בביתהמשפט המחוזי **ת.א.**
<u>בחיפה</u>

בעניין שבין: כדיג'ה יונס ת"ז :061501292
מ שכונת אלבורג'- כפר עארה

ע"י"כעורכת דין ג'ומאנה יונס
מכפר ערערה ת.ד. 651 מיקוד 30026
Email: jumana.younis@gmail.com
טל' : 054-6987277; 04-6355164
פקס : 04-6355743 **<u>התובעת</u>**

נגד

תנובה בע"מ, יצרני מזון, עיבוד מוצרי מזון
כתובת : הרב מכר ת.ד. 7007, מיקוד 47100
טלפון : 03-6904000
פקס : 03-6986488 **<u>הנתבעות</u>**

<u>סכום התביעה האישית</u>: **<u>17280 ₪</u>.**
<u>סכום התביעה הייצוגית המוערך</u>: **<u>15000000₪</u>.**
<u>מהות התביעה כייצוגית</u>: **השבה, עשיית עושר ולא במשפט, הפרת חובה חקוקה, עוולות צרכניות, פיצויים.**

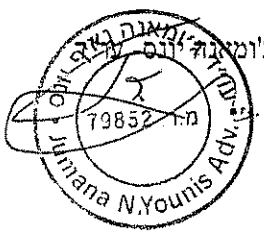
<u>בקשה לאישור תובענה ייצוגית</u>

1. בית המשפט המחוזי הנכבד בחיפה מתבקש בזאת לאשר את התביעה הנ"ל כתביעה ייצוגית, בהתאם לחקלסע' 4(א)(1) ו-4(ב)(1) לחוק תובענות ייצוגיות, תשס"ו-2006.
2. מצורף תצהיר של התובעת, והתביעה האישית של התובעת.

בהתחשב בהוראת סעיף5 (א)(1) לחק תובענות ייצוגיות - **הגשת בקשה לאישור תובענהייצוגית**, מוגשת ביחד עם הבקשה לישור התובענה כייצוגית נוסח התובענה ותצהיר התובעת בשם הקבוצה.

3. בבדיקה בפנקס התביעות הייצוגיות בנט המשפט עולה שזה היום במקביל להגשתנו אתביעה והבקשה לאשרה כייצוגית, הוגשה בקשה לאישור באותו הנושא מס תיק 43769-04-18 על שם צפורן נגד תנובה...
פרטי הבקשה לא ידועים לנו במדויק, כי עדיין לא קיימים במערכת נט המשפט אבל מובן שזה באותן שאלות ועניין.

4. בזה הרגע תוגש גם הודעה למנהל בתי המשפט על הגשת הבקשה לאישור התובענה כייצוגית.



בביתהמשפט המחוזי **ת.א.**
<u>בחיפה</u>

בעניין שבין: כדיג'ה יונס ת"ז :061501292
מ שכונת אלבורג'- כפר עארה

ע"י ב"כעורכת דין ג'ומאנה יונס
מכפר ערערה ת.ד. 651 מיקוד 30026
Email: jumana.younis@gmail.com
טל': 054-6987277; 04-6355164
פקס: 04-6355743 **<u>התובע</u>**

נגד

תנובה בע"מ, יצרני מזון, עיבוד מוצרי מזון
כתובת: הרב מכר ת.ד. 7007, מיקוד 47100
טלפון: 03-6904000
פקס: 03-6986488 **<u>הנתבעות</u>**

<u>סכום התביעה האישית:</u> **<u>17280 ₪</u>.**
<u>סכום התביעה הייצוגית המוערך:</u> **<u>15000000₪</u>.**
<u>מהות התביעה כייצוגית:</u> **השבה, עשיית עושר ולא במשפט, הפרת חובה חקוקה, עוולות צרכניות, פיצויים.**

<u>כתב תביעה - בתובענה ייצוגית</u>

<u>פתח דבר:</u>

1. התובעת מתכבדת להגיש את כתב תביעתה לבית המשפט הנכבד, בד בבד עם הגשת בקשה לאישור התביעה כייצוגית, **בהתאם לחוק תובענות ייצוגיות, תשס"ו-2006** (להלן: "**חוק תובענות ייצוגיות**").
2. התובענה דנן מוגשת בשל הטעייה חמורה של הנתבעת את צרכני השוקו.

<u>הצדדים להליך:</u>

1. התובעת, גב' כדיג'ה יונס היתה והינה צרכנית של שוקו תנובה.
2. הנתבעת הינה חברה תנובה בע"מ, יצרנית ומשווקת מזון.

העובדות:

1. התובעת הינה אמא ל 4 ילדים קטנים, אשר צורכת לה ובעיקר לילדים שלה כ 4-5 ליטר שוקו כל שבוע.
2. התובעת היתה בטוחה שהיא קונה שוקו תנובה עשיר בחלב (96%) ודל סוכר (40% פחות)
3. התובענה דנן מתייחסת לשיווק, מכירה והפצה של משקה שוקו יוטבתה אשר משווקת תנובה ,להלן "הנתבעת" באריזות של שני ליטר, ליטר, ו 250 מ"ל.
4. הנתבעת משווקת ו"מתפארת" שהשוקו שלה מכיל % 96 חלב, והכיתוב של התכולה הנ"ל "מתנוסס במקום בולט על האריזות" .
5. בפועל מתברר שכמות החלב בשוקו היא הרבה פחות ממה שהנתבעת מציינת, כמות החלב עומדת על 81.5% ולא 90% כפי שצויין על האריזות.
6. מצורפת הכתבה מפרי עטה של עדי דברת מזריץ מיום 23/4/2018 בשם :

המתכון החדש של שוקו תנובה: מים במקום חלב - באותו המחיר

תנובה הורידה את שיעור החלב בשוקו מ-96% ל-81.5%, ובמקום זאת הוסיפה מים ■ המהלך צפוי לחסוך לה כ-2.3 מיליון שקל בשנה - אך הצרכנים אינם יוצאים נשכרים ■ תנובה: "הפחתנו סוכר והוספנו מים כחלק מתוכנית המצפן התזונתי"- נספח ב

7. בנוסף, הנתבעת משווקת ומפרסמת שהשוקו שלה אף מכיל 40% פחות סוכר..
8. העתק הכתבה של ידיעות אחרונות בשם "איזה שוקו הכי בריא לילדים שלכם" מפרי עיטה של שושנה חן מיום 2/2/2017 , שבו החברה מצהירה שהיא עומדת מאחורי הפרסומים שלה- בהקשר לרמת הסוכר במופחתת ואחוזי החלב כ **נספח ב**

9. בפועל מתברר שבאותיות קטנות נרשם שה 40% פחות סוכר מתייחס רק להשוואה עם שוקו עמיד של הנתבעת, אך בכמויות הסופיות ההבדל הוא 17% – בעמיד יש 10.6 גרם סוכר ל 100 מ"ל.
10. קמפיין השיווק הנ"ל (שוקו תנובה בהרכב 96% חלב ו 40% פחות סוכר) החל ב 2013, התובעת וכמוהה כל ציבורי צורכי שוקו תנובה, נתנו אמון בהצהרות החברה וסמכו שהם קונים שוקו איכותי עם תכולת חלב גבוהה מאוד וכמות סוכר מופחתת.
11. באיזה שהוא שלב, שעדיין לא ידוע לתובעת, הנתבעת שינתה את אחוז החלב ל 81.5 , וזאת מבלי לטרוח לעדכן את הצרכנים ומבלי לשנות את הכיתוב של ה 96%ה תכולת חלה על אריזות השוקו.
12. בנוסף גם הכיתוב המטעה של ה 40% פחות סוכר (שזה בכלל בהשואה לשוקו עמיד של הנתבעת ולא בכלל) אשר גם בהשוואה לשוקו עמיד התברר כלא נכון (מה שנכון זה 17% פחות סוכר משוקו עמיד) גם לא שונה.

13. הנתבעת אף לא דאגה לשנות אתמחיר השוקו בהתאם להורדת אחוז החלב בהרכב השוקו , למרות שפעולה זו הכניסה לקופת הנתבעת מיליונים רבים שעדיין אין לנתבעת את אומדנם המדויק.

<u>עילות התביעה הייצוגית וטענות התובע:</u>

1. התובענה דנן מוגשת בהתאם להוראות סעיפים 3.(א) לחוק תובענות ייצוגיות, התשס"ו-2006 (להלן: "**חוק תובענות ייצוגיות**"), וכן בהתאם לסעיף 4.(א)(1) לחוק תובענות ייצוגיות.
2. סעיף 2 לחוק הגנת הצרכן, התשמ"א-1981, קובע כי:

"2. איסור הטעיה

(א) לא יעשה עוסק דבר - במעשה או במחדל, בכתב או בעל פה או בכל דרך אחרת לרבות לאחר מועד ההתקשרות בעסקה - העלול להטעות צרכן בכל ענין מהותי בעסקה (להלן - הטעיה); בלי לגרוע מכלליות האמור יראו ענינים אלה כמהותיים בעסקה :

(1) הטיב, המהות, הכמות והסוג של נכס או שירות;

(2) המידה, המשקל, הצורה והמרכיבים של נכס;

(3) מועד ההספקה או מועד מתן השירות;

(4) השימוש שניתן לעשות בנכס או בשירות, התועלת שניתן להפיק מהם והסיכונים הכרוכים בהם.

(5) דרכי הטיפול בנכס;

(6) זהות היצרן היבואן או נותן השירות;

(7) השם או הכינוי המסחרי של הנכס או השירות;

(8) מקום הייצור של הנכס;

(9) תאריך הייצור של הנכס או תאריך תפוגתו;

(10) החסות, העידוד או ההרשאה שניתנו לייצור הנכס או למכירתו או למתן השירות;

(11) התאמתו של הנכס או השירות לתקן, למיפרט או לדגם;

(12) קיומם של חלפים, אבזרים או חמרים המיוחדים או המתאימים לתיקון הנכס או לשימוש בו;

(13) המחיר הרגיל או המקובל או המחיר שנדרש בעבר, לרבות תנאי האשראי ושיעור הריבית;

(14) חוות דעת מקצועית או תוצאות של בדיקה שניתנו לגבי טיב הנכס או השירות, מהותם, תוצאות השימוש בהם, והסיכונים הכרוכים בהם;

(15) השימוש הקודם שנעשה בנכס או היותו חדש או משופץ;

(16) שירות אחזקה ותנאיו;

(17) תנאי אחריות לנכס או לשירות;

(18) כמות הטובין שבמלאי מסוג נושא העסקה;

(19) היות העסקה שלא במהלך עסקים;

(20) היות מקורו של הנכס הנמכר בפשיטת רגל, בכינוס נכסים או בפירוק של חברה;

(21) תנאי הביטול של עסקה.

(ב) לא ימכור עוסק, לא ייבא ולא יחזיק לצרכי מסחר נכס שיש בו הטעיה ולא ישתמש בנכס כאמור למתן שירות.

(ב1) לא יציב עוסק שלט ולא יודיע בכל דרך אחרת, שאין הוא אחראי לכל נזק גוף העלול להיגרם לצרכן בתחום העסק או בחצריו.

(ב2) עוסק המודיע, בכל דרך שהיא, שאין לצרכן זכות לבטל עסקה, או לקבל חזרה את כספו, יסייג את הודעתו באופן שיובהר כי האמור בהודעה אינו חל במקרים שנקבעו לפי חוק.

(ג) הוראות סעיף זה יחולו גם על פרסומת".

3. התובע יטען כי הנתבעת הפרה את סעי' 1+2 לחוק הגנת הצרכן **והטעתה**את ציבור צרכניה בהקשר למרכיבי השוקו (אחוז החלב והסוכר בשוקו)

4. התובע יטען כי הנתבעת התעשרה שלא כדין על חשבונו, בניגוד להוראות סעיף 1 **<u>לחוק עשיית עושר ולא במשפט, תשל"ט-1979</u>**, בכך שקיבלה שלא על פי זכות שבדין כסף בגין מוצר שמכרה תוך הטעייתו באשר לטיב המוצר, ולפיכך חייבת הנתבעת להשיב לתובע את הסכומים ששילם לה..

5. התובע יטען כי לו הייתה הנתבעת חושפת את הרכיבים המדויקים בשוקו שלה, הצרכנים לא היו קונים את השוקו שלה באותה מידה.

6. התובע יוסיף ויטען כי הנתבעת הציגה **מצג שוא** ואף פעלה בחוסר תם לב מוחלט, במיוחד לאור התביעה הייצוגית הקודמת נגד הנתבעת על רקע פרשת הסיליקון בחלב תנובה משנת 1995.

7. התובעתטען כי מעשיה ו/או מחדליה של הנתבעת הביאו אותה לרכישת שוקו של הנתבעת בהסתמך על הפרסומים הכוזבים שלה, בסדר גודל של 4-5 ליטר לשבוע

במשך שנים, שספק אם הייתה צורכת את השוקו בהרכבו האמיתי, לכל הפחות לבטח לא הייתה רוכשת אות בכמות זו ומעדיפה אותו של שאר היצרנים.

<u>הבקשה לאשר את התובענה כייצוגית:</u>

1. לכתב תביעה זה מצורפת בקשה לאישור התובענה כייצוגית הנתמכת בתצהיר התובע, ובה מפורטים התנאים לאישורה של התביעה דכאן כתובענה ייצוגית בהתאם לסעיפים 4(א)(1) ו-4(ב)(1) **לחוק תובענות ייצוגיות, תשס"ו-2006.**

2. כל התנאים המוקדמים להגשתה של תביעה זו כתובענה ייצוגית נתקיימו:

א. לתובע קיימת עילה אישית כלפי כל אחת מהנתבעות. קיומה של עילת תביעה שאחד מיסודותיה הוא נזק, תוך שהתובע מראה כי לכאורה נגרם לו נזק;

ב. עילת התביעה נכנסת בגדרי סעיף 3(א) לחוק תובענות ייצוגיות;

ג. התביעה מעוררת שאלות מהותיות של עובדה או משפט, המשותפות לכלל חברי קבוצת התובעים (קיימת קבוצה, וקיומו של נזק לכאורה לכלל הקבוצה);

3. הגדרת הקבוצה הינה: **<u>כל האנשים שצרכו שוקו אותם משווקת הנתבעת בשש השנים שעד ליום הגשת התובענה או כל הגדרה אחרת שבית המשפט הנכבד ימצא לנכון בנסיבות העניין.</u>**

<u>הסעד האישי לתובע</u>:

1. השבת הסך אותו שילם התובע לנתבעת או לכל הפחות מחצית ממנו היות ויכול שאם העובדות היו ידועות על כנן כן הייתה התובעת רוכשת שוקו אך לבטח לא בכמות של 5 ליטר.

2. בית המשפט יתבקש לפסוק פיצוי בסכום כספי 17280 אשר הוציאה הנתבעת על רכישות השוקו במשך 6 שנים עד למועד גילוי הפרשה.

<u>תחשיב נזקי הקבוצה יהיה בהתאם למפורט להלן</u>:
התובע אינו יודע לעת הגשת התביעה את העובדות לגבי רמת המכירות של השוקו.

<u>לפיכך יעמיד התובע את רכיבי התביעה הייצוגית בשלב זה, כדלקמן</u>:

1. בשלב זה מתבקש בית המשפט להורות על השבת כל הסכומים המפורטים במאזניה כהכנסות ממכירות השוקו עם חלב ב ששת השנים לפני הגשת התביעה.
לחילופין, יבקש התובע את בית המשפט הנכבד למנות מומחה על מנת להעריך את כמות האנשים שצרכואת השוקו של הנתבעת הנתבעת.

כמו כן בית המשפט יתבקש להורות על פיצוי בגין נזקי בריאות , ככל שיתברר ויהיו או שיש יסוד סביר שהיו (עששת/ כרת וכיו"ב), ואי לכך ישקול בית המשפט הנכבד מינוי מומחה לשאלות שבעניין.

2. בהתאם לכל המפורט בתובענה זו, יתבקש בית המשפט הנכבד להורות כדלקמן:

3. לאשר לתובע לנהל את התובענה כייצוגית;

4. להורות בדבר הדרך שיש לנקוט על מנת לפצות את הנפגעים ממעשי הנתבעת;

א. להורות על השבת הסכומים לטובת מלוא חברי הקבוצה וכן להורות על מתן פיצוי לנזקים הכוללים שנגרמו לקבוצה כתוצאה ממחדליה ו/או מעשיה של הנתבעת, תוך השבה לקבוצה את מלוא הכספים שנגבו שלא כדין, ופיצוי חברי הקבוצה כאשר סכומים אלה נושאים הצמדה וריבית מיום נטילתם ועד ליום השבתם, וכן להורות על פיצוי חברי הקבוצה, וכן להורות על פיצוי מיוחד של התובע, בשיעור שייראה לבית המשפט הנכבד;

ב. לחלופין ו/או במצטבר: להורות על פסיקת כל סעד אחר לטובת חברי הקבוצה, כפי שימצא בית המשפט הנכבד לעשות בנסיבות העניין;

ג. ליתן הוראות בעניין הגדרת הקבוצה; הוראות בדבר הדיון בתובענה; הוראות בדבר פרסום ההחלטה ונוסחה; הוראות לעניין הגמול שיינתן לתובע בסך אחוז מסוים מסך הפיצוי שייפסק; הוראות בדבר שכ"ט ב"כ התובע, כאחוז מסוים

מסך הפיצוי שייפסק בהתאם לקביעת בית המשפט הנכבד וכן כל סעד אחר שייראה לבית המשפט הנכבד;

ד. להורות על תשלום שכר טרחת המומחה מטעם התובע;

ה. להורות לנתבעת על גילוי מסנכים, במיוחד המסמך הרלוונטי למאזן הרווחים ממכירת השוקו עשיר החלב בשש השנים מאז ייצורו, וגם כל מסמך הדרוש לברור התביעה באופן הוגן ויעיל.

ו. התובע שומר על זכותו לתקן את סכום התובענה הייצוגית ככל שיתקבלו נתונים שונים מהנתבעת.

ז. טענות התובע הינן חלופיות או משלימות, הכל לפי הענין.

ח. בית המשפט הנכבד יתן את דעתו ויגלה את חמלתו הבנתו, אם יגלה חוסרים בכתב התביעה, שכן העניין נודע רק בערב הקודם להגשת התביעה ומכאן המירוץ להגשת התביעה בתור ייצוגית פן תפספס התובעת הבקשה לייצג את הקבוצה.

ט. לבית המשפט המחוזי בחיפה, הסמכות העניינית לדון בתביעה זו נוכח גודל הסעד הכולל הנתבע. לבית המשפט הנכבד הסמכות המקומית לאור מקום עסקן של הנתבעות ו/או מקום המעשה ו/או המחדל ו/או המעשים ו/או המחדלים המפורטים בתביעה זו.



ג'ומאנה יונס, עו"ד
ב"כ התובעת

תצהיר

אני הח"מ כדיג'ה יונס, נושאת ת"ז :061501292 מ כפר עארה שכונת אלבורג' , לאחר שהוזהרתי כי עלי לומר את האמת וכי אהיה צפוי לעונשים הקבועים בחוק אם לא אעשה כן, מצהיר בזה בכתב כדלקמן :

1. שמי, מספר זהותי ומעני כנ"ל.

2. הנני נותן תצהירי זה מטעמי וכתמיכה לכתב התביעה שלי נגד חברת תנובה ובבקשה לאישור התביעה כתביעה ייצוגית.

3. הנני להצהיר כי העובדות שבכתב התביעה חלקן הקשורות אליי הם אמת ומידיעתי האישית

4. החלק הקשור להתנהלות הנתבעת סע' (3-13) בחלק העובדות בכתב התביעה, בעניין שוקו תנובה הינם מידיעה דרך העיתונות – ידיעות אחרנות + THE MARKER .

5. זהו שמי, להלן חתימתי ותוכן תצהירי זה נכון ואמת.

חתימת המצהיר

הנני מאשרת בזאת כי ביום 24.4.18 הופיעה בפני עורכת דין ג'ומאנה יונס, במשרד בכפר ערערה גברת כדיג'ה יונס המוכרת לי אישית ואחרי שהזהרתיה כי עליה להצהיר את האמת וכי תהיה צפוי לעונשים הקבועים בחוק אם לאתעשה כן, אישרה את נכונות הצהרתו הנ"ל וחתמה עליה בפני .

עורכת דין- גומאנה יונס

עו"ד ג'ומאנה נאיף יונס • Jumana N.Younis Adv. • חותמת 79836

ממון • 02.02.2017

איזה שוקו הכי בריא לילדים שלכם?

כמויות עצומות של סוכר • כמויות זניחות של קקאו • ופערים גדולים בחלבון וסידן • כך גילינו בעזרת הדיאטנית מריאנה אורבך • הכי טוב להכין שוקו בבית, אבל אם קונים יש כמה אופציות סבירות, אפילו בשקית

שושנה חן | צילומים: צביקה טישלר

איזה שוקו קנוי לתת לילדים? אם שר הבריאות ליצמן יעמוד במילתו, לפי התקנות של ועדת ההסדרה – סימון ירוק למוצר בריא יחסית ואדום לגרוע – בקיץ השוקו במתכונתו הקלאסית ייצבע אדום. סימון כזה יקבלו 6 מ־9 סוגי שוקו על חלב שבדקנו, ו־2 סוגים על בסיס סויה. הסיבה: הם חוצים, חלקם בעשרות אחוזים, את הסף של 6.5 גרם סוכר ל־100 מ"ל.

מצאנו מגוון עצום. לדברי מריאנה אורבך, דיאטנית בכירה בשירותי בריאות כללית שעזרה לנו לדרג בריאותית את כולם, "פרט ל־3 מוצרים, כולם עתירי סוכר. עם כל היתרונות – חלב, סידן וחלבון – המוצר עדיין בעייתי". ועדיין, יש אופציות סבירות, גם בשקית.

מה עוד למדנו? קקאו: כולל חומצות שומן חיוניות ונוגדי חמצון, אך ברוב המוצרים הכמות זניחה. בעוד שכפית לא גדושה מכילה 4 גרם, ומחוקה 2 גרם, ברובם היו 1.3־1.7 גרם קקאו ל־200 מ"ל; גם ביתר הרכיבים היו פערים. בחלבון הכמות ל־100 מ"ל נעה בין 2.7־3.5 גרם, פער של 23%, הרבה במוצר לילדים; בסידן היו פערים של עד 110%; כמויות החלב נעו בין 60% ל־99%; מבחינת שומנים, כולם מופחתי שומן (1%־2.1%), גם לעומת חלב רגיל; ויטמין D: מצוי בחלב פרה הרועה באחו, בתזונתה הנוכחית הכמות יורדת. בשוקו יש תוספת של היצרנים, אך הכמות זניחה, עד 1 מק"ג ל־100 מ"ל. הכמות המומלצת היומית, גם אצל ילדים, היא 400 מק"ג; סוכר: מצאנו בכמויות, בשיא בין 7 כפיות בבקבוקון ל־12 באריזה לשקשוק (400 מ"ל) שאין בעיה לחסל; לקטוז: יש יותר סוגי שוקו מופחת לקטוז, במטרה להפחית סוכר (פירוק הלקטוז מעצים את המתיקות). עם זאת, לפי אורבך, "רכיב זה תורם לספיגת סידן ושגשוג חיידקי מעיים טובים". מייצב E407: לפי מחקרים בבעלי חיים לא מומלץ לסובלים ממחלות מעיים. "מפוסטר על": ב־125 מעלות (לעומת 90־95 לפסטור רגיל) ומהר יותר, ומשיג חיי מדף ארוכים יותר. לא ברור אם פוגע בערכים התזונתיים או לא.

איך בדקנו? קנינו 9 סוגים על חלב (4 גם בשקיות אישיות) ושניים על סויה. כל הרכיבים הובאו לאורבך, שלא ידעה אילו מותגים מאחוריהם. בדירוג התייחסנו רק להיבט הבריאותי – לא לטעם, לא לנוחות האריזה וגם לא למחירים (בתרגום ל־100 מ"ל היו פערים של עד 200%). רשמנו כמויות ל־100 מ"ל, אך בשקלול הציונים הובא בחשבון שהבקבוקים מכילים 250 מ"ל שנשתים בלי בעיה, והשקיות הפופולריות 225 מ"ל (למעט הטובה בחבורה).

הכי טוב? תכינו שוקו בבית, מקקאו אמיתי ועם כפית סוכר אחת (גדושה שוקלת 5 גרם). הוא יהיה לא מתועש, ויכיל הרבה חלב ויותר קקאו.

תגובות:

יטבתה מסרה: "יטבתה מציעה מגוון משקאות חלב, כולל הכי בריאים בשוק (ללא סוכר ותחליפים או עם כפית וחצי סוכר מוסף)"

אדיר ר.י. סחר, יבואנית cocio: "מדובר במשקה קלאסי, מחוזק באחוז נוסף של קקאו ונותן מענה לקהל בוגר. היצרן לא נוהג לסמן את כמות הסידן, ולפי תקנות משרד הבריאות אין צורך לסמן".

תנובה: "אנו עומדים מאחורי הכיתוב על האריזה. הסוכר המוסף הופחת ב־40%, והנתון שציינתם כולל גם את הלקטוז שיש בחלב באופן טבעי. כמות הוויטמין D מבוססת על התקן הישראלי לחלב. E407 עשוי ממקור טבעי (אצות), והכרחי למניעת שקיעת הקקאו".

שופרסל: "כמות הקקאו במוצר היא האופטימלית הנדרשת להשגת הטעם, ללא חומרי טעם. הסוכר מגיע בחציו מהסוכר הטבעי שבחלב (לקטוז) והיתר מסוכר מוסף, בכמות הנדרשת לטעם אופטימלי. לרוצים להפחית סוכר אנו מציעים את 'שוקו נטול לקטוז' של שופרסל גרין, שלא מכיל סוכר מוסף, ועומד בהמלצות ועדת הסוכר".



שוקו מו של טרה ללא תוספת סוכר

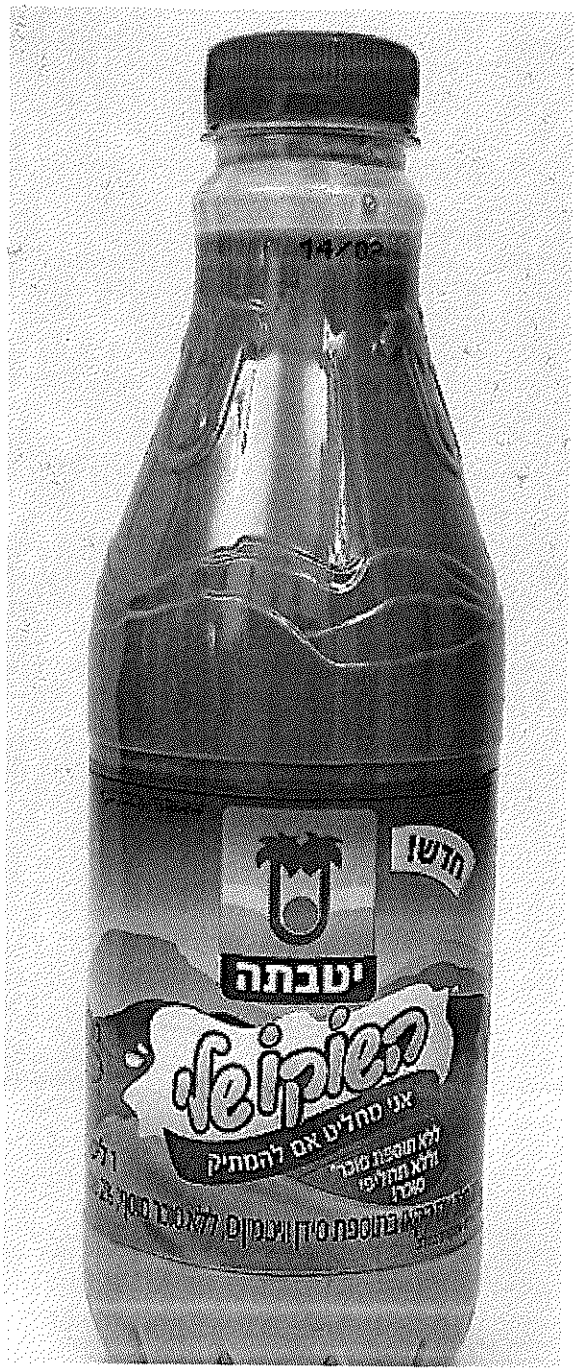
שוקו מו של טרה ללא תוספת סוכר | ציון: 8

כמה חלב: 99% • **כמה קקאו:** לא צוין • **קלוריות ל־100 מ"ל:** 51 • **חלבון:** 3.3 ג' • **פחמימות:** 4.9 ג' • סוכרים: לא צוין • **שומן:** 2 ג' • **נתרן:** 55 מ"ג • **סידן:** 200 מ"ג • למה כן? מעט קלוריות יחסית, הכי מעט סוכר בין מה שבדקנו)אם מתייחסים לכל הפחמימות כאל סוכר, מקבלים כ־ 3 כפיות ל־ 250 מ"ל(, הכי הרבה סידן, הרבה חלבון יחסית, דל לקטוז, הממתיק המלאכותי (סטיביולגליקוזיד) תקין • למה לא? כי כמות הסוכרים לא צוינה, כך גם כמות הקקאו, ולפי חישובינו היא קטנה לעומת הכנה ביתית, ההעשרה בוויטמין D (מק"ג ל־ 100 מ"ל) המודגשת לא משמעותית, המייצב (E407) בעייתי לרגישים. **שורה תחתונה:** מאמץ מרשים לשדרוג מוצר בעייתי.

מחלבות רמת הגולן

מחלבות רמת הגולן שוקו נטול לקטוז ללא תוספת סוכר | ציון: 7.5

כמה חלב: 99% • **כמה קקאו:** 0.77% • **קלוריות ל־100 מ"ל:** 43 • **חלבון:** 3.4 ג' • **פחמימות:** 5 ג' • **סוכרים:** 5 ג' • **שומן:** 1 ג' • **נתרן:** 40 מ"ג • **סידן:** 110 מ"ג • **למה כן?** הרבה חלב, כמות סוכר מהנמוכות שמצאנו (3 כפיות ב־250 מ"ל), ממתיק בטוח (סטיביולגליקוזיד) •**למה לא?** כמויות סידן וקקאו לא מרשימות. אין חומרים משמרים אבל יש מייצב (E407). **שורה תחתונה:** אפשר לתת גם לילדים אבל לא להגזים.



השוקו שלי, אני מחליט אם להמתיק, יטבתה

השוקו שלי, אני מחליט אם להמתיק, יטבתה | ציון: 7.5

כמה חלב: 78% • **כמה קקאו:** 0.85% • **קלוריות ל־100 מ"ל:** 52 • **חלבון:** 3.1 ג' • **פחמימות:** 5.9 ג' • **סוכרים:**4.7 ג' • **שומן:** 2 ג' • **נתרן:** 45 מ"ג • **סידן:** 160 מ"ג •**למה כן?** הפחתה דרמטית של סוכר, אין תחליפי סוכר, בגלל השקיפות, היחיד שנותן
סימון תזונתי לכוס, בין הגבוהים בסידן • **למה לא?**מעט חלב יחסית, אמנם נתנו יותר מבשוקויטבתה הקלאסי (שבו 60% חלב) והוסיפו רכיבי חלב, אבל חלב מקורי עדיף, הדגש המעצבן "ללא גלוטן" (מאיפה אמור להגיע גלוטן לשוקו?), ההנחיה "אם
חסרה לך מתיקות המתק לפי טעמך" היא בעייתית ומחייבת שליטה, מכיל רכיבים רבים בהם המייצב (E4079) והמסמיכים E466 ו־E460. **שורה תחתונה:**אופציה טובה לבעלי שליטה שלא יוסיפו סוכר.



Cocio - Dark Chocolate Drink

Cocio - Dark Chocolate Drink | ציון: 6

כמה חלב: 86.6% • **כמה קקאו:** 2.5% • **קלוריות ל־ 100 מ"ל:** 76 • **חלבון:** 3.5 ג' • **פחמימות:** 10 ג' • **סוכרים:** 10 ג' • **שומן:** 2.1 ג' • **נתרן:** 39.5 מ"ג • **סידן:** לא צוין •**למה כן?** הכי הרבה קקאו, הכי פחות רכיבים – חלב, סוכר, מים וקקאו • **למה לא?** כמות סוכר מהגבוהות, כמות הסידן לא מצוינת. **שורה תחתונה:** מדובר בממתק. ואם כבר יבוא מדנמרק, למה לא הגרסה מופחתת הסוכר של המותג הידוע?



שוקו תנובה 40% פחות תוספת סוכר

שוקו תנובה 40% פחות תוספת סוכר | ציון: 5.5

כמה חלב: 96% • **כמה קקאו:** 0.71% • **קלוריות ל־100 מ"ל:** 67 • **חלבון:** 3.5 ג' • **פחמימות:** 8.8 ג' • **סוכרים:**8.8 ג' • **שומן:** 2 ג' • **נתרן:** 46 מ"ג • **סידן:** 170 • **למה כן?** היה חלוץ מגמת הפחתת הסוכר, דל לקטוז למי שחשוב, יחסית הרבה חלב וסידן • **למה לא?** הרבה סוכר, ניסוח ההבטחה (" 40% פחות תוספת") מבלבל, באותיות הקטנות מתברר שמדובר "בהשוואה לתוספת הסוכר בשוקו עמיד של תנובה", אך בכמויות הסופיות ההבדל הוא 17% – בעמיד יש 10.6 גרם סוכר ל־ 100 מ"ל, מכיל מייצב (E407), מעט קקאו. **שורה תחתונה:**מבטיח, אבל ב־ 250 מ"ל תקבלו מעל 5 כפיות סוכר.



שוקו יטבתה 1.5% שומן, בתוספת סידן ו־ויטמין D

שוקו יטבתה 1.5% שומן, בתוספת סידן ו־ויטמין D | ציון: 5

כמה חלב: 60% • **כמה קקאו:** 0.85% • **קלוריות ל־100 מ"ל:** 60 • **חלבון:** 2.7 ג' • **פחמימות:** 8.9 ג' • **סוכרים:**8.4 ג' • **שומן:** 1.5 ג' • **נתרן:** 45 מ"ג • **סידן:** 160 מ"ג •**למה כן?** כמות סידן סבירה, "מפוסטר על", מה שמאריך את חיי המדף,
דל לקטוז • **למה לא?** בגלל הסוכר. הכי מעט חלב מקורי, אם כי הוסיפו רכיבי חלב, מעט חלבון יחסית, מכיל מייצב (E407) וגם מסמיך. **שורה תחתונה:** חבר לא מרשים במשפחת השוקו עם הסוכר. קצת יותר קקאו, אבל פחות ממה שתשימו בהכנה ביתית.



שוקו עמיד תנובה, קרטונית עם קשית

שוקו עמיד תנובה, קרטונית עם קשית | ציון: 4.5

כמה חלב: 95% • **כמה קקאו:** 0.74% • **קלוריות ל־100 מ"ל:** 73 • **חלבון:** 3.1 ג' • **פחמימות:** 10.6 ג' • **סוכרים:**10.6 ג' • **שומן:** 2 ג' • **נתרן:** 50 מ"ג • **סידן:** 95 מ"ג •**למה כן?** לפחות לא מתיימר – אין כמעט הבטחות בריאותיות על האריזה, הרבה חלב • **למה לא?** מעט סידן, בקרטונית כ־7 כפיות סוכר, כמות קקאו זניחה (1.5 גרם) וכמות ויטמין D לא משמעותית (2.5 מק"ג), מכיל מייצב (E407). **שורה תחתונה:** הנוחות לא מכפרת על כמויות הסוכר הגדולות.



שוקו במותג שופרסל, מפוסטר על הומוגני בייצור מחלבות הגולן

שוקו במותג שופרסל, מפוסטר על הומוגני בייצור מחלבות הגולן | ציון: 4.5

כמה חלב: 93.8% • **כמה קקאו:** 0.65% • **קלוריות ל־100 מ"ל:** 71 • **חלבון:** 3.3 ג' • **פחמימות:** 10 ג' • **סוכרים:** 10 ג' • **שומן:** 2 ג' • **נתרן:** 40 מ"ג • **סידן:** 105 מ"ג • **למה כן?** לפחות לא מתיימר – כמות חלבונים מהגבוהות, היה הזול ביותר בבדיקה, הרבה חלב • **למה לא?** הרבה סוכר, מעט קקאו, מעט סידן, מכיל מייצב (E407).**שורה תחתונה:** למרות הבטחות מרשימות על האריזה, הקושרות בין המוצר לחלב הטרי מהרפתות, קיבלנו ממתק עתיר סוכר.



מילקשייק שוקו יטבתה

שקית השוקו הכי טובה

המנצחת: שוקו מו טרה, 200 מ"ל

הרכב מקביל למוצר בקרטון שזכה במקום הראשון – הרבה חלב, מעט פחמימות, הכי הרבה סידן. יתרון בריאותי נוסף: כ־ 10% פחות כמות לעומת המתחרות – הילדים לא ירגישו בהבדל, אבל יקבלו פחות קלוריות וסוכר.



שוקו מו טרה, 200 מ"ל



שוקו תנובה, 225 מ"ל

גרועה: שוקו תנובה, 225 מ"ל

זהה בהרכבו ורכיביו התזונתיים לשוקו תנובה, שקיבל מאיתנו את הציון 5.5 .

שוקו יטבתה, 225 מ"ל

גרועה: שוקו יטבתה, 225 מ"ל

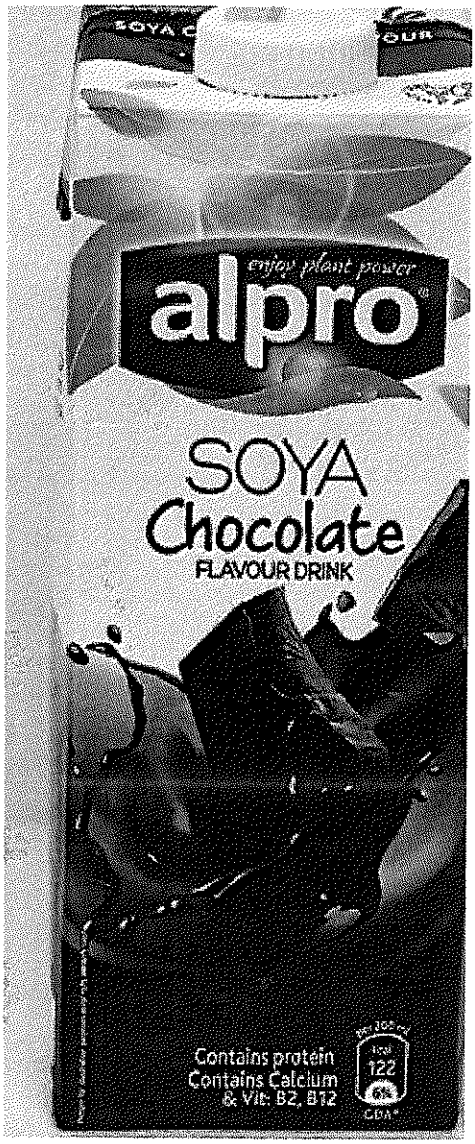
הרכב זהה לשוקו יטבתה שקיבל ציון 5, הרבה סוכר, מעט חלבון ומעט חלב מקורי. השקית המעניינת והנוחה יותר לשימוש לא משפרת את מצבו הבריאותי.



שוקו שופרסל, 225 מ"ל

גרועה: שוקו שופרסל, 225 מ"ל

זהה בהרכבו לשוקו במותג שופרסל, שקיבל מאיתנו ציון 4.5 . כמות גדולה יחסית של חלבון לא מפצה על הרבה סוכר, מעט קקאו, מעט סידן וגם המייצב E407 , הבעייתי לרגישים.



משקה בטעם שוקולד, אלפרו

תשכחו מגבינה בשקל: זה מה שעושות תנובה וטרה כדי להרוויח

בשוק החלב: יותר מוצרים חדשים, יותר פרסום - פחות תחרות ומבצעים ■ ומה קרה לקרבות 2018 המחירים?

עדי דברת-מזריץ
התראות במייל
16.04.2018 06:06
שמור
שתף בפייסבוק85תגובות32

עובד תנובה במרכול. תנובה וטרה הולכות בעקבות האסטרטגיה המסורתית של שטראוס - התמקדות במוצרי פרימיוםאילן אסייג

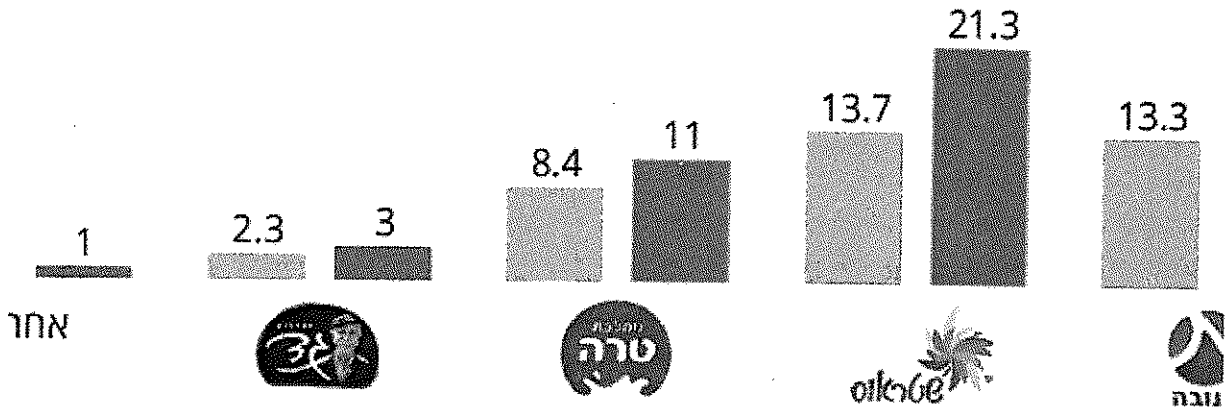
מחירי מוצרי החלב עולים: המחלבות הגדולות החליטו לצמצם את מספר ועומק המבצעים שהן מעניקות על מוצריהן. את הכסף שנחסך להן מכך הן מפנות לעבר הגדלת תקציבי הפרסום והשקת מוצרי פרימיום עם פוטנציאל לרווחיות גבוהה — כך עולה מבדיקת TheMarker.

שניסתה לקחת נתחי שוק, טרה ב–2017 התחוללה מלחמה גדולה בין המחלבות, בעיקר בין שניסתה לעצור את מגמת ירידת המכירות, תנובה מתנובה באמצעות מבצעים עמוקים, לבין במוצרי החברה. מוצרים רבים נמכרו במבצעים עמוקים שלא היו נהוגים קודם לכן, כמו גבינה בשקל. ואולם לפי נתונים על הרבעון הראשון של 2018, נראה כי שתי החברות שינו גישה, וצימצמו באופן משמעותי את התחרות על המחיר. מי שיסתובב כיום בין מדפי מוצרי החלב של רשתות המזון ימצא הרבה פחות מבצעים מאשר בשנה שעברה — והמגמה הזאת לא צפויה להשתנות בהמשך 2018.

יעות יותר בפרסום

ו הפרסום בשוק החלב, במיליוני שקלים

Q1 2017 Q1 2



ניכר כי תקציב המבצעים של תנובה ירד. גם " :TheMarker–בכיר ברשת מזון גדולה אמר ל טרה הפסיקו, למשל, את המבצעים שהם עשו לאורך 2017 על הגבינות הלבנות והחלב הניגר. אלה מוצרים בפיקוח, והמבצעים עליהם הביאו להם נתחי שוק על חשבון המתחרים. בשאר המותגים של טרה, כמו מולר ומשק צוריאל, המבצעים ממשיכים כרגיל, אבל תקציב המבצעים מכיוון שהם משחקים בעיקר בזירת מוצרי ,הכולל של החברה אצלנו ירד. בכל הנוגע לשטראוס הפרימיום, וגם כך לא הובילו את המבצעים בתחום החלב — המבצעים שלהם נותרו בערך כפי שהיו, רק שניכר שהם מפנים הרבה מבצעים לעבר סלטי אחלה". ברשתות מציינים כי קרבות המחיר בין תנובה לטרה כמעט ופסקו, וכי עיקר המלחמה בין החברות כיום מתרחשת במגזר החרדי ולא הכללי, וזאת מאז שטרה קיבלה כשרות בד"ץ העדה החרדית.

עוד כתבות בנושא

- **תנובה שוברת את השיאים הרעים של עצמה: שפל היסטורי בשוק החלב 08.10.2017**
- **לקראת מחאת קוטג' חדשה? החלב בישראל יקר ב-50% מבחו"ל 24.07.2017**
- **היום שבו ריכרד שטראוס היקה הכריז מלחמה על תנובה 18.04.2018**

החלב הגולמי התייקר

לדברי המחלבות, אחת הסיבות העיקריות לצמצום המבצעים היא העלייה הגדולה שחלה במחיר המטרה (המחיר שהמחלבות משלמות לרפתות עבור החלב הגולמי). המדינה החליטה בינתיים לא לייקר את המוצרים המפוקחים בהתאם לעלייה במחיר החלב הגולמי, מה שמסב למחלבות הפסדים כבדים. לפי הערכות, העלייה במחיר המטרה פוגעת ברווחיות של תנובה בהיקף של כ–100 מיליון שקל בשנה, ובטרה בהיקף של כ–30 מיליון שקל בשנה. בשוק החלב אומרים כי שטראוס נפגעה פחות מעליית מחיר המטרה — הן משום שהיא לא משווקת גבינה צהובה, שייצורה מצריך שימוש בכמות גדולה של חלב גולמי (10 ליטר חלב לק"ג גבינה צהובה), והן מכיוון שרוב המוצרים שלה הם מוצרי פרימיום, והיא כמעט לא מייצרת מוצרים מפוקחים, שהרווחיות עליהם נמוכה.

מנכ"ל תנובה, אייל מליס, התראיין בסוף 2017 ואמר כי תנובה לא תמשיך לנסות ולהילחם על נתחי שוק בכל מחיר, אלא תדאג בראש ובראשונה לרווחיותה של החברה. כעת מתברר שהחברה אכן מימשה את הצהרותיה, והורידה את כמות המבצעים, וכי גם טרה נוקטת בגישה דומה.

לדברי ענת גרוס שון, מנכ"לית חטיבת החלב של תנובה, שאחראית ל–80% ממכירות הקבוצה, "הקטנו את תקציב המבצעים שלנו ל–2018 בכ–10% לעומת 2017. מדובר בקיטון של עשרות מיליוני שקלים. ב–2017 עבדנו יותר טקטית עם הרבה מבצעים, כי היה ברור שאנחנו צריכים להעביר את החברה למצב של צמיחה. זאת היתה תקופת מעבר עד שהאסטרטגיה שלנו תתממש". האסטרטגיה שעליה מדברת גרוס שון היא התמקדות בקטגוריות פרימיום, שהרווחיות בהן גבוהה יותר (עם מוצרים כמו יוגורטים, מעדנים וגבינות מיוחדות) ולא בקטגוריות הבסיס (שבה מוצרים כמו חלב, קוטג', גבינות לבנות ועוד).

פרסומת של תנובה. החברה הכפילה את תקציב הפרסום שלה ברבעוןמתוך ערוץ היוטיוב

במקביל, המחלבות הגדילו משמעותית את תקציב הפרסום שלהן. לפי נתוני יפעת בקרת פרסום, תקציבי הפרסום של המחלבות ברבעון הראשון של 2018 היו גדולים בכ–63% מאשר בתקופה המקבילה ב–2017. השחקנית הגדולה ביותר, תנובה, הכפילה את תקציב הפרסום שלה — מכ–13 מיליון שקל ברבעון הראשון של 2017 לכ–26 מיליון שקל ברבעון הראשון של 2018. שטראוס הגדילה את תקציב הפרסום שלה ב–55% — מ–13.7 מיליון שקל ל–21.3 מיליון שקל. טרה הגדילה את תקציב הפרסום שלה ב–32% וגד ב–36%.

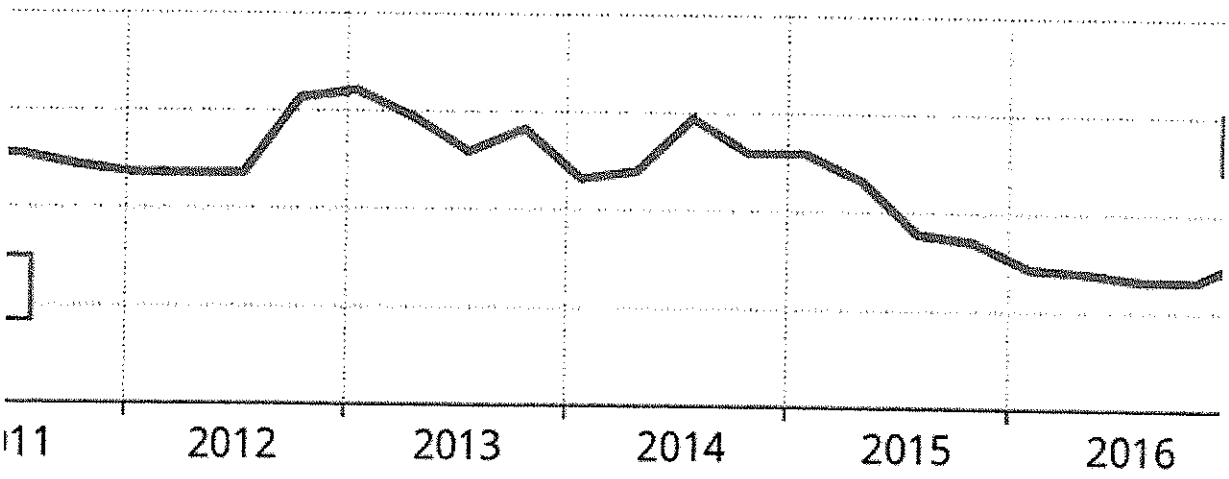
תקציב הפרסום השנתי שלנו יסתכם בכ–25% יותר מב–2017, בעוד שהמבצעים יקטנו. זה לא " שפרסום ופעילות שיווקית מבטלים את הצורך במבצעים, אבל כשאתה רוצה לבנות מותג לאורך זמן — צריך לעשות את זה דרך פרסום. למבצעים יש אפקט נקודתי בלבד", מסבירה גרוס שון.

ההשקות - בעיקר בקטגוריית הפרימיום

גם השקת המוצרים החדשים גדלה משמעותית ברבעון הראשון של 2018. תנובה השיקה 43 מוצרי חלב חדשים ברבעון, לעומת 22 בלבד בתקופה המקבילה אשתקד. שטראוס השיקה 45 מוצרים חדשים ברבעון הראשון של 2018, לעומת 31 בתקופה המקבילה בשנה שעברה; ואילו טרה השיקה 13 מוצרים חדשים לעומת חמישה מוצרים חדשים בתקופה המקבילה ב–2017. בתנובה מספרים כי ההשקה המואצת של מוצרים חדשים, שמגיעה אחרי תקופה ארוכה שבה תנובה מיעטה בחדשנות, תימשך לאורך השנה, ותכלול מוצרים כמו סדרת יוגורט עם פירות וגרנולה, קציפות יוגורט בטעמי פטיסרי, מוצרי טופו ועוד.

ההשקות החדשות יהיו בעיקר בקטגוריות הפרימיום, שאינן מפוקחות, כחלק מהאסטרטגיה החדשה של תנובה. גרוס שון הסבירה כי "היעד שלנו הוא שאם היום 70% מהמכר שלנו מגיע ממוצרי תזונה יומיומית (מוצרי בסיס שרובם מפוקחים) ו–30% מהמכירות ממוצרי שדרוג (קטגוריות לא מפוקחות ורווחיות יותר), אז עוד ארבע־חמש שנים, המכירות שלנו יתחלקו כך: 65% מוצרי בסיס ו–35% מוצרים משודרגים. נשמע ש–5% זה מעט, אבל מדובר במכירות בסך 50 מיליון שקל. זה כמובן נועד כדי להקטין את התלות של החברה בקטגוריית המפוקחות. עברנו שנה וחצי שבהן מחיר המטרה עלה, ולא קיבלנו מהמדינה עליית מחיר של המוצרים המפוקחים".

ב הגולמי עלה מחיר המטרה בשער המשק לליטר חלב בקר, בשו



זות בנוסף עוד 3.8 אגורות בגין היטל יצרנים **תחזית מק

גם במקרה של טרה, מרבית המוצרים החדשים שהושקו נחשבים למוצרי פרימיום, ששיעור הרווח עליהם גבוה יחסית. כך, נראה כי תנובה וטרה הולכות בעקבות שטראוס, שהאסטרטגיה המסורתית שלה, של התמקדות במוצרי פרימיום, הביאה להגדלת נתח השוק והמכירות שלה בשנים האחרונות.

מנתונים שמציגה תנובה, האסטרטגיה החדשה של החברה מראה בינתיים תוצאות חלקיות: אחרי שנים של קיטון במכירותיה בשוק החלב, החברה סיימה את הרבעון הראשון של 2018 עם גידול של כ–3.2% במכירות (לפי נתוני סטורנקסט). עם זאת, מדובר בצמיחה נמוכה יותר מהצמיחה הממוצעת של השוק, שהסתכמה בכ–3.6%, מה שהביא לכך שנתח השוק של תנובה ירד מ–50.8% ברבעון הראשון של 2017 ל–50.6% ברבעון הראשון של 2018. המכירות של שטראוס צמחו בתקופה זו ב–4.7%, ושל טרה ב–1%.