעית של נוגדי החמצון.

האתגר השיווקי

האתגר השיווקי המרכזי של המותג הוא לייצר העדפה ברורה למוצרי עץ הזית בקרב הצרכנים - אשר תוביל גם לנכונות לשלם עבורם מעט יותר ביחס למוצרים אחרים בקטגוריה. מדובר באתגר משמעותי לאור אפשרויות הייבוא הזולות הקיימות בשוק.

הפתרונות היצירתיים

כדי לעמוד באתגר השיווקי הניצב בפני המותג מקפיד עץ הזית על כמה עקרונות:

שמירה קפדנית על איכות המוצרים - משלב בחירת הגרעינים ועד שלב ביקבוק השמנים.

הדגשת העובדה שמדובר בשמן של החברה היחידה, המייצרת בישראל שמנים צמחיים.

בקבוק מעוצב ונוח יותר לשימוש בהשוואה לבקבוקי המתחרים.

במסגרת איתור צרכים בקרב צרכני הקטגוריה ומתן מענה לצרכים אלו, הושקה סדרת ה"פלוס" - שמנים צמחיים המועשרים בנוסף לנוגדי חמצון גם באומגה 3 או באומגה 9, במטרה להוסיף לשמן ערכים מוספים.

בימים אלו משיק עץ הזית את "סדרת שמני הקוקוס" ובכך מרחיב את סל המוצרים שלו בקרב צרכני שמנים.

פעילות תקשורתית

על מנת לשמור על מעמדו בשוק פועל עץ הזית בשנים האחרונות בזירת התוכן הדיגיטלי. המותג מחזיק בשיתוף פעולה עם ערוץ האוכל של וואלה! תחת השם "פותרים שולחן ישראלי", וכן בשיתוף פעולה עם ערוץ האוכל של מאקו תחת השם "המתכון המנצח". בנוסף מתחזק המותג עמוד פעיל בפייסבוק.

את מסר האיכות והבריאות מעביר המותג באמצעות הסלוגן "עץ הזית - בריאות מהטבע", כאשר בכך התקשורת מדגישה עץ הזית את המסר "לתת קצת יותר".

ובעתיד...

בשנים האחרונות נמצאת הקטגוריה בסטגנציה, עם צמיחה המיוחסת רק לגידול באוכלוסייה הכללית. לכן בשנים הקרובות ימשיך המותג לפעול להרחבת מגוון השימושים בשמן צמחי.

בשנת 1961 הפכה שמן תעשיות לחברה ציבורית, ומניותיה נסחרות בבורסה לניירות ערך בתל אביב. בין השנים 1970-1997 פעלה החברה במסגרת קונצרן כור, ובשנת 1997 עברה השליטה בחברה לידי משפחת פינק ששולטת בה עד היום.

מסוף שנות ה-70 ועד היום עברה החברה לייצור שמנים מגרעיני צמחים שונים כגון סויה וקנולה, בנוסף לייצור שמן הזית.

מותג הדגל של החברה הוא עץ הזית, והוא כולל כמה סדרות של שמנים ממקורות שונים:

1. **סדרת שמן הזית** - שמן זית כתית מעולה מכבישה קרה, בשני טעמים - ארומתי ומעודן.
2. **סדרת "בריאות מהטבע"** - שמני קנולה וחמניות המועשרים בנוגדי חמצון, התורמים לעמידות השמן במהלך הבישול, הטיגון והאחסון.
3. **סדרת ה"פלוס"** - שני מוצרים שהם שילובים של שמנים. האחד מועשר באומגה 3, והשני מועשר באומגה 9.
4. **סדרת ה"מועשר"** - שמנים צמחיים המועשרים בוויטמין E.
5. **זיתולה** - שילוב של שמן קנולה ושמן זית.
6. **סדרת התרסיסים מופחתי הקלוריות**, הכוללת שמן זית ושמן קנולה בתרסיס.
7. **סדרת שמני הקוקוס** אשר הושקה השנה.

הסביבה התחרותית

קטגוריית השמנים הצמחיים היא קטגוריית "קומודיטי", המאופיינת ברמת מעורבות נמוכה מאוד של הצרכנים והקונים. הסיבה לכך נעוצה בעובדה שמדובר בחומר גלם ולא במוצר מזון מוגמר. בנוסף מתאפיינת הקטגוריה ייבוא זול מכמה מדינות בעולם, המוביל לתחרות עזה בזירת המחיר.

עץ הזית נחשב למותג פרימיום בקטגוריה והוא מוביל את שוק השמנים הצמחיים עם 25% מנתח השוק הכספי (על פי נתוני סטורנקסט לשנת 2017).

1906

הקמת חברת שמן תעשיות.

2001

השקת סדרת הדגל של עץ הזית, "בריאות מהטבע".

2009

השקת סדרת תרסיסי השמן.

2012

מהלך מיתוג מחדש של עץ הזית.

2013

השקת סדרת מוצרי ה"פלוס".

2015

השקת אסטרטגיה תקשורתית חדשה למותג.

2017

השקת סדרת שמוני הקוקוס.

