

1927

מאפיית אנג'ל מוקמת בשכונת בית וגן בירושלים.

1956

מאפיית אנג'ל מציגה את הלחם הפרוס והארז הראשון בישראל.

1984

הקמת קונדיטוריה במאפייה בירושלים ובעקבותיה הקמת רשת חנויות ארציות.

1995

הקמת מאפיית אנג'ל לוד.

2009

כניסה לתחום פינות האפייה "אנג'ל אפיו בחום".

2014

הקמת המאפייה בניו ג'רזי, ארה"ב.

2015

השקת "לחם פשוט מלא" - הלחם המלא הראשון לילדים.



### האתגר השיווקי

תחום הלחם והמאפים הוא אחד התחומים הבוודיים בשוק המזון, שבהם נדרשת הפצה יומיומית לכל אחת מנקודות המכירה, שבהן פועל המותג. לכן, אחד האתגרים העומדים בפני מאפיית אנג'ל הוא תיפעול שרשרת ייצור ואספקה יעילה ומקצועית, שתאפשר מדי יום הגעת לחמים ומאפים טריים לאלפי נקודות מכירה ולמיליוני צרכנים.

אתגר נוסף וחשוב העומד בפני מאפיית אנג'ל, בשנים האחרונות, הוא לספק מענה למגמות הצרכנים בתחומי הבריאות. מגמות התזונה הבריאה ואורח החיים הספורטיבי הרווחות בשנים האחרונות, הביאו את הצרכנים להיות מודעים הרבה יותר לערכים התזונתיים של מוצרי המזון השונים, ובהם גם המזון הבסיסי ביותר - הלחם. בהתאם לכך, מאפיית אנג'ל שמה לה למטרה לפתח ולהשיק מוצרים חדשים בקטגוריית הלחמים הבריאים, וזאת תוך שמירה על האיכות והטעם.

### מענה למגמת הבריאות

על מנת לתת מענה לצרכנים המודעים לבריאות ומוטי תזונה בריאה, הרחיבה מאפיית אנג'ל בשנים האחרונות בצורה משמעותית את מגוון המוצרים בתחום הלחמים מקמח מלא - וזאת יחד עם הורדת כמויות הנתרן המצויות בלחם.

בשנה שעברה השיקה מאפיית אנג'ל לחמנייה מקמח מלא עם 99 קלוריות בלבד, במטרה לגנון את התמהיל שהיא מציעה לצרכני הלחמים הקלים. השנה, השיקה המאפייה פיתה קלה בקטנה - פיתה העשויה מ-100% קמח מלא ומכילה רק 78 קלוריות. בדיוק כמו הלחמנייה הקלה, גם הפיתה מיועדת בעיקר לקהל הנשי, שעד היום נמנע מאכילת פיתות בשל כמות הקלוריות הגבוהה שהן מכילות. מוצרים דלי קלוריות שכאלה, מאפשרים לאלו הנמצאים במשטר דיאטטי, שלא לוותר על גיוון בארוחות ולהנות גם מלחמניות ופיתות - שבדרך כלל נמנעו מהם.

ומה עם הילדים? לצד העלייה בצריכה של לחמים מקמחים מלאים - שהם בעלי ערכים תזונתיים גבוהים יותר - בקרב קהל הצרכנים הבוגר, הקהל הצעיר - קרי ילדים, עדיין נשאר ברובו עם הלחם האחיד. רתיעתם של הילדים נובעת בדרך כלל בשל הגוון הכהה יותר של לחם מקמח מלא, ובשל תוספות הגרעינים בלחמים שכאלו. כדי להתמודד עם האתגר של הגדלת הצריכה וההעדפה של לחם מקמח מלא בקרב ילדים, השיקה השנה מאפיית אנג'ל את **לחם פשוט מלא** - לחם מקמח מלא, ללא תוספת גרעינים ודגנים (המכונים בשפה הילדים "קשקשים"). הלחם החדש הינו בעל מרקם חלק, וצורת הפרוסה וצבעה זהים ללחם אליו הם רגילים - או במילים אחרות "לחם מלא שילדים פשוט אוהבים".

כמו שאר הלחמים המלאים הנאפים באנג'ל, גם **פשוט מלא** מיוצר מקמח מלא הנתחן מגרעין החיטה בשלמותו,

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 הנוכחי שבשכונת גבעת שאול, ולאור נפח הפעילות הגדל, גדלו גם ההשקעות והחלה ההתרחבות אל מחוץ לכירה.

בשנת 1995 הוקמה מאפייה נוספת בלוד, ולאורך השנים רכשה מאפיית אנג'ל מספר מאפיות נוספות: אחדות ת"א, טוב טעם נתיבות, מאפיית אילת, מאפיית אורנים (בבעלות של 50%) ומאפיית לחם חי. בעקבות הרכישות הוכנסו תחת המותג אנג'ל רוב מוצרי המאפיות שנרכשו. כיום, בבעלות מאפיית אנג'ל ארבע מאפיות לחם ומוצרי (בירושלים, בלוד, בנתיבות ובכפר החורש), מפעל עוגות כבית שמש, רשת חנויות לחם ומאפים, המונה 28 חנויות, ורשת של פינות אפייה בסניפי רשתות השיווק. כ-2014 חצתה אנג'ל את האוקיינוס והקימה מאפייה בניו ג'רזי, המשווקת מגוון מאפים ופיתות בטכנולוגיית "אפיו וקפוא" לשוק המוסדי ולרשתות השיווק בצפון אמריקה.

כיום, כ-88 שנה לאחר הקמת המאפייה, נכדיו של שלמה אנג'ל, שנדלו וחונכו בין כתלי העסק המשפחתי, ממשיכים את דרכו של הסב. מאפיית אנג'ל שומרת גם היום על ערכי היסוד המלווים אותה מיום הקמתה: אמיונות, איכות, שורשיות, מסורת וחדשנות. ערכים אלו, שעברו במשפחה מדור לדור, הם המטבח 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 בפיקוח משפחתי, לחמים מקמח מלא, דגנים ושופון, לחמים קלים, מגוון רחב של פיתות ולחמניות, מוצרים בטכנולוגיית "חצי אפיו" (המשווקים לפינות האפייה ברשתות השיווק וללקוחות מוסדיים) ומוצרים אפויים קפואים המיועדים לפינות אפייה, לשוק המוסדי וליצוא. החברה מייצאת את מוצריה הקפואים לרשתות שיווק והסעדה ברחבי אירופה. מערך ההפצה של החברה פרוס מצפון הארץ עד דרומה וכולל כ-200 קווי חלוקה, היוצאים מדי יום בימוי מחמשת אתרי ההפצה של החברה, ומביאים את מגוון המוצרים הטריים של אנג'ל לכ-3,500 לקוחות קמעונאיים, לקוחות מוסדיים ורשתות מזון מהיר.

בשנת 2014 עמד מחזור המכירות של מאפיית אנג'ל על כ-600 מיליון שקל.

### הסביבה התחרותית

מאפיית אנג'ל היא החשקן הגדול ביותר בקטגוריית הלחם ודברי המאפה בישראל. לצדה פועלים עוד מתחרים גדולים וקטנים שמוצריהם נמכרים בתפוצה ארצית. ללחמים ודברי המאפה של המותג ישנה גם תחרות עקיפה מצדן של פינות המאפה ברשתות המזון, מאפיות בוטיק וכל יצרן לחם גדול כקטן (מאפיות שכונתיות, בתי לחם וכדומה).

לאור מגמות התזונה הבריאה המתחזקות, השיקה מאפיית אנג'ל בשנתיים האחרונות מגוון מוצרים מקמח מלא; השנה נוספו לתמהיל המוצרים גם פיתה קלה בקטנה, המכילה רק 78 קלוריות, ולחם פשוט מלא, המיועד לראשונה גם לקהל הילדים

סימורה 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; אנג'ל היה יבואן בעל שם וקשרים עסקיים בעולם, ובין מוצרי היבוא המבוקשים ביותר שלו היו שקי קמח.

הימים היו ימי מחסור וחוסר ודאות כלכלית ביישוב היהודי בארץ ישראל. כנגד כל הסיכויים, הקימו שני שותפים מאפייה גדולה בירושלים, אך לאחר שנקלעו לחובות זמן קצר לאחר מכן, נאלצו 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. הוא הכניס למאפייה מכוונת חדישות,

### דברים שלא ידעת על מאפיית אנג'ל

- במאפיית אנג'ל מיוצרים למעלה מ-800 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.
- בשנת 2002 נאפתה בתנורי החברה החלה הקלועה הארוכה בעולם (20.7 מטר אורכה).
- חמשת אתרי הייצור של מאפיית אנג'ל פעילים 24 שעות ביממה, מצאת השבת ועד לכניסתה.
- השנה מיתגה אנג'ל מחדש את קו העוגות והמאפים האישיים שלה תחת השמות הבאים: אנג'לנו - מארז מוצרים משפחתי, ואנג'לי - עוגות במארז אישי; במסגרת פיתוח סדרת המאפים החדשה השיקה מאפיית אנג'ל קו ייצור בטכנולוגיה המתקדמת בעולם.