



במשך כמעט 70 שנים עמק מפתחת ומגדילה את קטגוריית הגבינות הצהובות בישראל. בשנה האחרונה, המותג פעל בשלושה ראשי חץ כדי להפוך לחביב הילדים וההורים, ולתת מענה לדרישה צרכנית לספק מוצרים מותאמים באחוזי שומן מופחתים

השנה היא 1942. חנן בלבן ז"ל, מנהל מחלבת תל יוסף של תנובה מחליט שהגיעה העת שגם בפלשתינה יאכלו גבינות קשות. הוא מקבל השראה מגבינת EDAM ההולנדית ומפתח את הגרסה הישראלית שלה: גבינה צהובה, שהוחלט לקרוא לה 'עמק', על שם עמק יזרעאל. שם ממוקמת המחלבה שבה החלו לייצר את 'עמק'. את הגבינה החדשה שלו, בלבן מייצר בגושים גדולים. ה'בלוקים' משונעים למעדניות ולמכולות, שם הם נפרסים בסכין חדה לעיני הלקוח.

מאז ועד היום, גבינת עמק מיוצרת על פי אותה נוסחה מקורית, ואל המותג מקושרים ערכים כדוגמת טעם, ישראליות, משפחתיות ושורשיות. במהלך 68 השנים האחרונות תנובה מפתחת באמצעות עמק את תחום הגבינות הצהובות בישראל (הרחבה על הפעילות השיווקית לאורך השנים - במהדורת 2009 של ספר ה-Superbrands).

גבינת 'עמק' עשירה בסידן ומומלצת על ידי 75% מהדיאטניות בישראל כדרך לצרוך את כמות הסידן היומית המומלצת (טלסקר, פברואר 2009). בנוסף, גבינת 'עמק' עשירה בחלבון מזין, מכילה את הויטמינים A, B12 ו-B2 ודלה בלקטוז (סוכר החלב).

הסביבה התחרותית

שוק הגבינות הקשות בישראל מגלגל כ-900 מיליון שקל במחירים לצרכן. תנובה שולטת בשוק ומחזיקה 85% ממנו באמצעות 5 מותגים, שעמק הוא הגדול מביניהם. בנוסף, בשוק מתחרים מספר מותגים מקומיים, מספר מותגי יבוא ותחליפי גבינה.

האתגרים השיווקיים

במהלך השנה האחרונה הוגדרו לעמק שלושה אתגרים שיווקיים, כל אחד מופנה לפלח לקוחות אחר:

1. הגדלת צריכה בקרב ילדים.
2. הרחבת קהלים באמצעות פתרונות לצרכנים, הצורכים מוצרים מופחתי שומן מבלי להתפשר על טעמם.
3. המשך הגדלת שיעורי החדירה של סגמנט מופחת השומן, הנותן מענה לצרכנים שאוהבים גבינה צהובה אך נמנעים לאכול אותה עקב אחוזי השומן הגבוהים שלה.

הפתרונות היצירתיים

"אוכל זה כן משחק לילדים" - בעולם המזון המוכן, אחת





www.tnuva.co.il

דברים שלא ידעת על עמק

- נוסחת הטעם של עמק לא שונתה מאז שנת 1942.
- כדי לייצר פרוסה של גבינת עמק השוקלת כ-28 גרם נדרשות כ-1.5 כוסות חלב.
- את הרעיון לפתח גבינה צהובה מופחתת שומן קיבלו בתנובה לאחר שבתערוכה בחו"ל טעמו גבינה צהובה, שיוצרה במנזר באירופה והתהדרה באחוזי שומן מופחתים.
- 2 פרוסות גבינת "עמק" מספקות כמחצית מכמות הסיידן היומית המומלצת לילדים בגילאי 4-8.
- פרוסת גבינת עמק מספקת לילד כ-1/3 מכמות החלבון היומית המומלצת (לגילאי 4-8).
- בניגוד לאמונה הרווחת, בגבינת עמק אין הרבה כולסטרול. לצורך השוואה: ב-100 גרם גבינת עמק יש כ-84 מ"ג כולסטרול לעומת 70 מ"ג ב-100 גרם עוף/דגים.



מופחתים. הסדרה כוללת 3 מוצרים: עמק 5% שומן, עמק 9% שומן וטל העמק 9% שומן. במהלך שלוש השנים האחרונות, עמק מובילה את צמיחת הסגמנט דל השומן, המציג שיעורי צמיחה חיוביים משנה לשנה ומהווה כ-15% מכלל הקטגוריה. בתקופה זו, שיעור החדירה של הסגמנט גדל ב-15% ועומד היום על 37%.

בשנת 2010 תנובה יוצאת במהלך שיווקי נוסף שנועד לחזק ולהמשיך את הגידול במודעות ובצריכה. המהלך כלל קמפיין ATL ופעילות BTL נרחבת לקהל היעד. כחלק מהמהלך, עמק הרחיבה את פורטפוליו המוצרים והשיקה את טל העמק 9% שומן במעדניות.

הדרכים לעודד ילדים לאכול היא להפוך את האכילה לחוויה באמצעות ייצור מוצרים בצורות שונות. בתחילת 2010 עמק השיקה פעילות קד"מ חווייתית, שעודדה ילדים לשחק עם האוכל שלהם. לכל אריזת עמק משפחתית צורפה ערכת חותכנים מפלסטיק, בצורות שונות, שעודדה את הילדים ליצור צורות מפרוסת הגבינה, להכין כריכים בצורות לא שגרתיות, ולהפוך את אכילת עמק לחוויה.

השקת עמק 15% שומן - בתנובה זיהו שקיים פלח נרחב של צרכנים שמעוניינים להפחית בכמות השומן במזון אותו הם צורכים מבלי להתפשר על הטעם. מבחינתם צריכת עמק מופחתת שומן 9% או 5% הוא מעבר חד מדי בהקשר הטעם והמרקם. צרכנים אלו מגדירים את עצמם כשומרים על תזונה מאוזנת. התוצאה הייתה שהם הקטינו בחצי את צריכת מוצרי עמק. לאחר שהובהר כי יש לתת מענה לצרכנים אלה במטרה לחזור ולהגדיל את כמות הצריכה שלהם, פיתחו בתנובה גרסת עמק, שקרובה בטעמה לגבינה הרגילה עם אחוזי השומן הגבוהים, אך היא מציגה אחוזי שומן מופחתים - 15% שומן בלבד.

סגמנט מופחת שומן - תנובה השיקה בשנים האחרונות סדרת מוצרי גבינה צהובה באחוזי שומן



2010
עמק מחלקת חותכני גבינה, משיקה עמק 15% שומן ופיתיה עמק לייט.

2009
עמק יוצאת בקמפיין רגשי על מנת לשמר את תפיסת הטעם.

2002
השקת עמק בים חטיפי גבינה באריזה חדשנית.

2001
עמק בפרוסות ובאריזה לפתיחה חוזרת מופיעה במקררי החלב.

1999
עמק לייט מושקת.

1942
חנן בלבן ז"ל מפתח את עמק: הגבינה הצהובה הראשונה שמויצרת בארץ ישראל.