

25.7x35.42	31	עמוד 16	גלובס - מגזין הערב	09/06/2010	22935821-2
262812 - רב ברי					

תנו השעה

בימים שבעולם נשמעות קריאות להחרים את המוצרים הישראליים, יכולים הצרכנים הישראליים לתרום את חלקם לחיזוק היצרנים הישראליים, ולהעדיף מוצרים שמשרד התמ"ת העניק להם תו "מיוצר בישראל".
"גלובס" ממפה חלק מן החברות שכבר קיבלו תו כזה / אפרת אהרוני

והאפשרויות מרובות. חברות המסלבות בין ייצור מקומי וייבוא (בין מוצרים שונים או בשלבי ייצור שונים), מותגים זרים המייצרים בארץ (כמו היינקן וקוקה קולה) וכמובן מותגים ישראליים המייצרים בחו"ל (בהן מרבית החברות המוכרות); כך למשל מאחורי קמפיין "אני ישראלי אמיתי" של חברת דלתא עומדים מוצרי הלבשה המתוכננים, מבוקרים ונארוזים בארץ - אך מיוצרים בעיקר בסין ובאינדונזיה. היכן עובר הגבול? ואיך אמור הצרכן לעשות את האבחנה? המהלך המרכזי בפרויקט הוא סימון מוצרים בתווית "מיוצר בישראל", כשהסימון - חשוב להדגיש - נעשה באופן פרטני, לפי המוצר, ולא באופן גורף לחברות המייצרות (ראו מסגרת). כך נוכל למצוא על אותו מדף מוצרים שונים של אותה חברה, חלקם נושאי תווית מתאימה וחלקם - תוצרת חוץ.



הראשונות להצטרף למהלך ולהוסיף את תווית כובע הטמבל למוצריהן היו, בין השאר, תלמה, יוניליוור, כיתן, ויסוצקי, סנו, אלקטרה ורב בריה. כיום ברשימה מעל 250 חברות - ועוד היד נטויה. "תהליך ההצטרפות הדרגתי", אומר ד"ר רון תומר, סמנכ"ל חברת התרופות הישראלית אוניפארם ויו"ר מטה כחול לבן בהתאחדות התעשיינים. "אנחנו בדרך הנכונה. פרויקט הסימון החל לפני שלושה חודשים, ואני מעריך שתוך שנה - עד אמצע 2011 - הרוב יסומן".

הישראלים מאמינים באיכות של תוצרת הארץ

אם לנסות ולאמור את תגובת הצרכנים לפנייה אל זהותם הישראלית, נראה שהפוטנציאל קיים. סקרים אחרונים

אין כמו הימים בהם נוסק רף הפטריוטיות על רקע מאורעות השעה - כדי לעודד צרכנות אידיאולוגית ורכישה כחול לבן. כשברקע מתרוצצות בפייסבוק וברשת חרמות על התוצרת התורכית (64 אלף חברים באחת הקבוצות בפייסבוק, נכון להיום); כשארגון העובדים השבדים מודיע שבמשך שבוע לא יפרוק סחורות ישראליות; כשהקריאה לחרם על תוצרת הישראלית על ידי הרשות הפלסטינית מצליחה לקומם אנשים, וכשלישקולים קרים של קנייה חודר לפתע קורטוב של מחשבה על מקור המוצר - כדאי לתת את הדעת על מה שעומד מאחורי המונח "מוצר כחול-לבן" ועל הדרכים לזיהויו על המדף. בסוף 2009, יש אומרים באיחור אלגנטי של כמה עשרות שנים, יצא לדרך ה"בייבי" של שר התמ"ת הנוכחי, בנימין בן אליעזר - פרויקט כחול-לבן שנועד לעודד את הרכש המקומי (ובאמצעותו את הייצור והתעסוקה), הן במישור הצרכני-אישי והן על ידי מוסדות. רק ביום חמישי האחרון הוענקו בטקס חגיגי, תחת הכותרת "נאמני כחול-לבן", אותות הוקרה לשלוש חברות שהצטיינו ונתנו העדפה לרכש כחול לבן - שופרסל, מכבי שירותי בריאות ו-י.ח.דמרי בע"מ.

קמפיינים צרכניים מפומפמים ברדיו כבר שבועות ארוכים והצרכן מתבקש לחשוב פעמיים לפני שהוא בוחר מוצר מהמדף - כשהמטרה העיקרית היא לעזור לו בסימון המוצרים ה"נכונים". אולם גם בענייני כחול-לבן אין שחר ולבן: ההגדרה סבוכה ובעייתית



מהו מוצר כחול-לבן?

לעומת זאת קמה לרוב מיוצר מחיטה מיובאת שעברה שינוי מהותי, אבל לא עובר את רף ה-35% ולכן גם לא עומד בקריטריון. יצרנים מקומיים רבים מייבאים חומרי גלם ואנרגיה, מזכירה דורי, ולכן חייבת להיות הגדרה כמותית. ההגדרה במקרה הזו צנועה, יחסית (בארה"ב למשל חייב מוצר לעבור את רף ה-51% כדי לזכות בהגדרה הפטריוטית) - אך בתמ"ת מאמינים כי הוא מתאים לתנאי השטח, בהתחשב במציאות כיום. ●

המומחים-לענייני מתחו קווים והגדירו הגדרות: "מוצר כחול-לבן הוא מוצר שלפחות 35% מעלויות הייצור שלו מקורם בישראל, ושנעשה שינוי מהותי במה שיובא מבחוץ, כששני התנאים הכרחיים", מסבירה צביה דורי, ראש מטה כחול-לבן במשרד התמ"ת. "כלומר, אם יבואן מייבא חולצה ורק הרווח עליה הוא יותר מ-35% מהעלות הסופית, אבל היא לא עברה שינוי מהותי בדרך אל הצרכן - הוא לא עונה להגדרה.

26.92x35.56	32	16	עמוד	מגזין הערב	גלובס -	09/06/2010	22935835-7
262812 - בר -							

מזון

מטבע הדברים, תחום המזון הוא זה שבו קל יותר למצוא מפעלים במגרש הביתי - במיוחד כשמדובר בכאלו שהיי המדף שלהם קצרים יותר ושאוהסונם דורש קירור. ברשימת החברות שפנו עד עתה לקבל את תו הייצור הישראלי ואף עמדו בקריטריונים, נציגות בולטת לחברות אלה.

בין השאר נמצאות כרגע ברשימה:

- טמפו ■ תנובה ■ יוניליוור ■ סודה קלאב ■ ויסוצקי ■ החברה המרכזית לייצור משקאות קלים ■ זוגלובק

טקסטיל והנעלה

בתחום הטקסטיל נראה כי החברות הגדולות כבר מזמן זנחו את המולדת: העסקת פועלים סינים בעלות של דולר ליום כבר מזמן הוכיחה עצמה כמשתלמת יותר, ואם בעבר הפעילו רשתות האופנה הישראליות מתפרות מקומיות (בין אם שלהן, בין אם מתפרות חוץ) - כיום הפכה השיטה הזו זניחה במיוחד. העיצוב, הבקרה וכמובן התדמיתנות מופקדות בידי מוחות ישראליים, אך הידיים ידי עובדים זרים. אפילו הוניגמן, הנחשבת חריגה בשיעור המתפרות המקומיות שלה (גם אם רובן מעבר לקו הירוק), אינה עומדת נכון להיום בקריטריונים שקבע התמ"ת. מי שממשיך ומממן תופרים ישראלים הם בעיקר מעצבי אופנה וחברות קטנות, שעושים זאת בכמויות קטנות יותר ושעבורם השינוע מרחוק כדאי הרבה פחות. בולטת, למשל, המעצבת דורין פרנקפורט שמקפידה לייצר במתפרות תל-אביביות בבעלותה, ומשווקת את מוצריה תחת הטייטל הזה.

בין השאר נמצאות כרגע ברשימה:

- פטל בגדי ילדים ■ אופנת ריספקט ■ כיתן ■ דיסקרט ■ נעלי חורן ■ נעלי נאות ■ קרן גליק

בנייה וריהוט

גם כאן ניתן למצוא לא מעט גאוה מקומית במוצרים שרבים מהם הצליחו מסביב לעולם, ושאיכותם ודאי אינה נופלת מזו של מוצרים מיובאים.

בין השאר נמצאות כרגע ברשימה:

- רב-בריה ■ דלתות פנדור ■ קליל ■ איטונג ■ טמבור ■ געש מוצרי תאורה ■ אור-עד (תאורה) ■ זרועות ברקן ■ כתר פלסטיק ■ הולנדיה ■ עץ המשאלות ■ רהיטי דורון ■ מטבחי זיו ■ רגבה ■ רהיטי יראון

מוצרי חשמל

כאן עוד לא נמצא תחליף של ממש למותגים הזרים, שמיוצרים מעבר לים - גם אם היום הייצור "מטייל" על פני אזורים רבים בעולם, ולא תמיד ברור מה מקור המותג שרכשנו.

ברשימת הזכאים לתו הייצור הישראלי נמצאת כיום אלקטרה, המייצרת את מזגניה במפעל בראשון לציון.



קוסמטיקה ותרופות

מעניין לציין כי יצרנים מסוימים אינם בהכרח מעוניינים לחשוף את עובדת היותם "מייד אין ישראל". הדבר בולט, למשל, בענף הקוסמטיקה הניזון לא מעט מניחוח חו"ל היוקרתי שלו - גם אם "לוריאל פריז" או "דבלון" מיוצרים כאן מתחת לאף.

יש לציין כי ענף זה נהנה מפריחה בארץ, וחברות רבות מייצרות כאן בהצלחה ואף מייצאות במאות מיליוני דולרים השנה - בהם אהבה, סי אוף לייף, סבון של פעם, מינרל קייר וכמובן ד"ר פיישר. עם זאת מקומן עדיין נעדר מן הרשימות הרשמיות של נושאי תו הייצור בארץ.

בין השאר נמצאות כרגע ברשימה:

- קוסמטיקה ■ ש.שוורץ ■ ספא קוסמטיקה ■ חאמי קר ■ תפוח ■ גילקו פארם ■ טבע מדיקל ■ כ.צ.ט ■ אוניפארם



ויסוצקי, רב בריח, כצט, כתר פלסטיק, טבע נאות וטמבור - דוגמאות לחברות שקיבלו את תו "מיוצר בישראל" (צילומים: יח"צ)

משרד הביטחון הכניס כתנאי במכרז שליטה ישראלית בזכיון, העדפה לעובדים תושבי הדרום וחובת רכש גומלין. אנו עושים כל שביכולתנו לתת מקסימום העדפות לרכש כחול לבן, אזורי עדיפות לאומית וקו עימות במסגרת המגבלות החוקיות שאינם נתונים בסמכות משרד הביטחון, אלא בסמכות המחוקק ובמסגרת שתאפשר את ביצוע הפרויקט מבחינה כלכלית."

48% מהצרכנים מעדיפים מוצרים תוצרת הארץ בתנאי שאיכותם לא תיפול ממוצר מיובא, 87% מאמינים כי "כחול לבן" איכותי יותר

על רקע זה ראויה לציון הצעת חוק הדגל, הסמל והמגוון המדינה (תיקון - ייצור תוצרת הארץ), שהגישה ח"כ שלי יחימוביץ' לפני שלושה שבועות - הקוראת לחייב לייצר את דגלי המדינה וכל דבר ובו סמל המדינה רק בישראל ובאזור כאשר הסנקציה על מפרי הוראה זו היא פלילית. "דגל המדינה וכל דבר אחר ובו סמל המדינה אינם 'מוצרים', 'סחורות' או טובין רגילים", מוסבר בהצעת החוק. "הם משקפים משמעות עמוקה של ערכי המדינה וערכיהם המשותפים של אזרחיה. ייצור סמלי הלאום במדינות עולם שלישי בשל העלויות הכלכליות הזעומות מביאות את שיקול הרווח המידי למעמד שהוא עליון על ערכי המדינה וגובר עליהם."

מתכננים בקרוב סדרה של סקרים מקיפים בכוונה לבדוק את הטמעת המסר ואת ההתנהגות הצרכנית הנלווית. "להבדיל מפעמים שונות בעבר, הפעם לא מדובר בקמפיין חד-פעמי", מבטיח תומר, "אלא במהלך אורך טווח. אנו מאמינים שכל מיליארד שקלים שיתווספו להכנסות על מוצרים מקומיים, יוסיפו 2,500-3,000 מקומות עבודה במשק. אנחנו לא מבקשים מהצרכן לשלם יותר על מוצר, כל מה שאנחנו מבקשים ממנו זה לתת שיקול דעת, לחפש את הסמל הישראלי, להכניס את זה למערך השיקולים."

מי יקים את עיר הבה"דים?

לא על העדפה אמוציונלית של הצרכן בונים באמת, בקרב התעשיינים הישראליים. העיניים נשואות בראש ובראשונה אל הממשלה ומוסדות המדינה, בקריאה נואשת להעדפה מתקנת של רכש ישראלי. את פארסת דגלי ישראל תוצרת סין ותורכיה מכירים כולם; אולם הקרב הבא, יש צופים מלחמת חורמה, הוא על המכרז להקמת עיר הבה"דים בנגב - פרויקט בעלות כמעט חסרת תקדים של עשרות מיליארדי שקלים, כשנכון להיום המכרז לא כולל כל דרישה להעדפה מקומית. "בניגוד לסיכומים", טוען נשיא התאחדות התעשיינים שרגא ברוש, "במשרד הביטחון לא הוסיפו סעיף העדפה לרכש כחול לבן. התוצאה תהיה פגיעה אנושה בחברות הישראליות ומשכורות שיועברו לפועלים בסין במקום למובטלים מישראל." עיר הבה"דים, יש לציין, צפויה לספק תעסוקה לכ-6,000 עובדים חדשים כל שנה בחמש השנים הבאות. ממשרד הביטחון נמסר בתגובה כי "שיטת המכרז שנבחרה היא PFI שכן זאת הדרך היחידה בה יכולה מדינת ישראל לממן פרויקטים בסדרי הגודל האלה.

שערך משרד התמ"ת בקרב 1,200 נשאלים טרם הקמפיין הנוכחי, במרץ 2010, מראים כי 48% מעדיפים תוצרת "כחול לבן", וכי 87% מאמינים כי "כחול לבן" איכותי יותר מתוצרת חוץ. 63% מאמינים כי קניית מוצרים "כחול לבן" תצמצם את האבטלה במשק, ו-80% מסכימים עם הטענה שהרחבת קניות "כחול לבן" תסייע לשיפור הכלכלה. אותם 48% שגילו העדפה למוצרים

ד"ר רון תומר, התאחדות התעשיינים: "כל מיליארד שקלים שיתווספו להכנסות על מוצרים מקומיים, יוסיפו 2,500-3,000 מקומות עבודה במשק"

תוצרת הארץ התנו זאת כמובן באיכות שלא תיפול מאיכות מוצר "תוצרת חוץ" - כך שלא נראה שלסוסייתא צפוי קאמבק מזהיר; בהנחה שהאיכות זהה, הם מוכנים אף לשלם מחיר גבוה בעד 5% לעומת מוצר תוצרת חוץ. עם זאת, נכון לזמן עריכת הסקר טענו רק 39% מהנשאלים כי הם מכירים את סמל הייצור כחול לבן - אך רק 6% יכלו לתאר כיצד הוא נראה; כך שלא ברור עד כמה הם יודעים ליישם את העדפותיהם בשטח. נראה כי המודעות עודנה לוקה בחסר, וכך ייטה למשל הורה ממוצע מול מדף מוצרי התינוקות להעדיף מוצר זר של אוונט הבריטית על פני מאמי קר, המייצרת מוצרים מקבילים במפעלים בצפון ובדרום. במינהל מחקר וכלכלה בתמ"ת