

קידום מכירות של חלב ומוצריו*

יוסף גוגנהיים (גוגי) המח' לבקר, מש' החקלאות

גרם לפגיעה קשה בצריכת חלב השתיה ושיווקו. ההולנדים הצליחו לעצור את המפולת – אם כי לא הצליחו לחזור למצב הקודם – בכך שעקרת הבית תיתקל בחלב בכל מקום בו תפנה "וטיפול" על חלב, גם בהיסח הדעת. העמותה הקימה קיוסקים לשתייה ושיווק חלב בהרבה אירועים: בתערוכות, מופעי בידור, ספורט וכו'. יתרה מזו, כדי להעביר מסר שאנשים שהם IN הם שותים חלב, העמותה מארגנת אירועים לחברה, כגון תחרויות כדורגל, כדורסל, מירוצי אופנועים, מופעי רוק ופופ, טיישיטרס, עטים וכו', כאשר בכל האירועים האלו, מלבד מכירת חלב, גם "האלילים" המופיעים שם שותים חלב. זאת כמובן בנוסף לפרסומי טלוויזיה. פרסומי הטלוויזיה הזכירו מאד את "משקה חלב" שלנו, כאשר זה חוזר על עצמו ומטפף לתת-הכרה של האנשים. הם בנו לחלב גם תדמית פרסומית "המנוע הלבן" (De Wit Motor), המזכיר במשהו את פירסום תנובה עם גליקשטיין "הכח הלבן". כסיכום הם רוצים לקבל נתח משוק המשקאות הקלים, מהקוקה קולה וכו'...

בשנות השישים חלה ירידה בשיווק הגבינות. יש לזכור, שגבינה בהולנד פירושה גבינה צהובה וש-39% מהחלב המיוצר משווק כגבינה. העמותה נכנסה מיד לפעולה כדי לחקור את הסיבות לירידה זו. הממצא הראה, שבתקופה זו התחילו דיאטות הרזון אשר בעטיין ירדה צריכת הלחם מ-100 ק"ג לנפש לשנה ל-53 ק"ג, ובהולנד יש לזכור, מקדמא דנא מקובל שגבינה אוכלים על לחם. אחרי גילוי זה, התחילה העמותה לעבוד כדי לנתק ניתוק מוחלט בין הלחם והגבינה. אמנם, לא זנחו את הסנדוויצים המסורתיים עם גבינה ב-Snack Bars, אך יחד עם זאת החדירו לשוק חטיפים מגבינה ללא לחם, סלטים מגבינה וכן השקיעו בקידום שיווק פיצות מגבינה מאיטליה ואת הפונדו ואת הרקלט משוויצריה, מאכלים שכלל לא היו ידועים בהולנד. בצורה זו הם עצרו את הירידה

המארחים שלנו בגרמניה לא כללו נושא זה בתכנית אך הצלחנו לקלוט קטעי מידע גם שם. לעומת זאת, הנספחת החקלאית שלנו בבריסל, יחד עם המחלקה לקשרי חוץ במשרד החקלאות ההולנדי, אירגנו עבורנו פגישת עבודה ב-Dutch Dairy Promotion Organization שמקום מושבה ב-Rijswijk ליד דן האג. עיקר דיווח זה מתייחס לחומר שאספתי שם, עם תוספות קטנות מאינפורמציה ספורדית רלוונטית.

בהולנד אין מועצת חלב במובן הקיים בישראל. המכסות מתנהלות באמצעות המחלבות. בנושא זה הולנד קרובה לנו יותר מאשר גרמניה. בהולנד המחלבות גדולות ומרכזיות, בעוד שבגרמניה יש הרבה מחלבות קטנות שמעבדות בין 50 ל-100 מיליון ליטר חלב בשנה. נושא הקידום של שיווק החלב ותוצרתו נתון בידיה של עמותה, שתקציבה ממומן על ידי החקלאים והמחלבות. הסוכנים של עמותה זו פרושים בכל העולם. אתחיל במשהו פינקטי מפעילות העמותה הזו: הם הצליחו לשווק אלפי טונות של גבינת פטה עשויה מחלב בקר ל...יוונים.

בסוף שנות החמישים הורגשה ירידה תלולה בצריכת חלב השתיה בהולנד, דבר שהדאיג את ההולנדים מאד. מחקר שוק מעמיק ומקיף הראה, שירידה זו עמדה במתאם גבוה מאד עם הסתלקותם של החלבנים שהיו מביאים את החלב הביתה והעברת השיווק לסופרמרקטים. בעידן החלבנים היו מביאים יום יום כמות קבועה, פחות או יותר, הביתה ובתת-הכרה התפתחה כאן מחויבות לגמור חלב זה, כי מחר החלבן מביא חלב טרי. עצם העובדה שפסק תהליך "דחיפת" המוצר לבתים ושעקרת הבית נאלצה ל"משוך" ולסחוב את המוצר הביתה,

* נספח לדו"ח על סיור מקצועי באירופה, שנערך בקיץ 1987, ונמסר בישיבת ועדת הפירסום של מועצת החלב.

הכללי הוא, שאצל קונים פוטנציאליים של עוגות קצפת הכסף איננו גורם מגביל, וכן נושאי הדיאטה אינם בראש סדרי העדיפות שלהם. מה שחשוב להם באמת זה (א) העוגה תהיה טעימה, (ב) יפה ומושכת במיוחד ורצוי אקסקלוסיבית (לטיפוח האגו), (ג) שהעוגה תימסר באריזה יפה. זה קהל היעד של מסע פירסום זה.

לשם קידום הנושא גוייסו הקונדיטורים המצטיינים באנגליה, שעברו עוד השתלמות מטעם ה-MMB בנדון. כמו-כן, הם פיתחו שיטה, שהקונה יכול להכנס לקונדיטוריה, לבחור לעצמו עוגה ובנוכחותו ממלאים לו את העוגה עם קצפת ומקשטים אותה עם קצפת ופירות לפי בקשתו וטעמו. כלומר, הקונה מקבל עוגה טריה ביותר.

שוק בונים, וזה תפקידנו בועדה כפי שאני רואה את זה. כדי לקדם את ענף הרפת בישראל נצטרך לעשות הכל כדי לקדם את שיווק החלב בכלל ולבנות סל חלב גולמי שמן יותר. למשל, מעבר מחלב של 3.06% בקליטה במחלבה לחלב של 3.2%, פירושו תוספת של 1180-1200 טונות שומן לשיווק בשנה.

בשיווק הגבינות (מדוד בק"ג לנפש) ואף הצליחה להעלות שוב במקצת את הביקושים לגבינה צהובה.

משהו שראיתי בהיותי באנגליה כתייר. בלונדון ובערי השדה המרוחקים ביותר בסקוטלנד ובולס אתה נכנס למסעדה ואתה רואה מיד מיכל נירוסטה יפה ומבריק לחלב ועליו כתוב באותיות של קידוש לבנה Drink Cold Milk. באנגליה הם גם יישמו את המסקנות ההולנדיות ובכל מקום באנגליה אתה "נתקל" בחלב. עובדה, אני עצמי שתיתי באנגליה הרבה יותר חלב ממה שאני רגיל לשתות פה, כי החלב היה מולי והוא גם טעים מאד (3.7% שומן).

בינתיים גודמן לי לקרוא בירחון מועצת החלב הבריטית (MMB) בשם Milk Producer מספטמבר 1987 שהם הולכים בגדול על עוגות קצפת. יש לזכור שבאירופה שמנת תקנית לקצפת חייבת להיות ב-38-40% שומן. הם מציינים ששוק עוגות הקצפת הוא שוק מתרחב. הם משערים ששליש מהשמנת המיוצרת מ-12,000,000 ליטר יגיע לעוגות הקצפת. הרעיון



רימי * RIMI

למניעת מטרד ברפת ובמשק!

פרמקסין

תרכיז פירטרואידי, נזולי, חדש. לריסוס ישיר על בקר*, לפעולה שאריתית, ולהדברת זבובים וחרקים מעופפים אחרים בכל מבני המשק.

רימקס

תרכיז פירטרואידי. אבקה רטיבה. לריסוס על משטחים שונים (קירות, עמודים, גדרות וכו') במבני בעלי-חיים, במשק ובבית. לפעולה שאריתית. להשלמת פעולת ההדברה של פרמקסין. להדברת חרקים מעופפים וחרקים זוחלים.

פירומט 50

תרכיז פירטרום טבעי. לריסוס ישיר על בקר*. להדברת חרקים מעופפים.

(*) ברשיון השרותים הווטרנריים.

יבנין יפה כימיקלים בע"מ ת"א, טלפון: 650034 ת.ד. 29511