



את המוצר הוא "אין כמו במכה", והגינגל שמלווה את פרסומות המוצר הפך למוכר ואהוב בבתים רבים בישראל. בשנת 1992 השיקה אסם את דמות התינוק של במכה, שמופיעה בכל הפעילות

הפרסומית של המוצר, ועל אריזות חלק מהמוצרים. גם דמות התינוק של במכה נהפכה במהרה לפופולארית ואהובה על ישראלים רבים.

בשנת 2008, לכבוד חגיגות ה-60 למדינת ישראל, החלה החברה לשווק במכה במילוי קרם נוגט, בהמשך פותחו מוצרים נוספים של במכה עם מילויים שונים.

אסם מובילה את שוק החטיפים ובמכה הינו המותג המוביל בשוק. ייחודו כמותג חוצה גילאים והוא אהוב על ילדים, הורים וסבים וסבתות כאחד. במרכז המבקרים החווייתי של במכה בעיר חולון מבקרים עשרות אלפי ילדים מדי שנה.



שקדי מרק אסם

מקורם של שקדי המרק במתכון מסורתי של יהדות מזרח אירופה. עקרות הבית היו מכינות אטריות רחבות ועבות, שנחתכו לקוביות, נאפו בתנור, ושימשו כתוספת למרק עוף. באידיש נקראות האטריות האלו "suppen mandlen".

שקדי המרק של אסם הושקו לראשונה בשנת 1952, והם מוצר ישראלי ייחודי בעולם. שקדי מרק אסם הם מותג אהוב על ילדי ישראל ומובילים את השוק תחת הסיסמא "כי החורף הוא רק תירוץ".

אסם, שהוקמה בשנת 1942 על ידי "שבעת המופלאים", הפכה מאז הקמתה לאחת מחברות המזון הגדולות והמובילות בישראל. מאז הוקמה פועלת אסם לחיזוק, שיפור וקידום ענף המזון בישראל, ובין דפי ההיסטוריה שלה משולב גם סיפורה של המדינה

כחלק מהאסטרטגייה החברתית שלה, בחרה אסם להיות מעורבת בפרויקטים חברתיים תוך שימת דגש על נושאים רלוונטיים לעולם העשייה של החברה. במסגרת זו ממקדת אסם את מאמציה לקהילה בתמיכה בבתי תמחוי, עמותות נזקקים וחינוך ילדים ממשפחות מעוטות יכולות וזאת באמצעות תרומת כספים ומוצרי מזון של אסם.

מאז 2007 פועלת אסם תחת החזון: הופכים ביחד אוכל לחוויה, במטרה להעניק לצרכנים חוויה שהיא יותר מאוכל, על מנת לממש את ההבטחה השיווקית שמוצרי קבוצת אסם הם לא רק הטובים, המשביעים והאיכותיים ביותר, אלא גם הטעימים, המרגשים ומלהיבים ביותר. אסם יוצרת קשר רגשי קבוע עם הצרכן, שעובר דרך כל החושים ומעורר אותם.

המותג אסם שמר תמיד על שני ערכים מובילים: טעם וביתיות. עד היום מהווים ערכים אלו את ערכי הליבה של המותג ומחזקים את תפיסת המותג "להרגיש בבית". מחקרים שביצעה אסם במהלך השנים מגלים כי המותג מוביל את שוק המזון ונמצא במקום הראשון כשנבדקת התפיסה החיובית של הצרכנים כלפי מותגי וחברות המזון.

במכה אסם

במכה הוא חטיף תירס בטעם בוטנים, המיוצר על ידי אסם החל משנת 1964, ונחשב לאחד המותגים האהובים ביותר בישראל. בתחילת דרכו יוצר החטיף בטעם גבינה, אולם בשנת 1966 שונה טעמו לבוטנים.

השם "במכה" נבחר בגלל דמיונו הפונטי למילים הראשונות אותן לומד התינוק להגות: "אמא" ו"אבא". הסלוגן שמלווה

בשנת 1942, שלושה יצרני אטריות החליטו להתאחד ולהקים חברה משותפת לייצור ולשיווק ולקראו לה אסם. השם אסם מבוסס על ברכת הכהן הגדול ביום כיפור, שהיה מברך את בני ישראל בברכת "שנת אסם" (משמע: שנת שפע). בין מייסדי החברה נמנו אויגן פרופר ד"ר פרנץ קליין, יעקב לורש, עזריאל ויל, שמשון וילמרסדורף, משה קצמן ואליהו חרפק.

מאז הקמתה, פועלת אסם לחיזוק, שיפור וקידום תעשיית המזון. לאסם חלק משמעותי במטבח ובבית הישראלי בכל אחד מהרבדים: החל ברמה המשפחתית שבה המותג מהווה מרכיב חשוב בגיבוש הטעם הישראלי וכלה ביצירת חוויית האוכל הישראלי. מוצרי אסם כדוגמת הפיתות, שקדי המרק, הקטשופ, הבמכה והביסלי - מהווים כולם חלק מהבית הישראלי, מההוויה הישראלית ומהארוחה הביתית והמשפחתית.

מיומה הראשון, אסם חרטת על דגלה את ערך הישראיות, במשך השנים היא גם מייצאת את מוצריה לשווקים רבים בעולם ומשמשת כישגירת תעשיית המזון של ישראל ברשתות השיווק המובילות בעולם.





www.osem.co.il



דברים שלא ידעת על אסם

- השם אסם מבוסס על ברכת הכהן הגדול ביום כיפור, שהיה מברך את בני ישראל בברכת "שנת אסם" (כלומר: שנת שפע).
- בשטח מפעל החטיפים של אסם בשדרות פועל מרכז המו"פ העולמי של נסטלה לתחום החטיפים.
- בשנות ה-50, הפתיתים האפויים של אסם כונו 'אורז בן גוריון'.
- בשנה האחרונה השיקה אסם יותר מ-200 מוצרים חדשים.

קטשופ אסם

בתחילת שנות ה-80 השיקה החברה את קטשופ אסם. הקטשופ של אסם עשוי מרכיבים טבעיים בלבד, ללא חומר משמר וללא צבע מאכל.

ברבות השנים השיקה אסם קטשופ בבקבוק "עומד על הראש".

הבקבוק, שנהפך עד מהרה ללהיט, חולל מהפכה

אמיתית בצריכת הקטשופ בישראל, והוא כיום הקטשופ הנמכר ביותר במדינה.

במהלך השנים מנסה אסם להתאים את הקטשופ לחרך הישראלי באמצעות חדשנות והשקת מהדורות מוגבלות. בין השאר, השיקה החברה קטשופ בטעם פיצה, קטשופ בטעם צ'ילי וקטשופ מקסיקני.

המותג מנהל דיאלוג קבוע וישיר עם הילדים, קהל היעד המרכזי של המוצר, באמצעות זירת משחקים מקוונת.

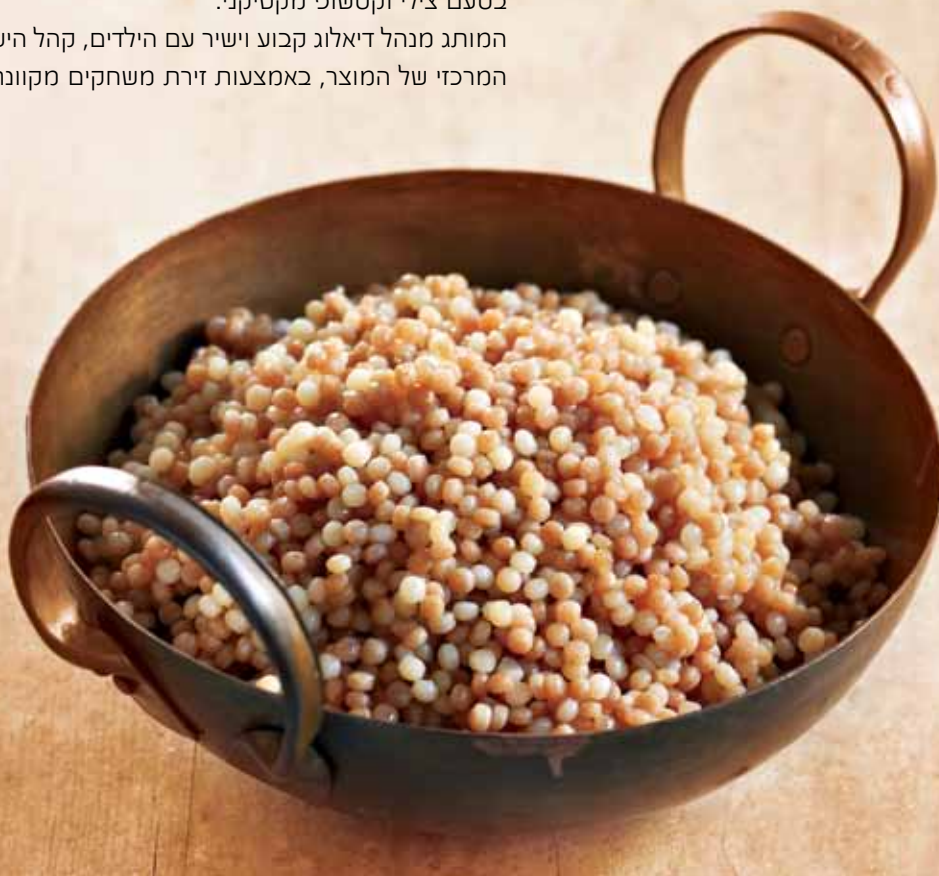


פתיתים אפויים

עם קום המדינה, בשנות החמישים, בתקופת הצנע, נוצר מחסור באורז, שהיווה רכיב מזון מרכזי בתזונת העולים החדשים. דוד בן גוריון פנה לאויגן פרוכר, ממייסדי אסם, וביקש ממנו למצוא תחליף לאורז. החברה נענתה לאתגר והמציאה ופיתחה את הפתיתים האפויים, העשויים מקמח חיטה.

בתחילה יוצרו הפתיתים בצורת אורז וכינו "אורז בן גוריון", ובהמשך פותחו פתיתים בצורת כדורים, אשר קיבלו את הכינוי "קוסקוס". בעולם משווקים הפתיתים של אסם ומכונים "קוסקוס ישראלי".

אסם מובילה את שוק הפתיתים האפויים בישראל עם מבחר גדול של צורות: קוסקוס, אורז, כוכבים וטבעות. במהלך השנים ממשיכה אסם להציג חדשנות בקטגוריה, ובין היתר השיקה את המוצרים הבאים: פתיתים פלוס עם 30% חיטה מלאה ופתיתי אורז עם אטריות קלויות.



2009	2008	2007	1997	1995	1992	1988	1981	1964	1946	1942
אסם רוכשת 51% ממטרנה.	נחנת קריית אסם בשוהם: משרדי ההנהלה והמרכז הלוגיסטי הגדול והמשוכלל ביותר במזרח התיכון.	קבוצת אסם רוכשת את בומיור.	טבעול רוכשת 51% מסלטי צבר; מוקמת שותפות עם תנובה לייצור גלידות.	תחילת הקשר עם נסטלה רכישת 50% מחברת טבעול.	אסם הופכת לחברה ציבורית.	רכישת הפעילות התעשייתית של חברת עסיס.	אסם רוכשת את חברות קבוצת פרומין.	נחך מפעל החטיפים של החברה בחולון והושקה השקית הראשונה של המבנה.	המפעל הראשון של אסם מוקם בכני ברק.	הקמת חברת אסם כאיחוד של שלושה בתי חרושת לאטריות.