



זהו סיפור אהבה בין מותג לאנשים. סיפור שכל אחד ואחת שגדלו בארץ הזו, שיחק בו תפקיד מרכזי. איך אפשר לדמיין את תקופת הילדות, ללא הטעם הנפלא של קוביית השוקולד הראשונה, ניחוח הקפה בפינג'אן, או הוופל המצופה בהפסקה של הצגות הקולנוע. עלית הוא מותג שמצליח לאחד מדינה שלמה באהבה גדולה



המפעל שיבואו אליו במשך השנים מכל קצות הארץ "להריח ריח של שוקולד", וגם כשלא יהיה קיים, הצומת שבו היה ממוקם תמשיך להיקרא "צומת עלית". עלית ייצרה בראשית הדרך טבלאות שוקולד עבות דיין כדי שלא ימסו בשמש, שזכו לשם 'שמנונית'. זו הייתה ראשיתו של מותג השוקולד הנמכר והמזוהה ביותר בישראל - שוקולד פרה. השוקולד שישראלים גדלו עליו, ושהפך לאחד המותגים החזקים ביותר בישראל.

הקמת מפעל הקפה

בשנת 1956, עלית מקימה את מפעל הקפה הראשון בישראל והופכת את הקפה, שנחשב באותה תקופה למוצר מותרות, למוצר זמין לכל הצרכנים. פחית קפה נמס עלית הופכת לפריט חובה בכל בית. טעמו העדין של הקפה מתחבב על החיך הישראלי, והפחית זוכה למעמד של בן בית בכל משפחה בישראל.

מפעל הקפה אחראי גם להמצאה ישראלית ייחודית: קפה טורקי. הקפה שזכה לכינוי "קפה בוך" בקרב המילואימניקים ואף הוזכר אחר כבוד בסרטם של הגששים "גבעת חלפון", קפה של פועלי הבניין אך בה בעת של היאפים עם הגייסים בשטח שעוצרים ל"פק"ל קפה" בנופים קסומים.

"בקצה רמת גן יש מקום מיוחד, שם אפשר לעצור ולהריח שוקולד", כתב יהונתן גפן ושרו חברי 'הכבש' השישה עשר, על המפעל המיתולוגי ב'צומת עלית' והריחות כמו נישאו באוויר לכל קצוות הארץ. סיפורה של עלית שזור בהווייה הישראלית ב-90 השנים האחרונות. סיפור אהבה בין טעמים ואנשים. בין מותגים וצרכנים. בין יוזמות שיווקיות וצרכים של ישראליים. זהו הסיפור של פחית הקפה הנמס שאורזים לפני הנסיעה לחו"ל, ושל גביע אירופה לאלופות שהגיע לישראל. זהו סיפורה של עלית.

החיבור בין עלית לצרכנים מבוסס על קשר רגשי עמוק, המחובר להווייה הצרכנית, לנוסטלגיה, לטעמי הילדות ולריחות השוקולד שבקצה רמת גן. עלית הוא מותג בגובה העיניים, חם, זמין ומשרה ביטחון. מותג שמתחדש כל הזמן, פורץ לתחומים חדשים, ויוזם חדשנות שיווקית ומוצרית.

סיפור מתוק של שוקולד

סיפורה של עלית שזור בתולדות הציונות. ב-1933, עם עלייתו של היטלר לשלטון בגרמניה, אליהו פרומצ'ניקו מחליט להגשים חלום ישן: להקים בארץ ישראל, החמה והלא כל כך מפותחת, דווקא מפעל לשוקולד. הוא עולה לישראל, וביחד עם עוד 8 שותפים הוא רוכש מגרש ריק ברמת גן ומקים עליו מפעל בשם 'עלית'. כבר אז היה חשוב לדור המקימים, שהשם יהיה עברי אבל יישמע טוב גם באנגלית כשייצאו את מוצריהם לחו"ל. זהו





www.strauss-group.com

זכרים שלא ידעת על עלית

- במשך השנים השתנה לוגו עלית 9 פעמים.
- השוקולד הראשון שייצרה עלית היה צריך להיות עבה דיו כדי שלא ימס בשמש של פלשתינה.
- את הימקופלתי מייצרים בעלית כבר יותר מ-50 שנה. לאגוזי וטעמי מלאו מזמן 30.
- בתקופת הצנע, שוקולד עלית היה מחולק בהקצבה, באמצעות תלושים מיוחדים.

בספר זה. ולסיום, אי אפשר שלא להזכיר את שוקולד פרה, ללא ספק אחד המותגים



האלמותיים שלמרות גילו המופלג (יותר מ-70 שנה) עלית מצליחה לשמור אותו חי, אהוב ורלוונטי בכל דור ודור. סיפור ההצלחה של עלית מבוסס על יכולתה להציע מגוון מוצרים עם טעמים הקולעים בדיוק רב לחיך הישראלי, ולצד זה, לדעת לחבר להם את הסיפור השיווקי הנכון: זה שנוגע בצרכן ומחבר אותו למוטג ולערכיו. במשך השנים יצרה עלית מורשת מותגית אמיתית. מדובר בהרבה יותר ממוצר פונקציונאלי, מדובר בהרבה יותר מסיפוק מיידי. מדובר באהבה!



לפיסות ומטעים את העוברים ושבים בכלא המתוק.

עלית הייתה הראשונה להוביל חדשנות גם בתכנון המדיה. בכדי להחדיר את הסיסמה "העם החליט קפה עלית", היא רכשה את זמני הפרסום הצמודים לחדשות קול ישראל לאורך כל היום. למותר לציין שמהדורות החדשות זכו לרייטינג עצום באותה תקופה וריתקו כמעט כל ישראלי למקלטי הרדיו הישנים.

הפרסומות של עלית היו אחת הסיבות בגללן אנשים הקפידו להניע כזמן לקולנוע כדי לראות את הרכבת הדוהרת בין דמויות מהאגדות בקמפיין "אגוזי של עלית אגדה", או את

האופנוען שמתגלה כאופנוענית זהובת שיער הנוגסת באצבעות כיף כף. לימים, כשהטלוויזיה המסחרית

החלה לשדר פרסומות, עלית הייתה שם עם הסרטון הבלתי נשכח עם האצן השחום, שלוקח 'פסק זמן' באמצע הסוואנה.

בצעד פורץ דרך בשנת 1970, עלית הייתה הראשונה לתת חסות לקבוצת ספורט: מכבי תל אביב. יחד עם עלית, מכבי הפכה מעוד קבוצה מקומית לאימפריה אירופאית. כשהשיא היה, כמובן, כשטל ברודי הניף לראשונה את גביע אירופה לאלופות.

עלית חתומה גם על הצלחת פסק זמן: החטיף שהשקתה לוותה בהיסטריה של ביקושים, ושגם היום הוא אחד מחמשת החטיפים הנמכרים ביותר בישראל, ושסיפורו השיווקי המלא מופיע



זה הקפה ששמים בכינג'יאן מפויח בטיולי תנועת הנוער, ושמפיץ את הריח הכל כך מיוחד, שמעלה זיכרונות בלתי נשכחים וקושר את עלית בקשר רגשי נוסף לצרכנים שלו.

זה הקפה עליו שר אריק איינשטיין את שירו המפורסם "אז תשתה קפה טורקי", ודורות שלמים שרו איתו.

מתוק לו מתוק לו..

עלית הייתה גם מי שביססה את קטגוריית החטיפים המתוקים, עליהם גדלו דורות של צרכנים, ושמחברים אצלם לזכרונות הילדות, לטילים השנתיים, המצופה בשק"ם, ההפסקה

בקולנוע ואין ספור רגעים מתוקים. גם לאורך השנים מצליחים החטיפים המתוקים לשמור על חיוניות, להתעדכן, לגדול עם הדור ולהמשיך להיות שם בחוויות המתוקות.

חדשנות מוצרית ושיווקית

עלית הינה מותג פורץ דרך גם ברמה המוצרית וגם בכך השיווקי.

אליהו פרומצ'ניקו חתום על פעילות הקד"מ הראשונה בפלשתינה: כדי להציג את השוקולד של עלית לצרכנים, הוא נהג לשוטט ברחובות רמת גן, תוך שהוא שובר גושי שוקולד

2008 מיתוג חדש לעלית תחת מותג הבית שטראוס.

1997 מחלבת שטראוס רוכשת את השליטה בעלית.

1970 עלית נותנת חסות למכבי תל אביב בכדורסל.

1956 עלית מתחילה לייצר קפה.

1934 שוקולד עלית הראשון מגיע לחבניות.

1933 מפעל השוקולד של עלית מוקם ביצומת עלית.