



במקביל פונה החברה לקהל המקצועי (דיאטנים ותזונאים) על מנת להרחיב את מאגר הידע שלהם במגוון המוצרים הבריאים של המותג ובערכיהם התזונתיים.

כניסה לתחום פינות האפייה

מאפיית אנג'ל החלה לפני מספר שנים לתפעל פינות אפייה ברשתות השיווק על מנת לפתח ערוצי מכירה נוספים למוצריה. החברה מספקת מוצרים ומתפעלת את פינות האפייה הממוקמות בחלק מסניפי רמי לוי ורשת "תלסר". פינות האפייה ממותגות תחת השם "אנג'ל אפיו בחום".

ובעתיד...

גם בעתיד מתכננת מאפיית אנג'ל להמשיך ולהוביל את שוק הלחם והמאפים בישראל, באמצעות חדשנות והשקת מוצרים המספקים תועלות למגוון צרכים ומגמות בשוק המזון. במקביל, שואפת החברה להגדיל את היקפי המכירות שלה בשוק הישראלי, להגדיל את מספר פינות האפייה שהיא מתפעלת ולהתרחב לשווקים נוספים בחו"ל.

מגוון רחב של פיתות ולחמניות, מוצרים בטכנולוגיית "חצי אפיו" (המשווקים לפינות האפייה ברשתות השיווק וללקוחות מוסדיים) ומוצרים אפויים קפואים המיועדים לפינות אפייה, לשוק המוסדי ולצוא. החברה מייצאת את מוצריה הקפואים לרשתות שיווק והסעדה ברחבי אירופה. מערך ההפצה של החברה פרוס מצפון הארץ עד דרומה וכולל כ-200 קווים, היוצאים מדי יום ביומו מששת אתרי ההפצה של החברה, ומביאים את מגוון המוצרים הטריים של אנג'ל לכ-3,500 לקוחות קמעוניים, לקוחות מוסדיים ורשתות מזון מהיר.

בשנת 2013 עמד מחזור המכירות של מאפיית אנג'ל על כ-600 מיליון שקל.

הסביבה התחרותית

מאפיית אנג'ל היא השחקן הגדול ביותר בקטגוריית הלחם ודברי המאפה בישראל. לצידה פועלים עוד מתחרים גדולים וקטנים שמוצריהם נמכרים בכל השוק. ללחמים ודברי המאפה של המותג ישנה גם תחרות עקיפה מצידן של פינות המאפה ברשתות המזון, מאפיית הבוסטיק וכל יצרן לחם גדול כקטן (מאפיית שכונתיות, בתי לחם וכדומה).

האתגרים השיווקיים

תחום הלחם והמאפים הוא אחד התחומים הבודדים בשוק המזון בהם נדרשת הפצה יומיומית לכל אחת מנקודות המכירה בהן פועל המותג. לכן, בראש ובראשונה, האתגר שעומד בפני מאפיית אנג'ל הוא לתפעל שרשרת ייצור ואספקה יעילה ומקצועית, שתאפשר מדי יום הגעת לחמים ומאפים טריים לאלפי נקודות מכירה ולמיליוני צרכנים. אתגר נוסף וחשוב שעומד בפני מאפיית אנג'ל בשנים האחרונות הוא לספק מענה למגמות הצרכנים בתחומי הבריאות והשמירה על תזונה בריאה. מאפיית אנג'ל שמה לה כמטרה לפתח ולהשיק מוצרים חדשים בקטגוריית הלחמים הבריאים, וזאת תוך שמירה על האיכות והטעם. בנוסף, המאפייה פונה לקהל צרכנים רחב ומגוון ולכן חותרת לחידושים במגוון הסגמנטים בהם היא פועלת. השנה השיקה המאפייה שלושה מוצרים חדשים בתחום הלחמניות: לחמניות קלות - 99 קלוריות, לחמניות קלועות



תוך שהיא שומרת על הערכים שמלווים אותה מאז הקמתה בירושלים לפני 87 שנים, ממשיכה גם היום מאפיית אנג'ל לשמור על מובילות המותג בתחום הלחם והמאפים באמצעות חדשנות והצעת מגוון רחב של מוצרים בריאים, המותאמים לדרישות הצרכנים



הנוכחי שבשכונת נבעת שאול, ולאור נפח הפעילות הגדל, גדלו גם ההשקעות והחלה ההתרחבות אל מחוץ לכירה. בשנת 1995 הוקמה מאפייה נוספת כלוד ולאורך השנים רכשה מאפיית אנג'ל מספר מאפיות: אחדות ת"א, טוב טעם נתיבות, מאפיית אילת, מאפיית אורנים (50%), ומאפיית לחם חי. בעקבות הרכישות הוכנסו תחת מותג אנג'ל רוב מוצרי המאפיית שנרכשו. כיום, בבעלות מאפיית אנג'ל ארבע מאפיות לחם ומוצרי - בירושלים, לוד, נתיבות וכפר החורש, מפעל עוגות בבית שמש, רשת חנויות לחם ומאפים המונה 28 חנויות, ורשת פינות אפייה המופעלת בסניפי רשתות השיווק.

מינקות את האהבה ללחם, ממשיכים את דרכו של הסב. מאפיית אנג'ל שומרת גם היום על ערכי היסוד המלווים אותה מיום הקמתה: אמינות, איכות, שורשיות, מסורת וחדשנות. ערכים אלו, שעברו במשפחה מדור לדור, הם המתכון שהפך את משפחת אנג'ל ממשפחת סוחרים, למשפחה המנהלת את המאפייה הגדולה במדינה ומספקת מדי יום לחם ומאפים למיליוני צרכנים.

מגוון המוצרים של מאפיית אנג'ל כולל לחמים בכפיקוח ממשלתי, לחמים מקמח מלא, דגנים ושיפון, לחמים קלים, לחמניות: לחמניות קלות - 99 קלוריות, לחמניות קלועות

סיפורה של משפחת אנג'ל ואהבתה לתחום הלחם והמאפים החל כבר בראשית המאה ה-20. שלמה אנג'ל, דור שביעי בארץ ישראל, היה אחד הסוחרים הגדולים והידועים בירושלים של אותם הימים. שלמה אנג'ל היה יבואן בעל שם וקשרים עסקיים בעולם, ובין מוצרי היבוא המבוקשים ביותר שלו היו שקי קמח. באותם ימים קמו שני שותפים יהודים ופתחו, כנגד כל הסיכויים, מאפייה גדולה בירושלים. הימים היו ימי מחסור וחוסר וודאות כלכלית, וכעבור זמן קצר נאלצו השותפים, שנקלעו לחובות, להכריז על פשיטת רגל. שלמה אנג'ל, שהיה ספק הקמח של המאפייה אך לא קיבל תשלום עבור הסחורה, רכש מהשניים את המאפייה בתמורה למחיקת חובותיהם. כך, נולד איש הלחם הראשון לבית משפחת אנג'ל. שלמה אנג'ל, איש משפחה צעיר ונמרץ שהיה חדש בעולם האפייה והלחם, השקיע את כל מרצו, כספו ותשוקתו בעסק החדש, שהיה מבחינתו עולם קסום ואפוף ניחוחות משכרים. הוא הכניס למאפייה מכוונות חדישות, הגדיל את כושר הייצור ואת קהל הלקוחות, ותוך שנים מעטות הפך את "לחם אנג'ל" לשם דבר בירושלים. עם התרחבות הייצור, עברה המאפייה בירושלים למשכנה



| | |
|------|---|
| 1927 | מאפיית אנג'ל מוקמת בשכונת בית ון בירושלים. |
| 1965 | מאפיית אנג'ל מציגה את הלחם הפרוס והארז הראשון בישראל. |
| 1984 | הקמת קונדיטוריה במאפייה בירושלים ובעקבותיה הקמת רשת חנויות ארצית. |
| 1995 | הקמת מאפיית אנג'ל לוד. |
| 2009 | כניסה לתחום פינות האפייה "אנג'ל אפיו בחום". בני גרזי, ארה"ב. |
| 2014 | הקמת המאפייה בני גרזי, ארה"ב. |

- מאפיית אנג'ל מייצרת למעלה מ-700 מוצרי מאפה שונים.
- מדי דקה נמכרים בישראל כ-500 מוצרים של מאפיית אנג'ל.
- מאפיית אנג'ל היא הספקית הבלעדית של הלחמניות ברשת מקדונלד'ס בישראל.
- בתנורי החברה נאפתה בשנת 2002 החלה הקלועה הארוכה בעולם (20.7 מטר אורכה).
- מאפיית אנג'ל מפעילה 'בית מאפה לדוגמא' המייצר מגוון מוצרים ייחודיים לשוק בתי המלון וחברות ההסעדה.
- אתרי הייצור של מאפיית אנג'ל פעילים 24 שעות ביממה, מצאת השבת ועד לכניסתה.