

1927

מאפיית אנג'ל מוקמת בשכונת בית וגן בירושלים.

1956

מאפיית אנג'ל משיקה את הלחם הפרוס והארוז הראשון בישראל.

1984

הקמת קנדיטוריה במאפייה בירושלים ובעקבותיה הקמת רשת חנויות ארצית.

2014

הקמת המאפייה בניו יורק, ארה"ב.

2015

השקת לחם 'פשוט מלא' לילדים.

2016

השקת סדרת 'אנג'ל צרפתי'.



## ילדים אוהבים פשוט וטעים - גם בלחם. השנה המשיכה מאפיית אנג'ל בקידום וביסוס הלחם המלא המתאים במיוחד לילדים - לחם 'פשוט מלא', המרחיב את קטגוריית מוצרי הבריאות גם לעולם המוצרים לילדים

סיפורה של משפחת אנג'ל ואהבתה לתחום הלחם והמאפים החל כבר בשנת 1927. שלמה אנג'ל, אחד הסוחרים הגדולים והידועים בירושלים של אותם הימים, היה יבואן בעל שם וקשרים עסקיים בעולם, שאחד ממוצרי המיובאים המובילים היה הקמח.

בין לקוחותיו הייתה מאפייה שכונתית בירושלים, שנקלעה לחובות זמן קצר לאחר הקמתה. אנג'ל, שהיה ספק הקמח של המאפייה, לא קיבל תשלום בעבור הסחורה - והציע לבעליה עסקת חליפין - קבלת המאפייה בתמורה למחיקת החוב ותשלום ליתר הנושים. כך נולד 'איש הלחם' הראשון לבית משפחת אנג'ל.

המאפייה גדלה והתרחבה תוך שיווק מוצריה בירושלים ומחוצה לה, עד שבשנת 1993 הוחלט לצאת אל מחוץ לגבולות ירושלים ולהקים מאפייה חדשה בלוד, וזו החלה לייצר ב-1995. צעד זה, יחד עם רכישות לאורך השנים של מספר מאפיות קטנות יותר ברחבי הארץ, הגדיל משמעותית את יכולת הייצור וההפצה של המאפייה, אשר התבססה כמאפייה הגדולה והמובילה בישראל.

כיום, בבעלות מאפיית אנג'ל ארבע מאפיות לחם ומוצרי (בירושלים, בלוד, בנתניה ובכפר החורש), מפעל עוגות בבית שמש, רשת חנויות לחם ומאפים המונה 24 חנויות, רשת פינות אפייה בסניפי רשתות השיווק ומאפייה בארצות הברית.

בשנים האחרונות מתרחבת המאפייה ומשקיעה בשוק ההסעדה ובשוק המקצועי. הצרכן אינו מודע לכך, אבל ברבות מרשתות המזון המהיר, בתי הקפה, ומגוון מלונות ומאפיות שכונתיות, על טעמו וכיסו של הצרכן.

### הסביבה התחרותית

מאפיית אנג'ל היא השחקן המוביל בקטגוריית הלחם ודברי המאפה בישראל, כשלצדה פועלים עוד מתחרים גדולים וקטנים שמוצריהם נמכרים בתפוצה ארצית - בשוק הקמעוני ובשוק המקצועי (שוק ההסעדה). בתוך רשתות השיווק קיימת תחרות מיצרנים אחרים במדפי הלחם עצמם, והן מפינות האפייה הנמצאות בסניפי רשתות השיווק ומציעות אף הן מגוון לחמים ולחמניות טריים. למעשה, בשנים האחרונות קיימת תחרות עזה מצד כל הגורמים הנ"ל, ובנוסף להם מאפיות בוטיק ומאפיות שכונתיות, על טעמו וכיסו של הצרכן.

### האתגרים השיווקיים

תחום הלחם והמאפים הוא אחד התחומים הבודדים בשוק המזון בהם נדרשת אספקה יום-יומית לנקודות המכירה בהן נמכר המוצר. לכן, אחד האתגרים העומדים בפני מאפיית אנג'ל הוא תפעול מערך ייצור והפצה יעיל שיאפשר אספקת לחמים ומאפים טריים לאלפי נקודות המכירה מידי יום.

על מנת לעמוד באתגר, מפעילה מאפיית אנג'ל מערך הפצה הפרוס מצפון ועד דרום, הכולל כ-200 קווי חלוקה. מדי יום עם שחר, יוצאות כ-200 משאיות מחמשת אתרי הייצור, המשמשים גם אתרי הפצה, לכ-4,000 לקוחות מדי יום ועד אילת. על גבי המשאיות מגוון רחב של לחמים, לחמניות ושאר מוצרים טריים העושים דרכם לצרכנים החפצים בלחם טרי עם פתיחת החנויות.

### פשוט מלאי - לחם מלא לילדים

האתגר שיווקי שעמד בפני המאפייה השנה היה שינוי תפיסה בקרב הורים - וקבלת הרעיון שילדים יכולים לאכול בריא גם במקרה של הלחם. סגמנט הלחם המלא צובר תאוצה בשנים האחרונות, בעקבות מודעות יתרה של הצרכנים לאופי תזונתם, והרצון להשריש בבית מאפיינים של תזונה בריאה יותר. התזונה הבריאה צריכה להתחיל כבר במזון הבסיסי ביותר, ומאחר שלחם יכול להוות בסיס לכל ארוחה, חשיבות הקניית הרגלים של תזונה בריאה כבר בגיל צעיר יכולה להתבטא גם בכריכי הילדים.

כעוד שצריכת הלחמים המלאים גדלה בקרב מבוגרים כמהלך השנים האחרונות, עולם הילדים נשאר נאמן ללחם האחיד. הצורך הבסיסי בקרב הורים להעניק לילדיהם לחם מקמח מלא, הביא את אנג'ל לשקוד על פיתוח מוצר מיוחד המתאים גם לילדים ושונה במקומו ובכריכיו ממגוון הלחמים המלאים הקיים בשוק.

צוות פיתוח רחב עמל על פיתוחו של לחם 'פשוט מלאי' - לחם דומה לזה אליו הילדים רגילים, אולם עשוי מקמח מלא. ייחודו של 'פשוט מלאי' הוא במרקמו הרך והחלק - בניגוד לשאר הלחמים המלאים שהיו קיימים במדף הסופר. בשפת הילדים, לחם 'פשוט מלאי' הוא נטול 'קשקושים' (דגנים וגרעינים) מרקמו חלק וצבעו בהיר יחסית ללחמים מלאים אחרים.

מהלך ההשקה של הלחם כלל פניה לקהל האימהות, לאחר שמבחינת הטעימה העלו כי ילדים אינם יכולים להבחין בהבדל בטעמו של הלחם המלא לעומת הלחם הפרוס הרגיל. ערוץ שיווקי נוסף הוקדש לקהל הדיאטניות, במטרה לעודד אותן להפיץ את השמועה בקרב לקוחותיהן. המוצר זכה להצלחה רבה בקרב ילדים והורים כאחד, ובשנת 2016 זכה בפרס החדשנות הבינלאומי של 'מוצר השנה' בקטגוריית הלחם.

### השקת אנג'ל צרפתי

גם בקטגוריית הלחם, הצרכן הופך מתוכם ומחפש ריגושים, חידושים ומוצרי פרמיום. על מנת לתת מענה לצורך הזה, השיקה השנה מאפיית אנג'ל סדרת לחמי מחמצת חדשה תחת השם 'אנג'ל צרפתי'. הסדרה פותחה בהשראת סגנון האפייה הצרפתי, העושה שימוש רב במחמצות חיטה, הנוצרות בעקבות תהליך התסיסה הטבעי של שמרי הבר המצויים בקמח.

הסדרה כוללת ארבעה סוגים של לחמי מחמצת: לחם דגנים - לחם פרוס על בסיס מחמצת חיטה בתוספת דגנים. לחם מחמצת, חיטה מלאה ודגנים - לחם פרוס על בסיס מחמצת חיטה, עם חיטה מלאה ודגנים. לחם 100% שיפון קל - לחם פרוס מופחת קלוריות מקמח שיפון מלא, מחמצת שיפון וסיבים תזונתיים. לחם פשתן ושומשום - לחם פרוס על בסיס מחמצת חיטה בתוספת פשתן ושומשום.

### דברים שלא ידעת על מאפיית אנג'ל

- בכל יום מייצרת מאפיית אנג'ל למעלה ממיליון יחידות של דברי מאפה - בהם לחמים, פיתות, לחמניות, רוג'לך ועוד.
- קילומטר אחד - זה המרחק אותו עושה כיכר לחם בתוך המאפייה, משלב לישת הבצק ועד לאריזתה והעמסתה על גבי משאית ההפצה.
- מאפיית אנג'ל היא ספקית הלחמניות של רשת מקדונלד'ס בישראל.
- חמשת אתרי הייצור של מאפיית אנג'ל פעילים 24 שעות ביממה - מצאת השבת ועד כניסתה.
- קליעת החלות והלחמניות במאפיית אנג'ל מתבצעת בשיטה המסורתית - באופן ידני בלבד.