



**כנס מגזרים**

למימוש ההזדמנויות לצמיחה  
בעולם מוצרי הצריכה

**14 בדצמבר 2016, כפר המכביה**

**תכני הכנס**

**08:00-09:00 התכנסות והרשמה**

**09:00-10:45 מליאת פתיחה**

**הנחיית מליאת הפתיחה – מר דן כנר**

**דברי שר הבריאות, הרב יעקב ליצמן**

**השפעות תרבותיות – כלכליות על הרגלי הצריכה של המגזר הערבי והחרדי**

**פרופ' אבי דגני, נשיא קבוצת גיאוקרטוגרפיה**

הבסיס החברתי-כלכלי והדתי, משפיע באופן ניכר ודומה על שני המגזרים – הערבי והחרדי, בבואם לקנות ולצרוך. שני המגזרים הללו, אשר נמנים חברתית-כלכלית על השכבות היותר חלשות באוכלוסיית המדינה, נמצאים בתהליכי שינוי שסימנם וכיוונם מודרניזציה – קריא דמיון בדרישה מתפתחת למה שמקובל ומבוקש ע"י כלל האוכלוסייה, במדינה. הדבר מוצא ביטוי בבילוי מחוץ לבית, ישיבה בבתי קפה, בנהיה גוברת אחר מותגים, בעלייה בקניות של מוצרי פרמיום, וכיוב'. המגזר הערבי מיצג קרוב ל- 21% מאוכלוסיית המדינה, והחרדי כ- 10% [כ- 12.6% מהאוכלוסייה היהודית], מהווים לפיכך גורם שראוי להתייחס – כלכלית ומסחרית – אל כוח הקנייה שלו. כדי לעשות כן, יש להתייחס לשוני מיוחד של כל אחד מהשניים, שיש גם דמיון ביניהם. לדוגמה: מי מדלג במיוחד בקנייה בין חנויות רשת בהתייחס ל"מבצעים" ומי לא? מי קונה יותר, או פחות בשווקים? מי קונה באמצעות האינטרנט ומי פחות? איך נראה אצל כל מגזר התמהיל של קנייה בחנויות מכולת ורשתות קטנות לעומת קניות עיקריות בחנויות הרשת הגדולות? כל אלו יידונו בהרצאה של פרופ' דגני במסגרת הכנס – כולל ממצאי מחקר עדכניים בנדון.

**סיפור השוק – דפוס הצריכה המגזרית, מכאן ולאן?**

**מר אבי ורטלסקי, מנכ"ל סטורנקסט מחקר ואסטרטגיה**



**מכור ההיתוך לסיר הבישול: תרבות האכילה הישראלית בראייה מגזרית**

**ד"ר יחיל צבן, מרצה בחוג לספרות באוניברסיטת תל-אביב**

ההרצאה "מכור ההיתוך לסיר הבישול: תרבות האכילה הישראלית בראייה מגזרית" בוחנת את הדרכים השונות בהן החברה הישראלית מכוננת את זהותה דרך המפגש עם אוכל חרדי ואוכל ערבי. בין הנושאים שיוצגו בהרצאה: מזון מקומי ומזון אותנטי בעידן של תעשיית המזון, דיאלוג קולינרי אל מול הדרה קולינרית, כשרות בציבור החילוני.

**10:45-11:15 הפסקת קפה**

**11:15-13:00 מליאת הבוקר**

**הנחיית מליאת הבוקר – מר הישאם ג'ובראן, חוקר ומנהל מכון אפקאר למחקרי שוק**



כנס מגזרים

למימוש ההזדמנויות לצמיחה  
בעולם מוצרי הצריכה

## 14 בדצמבר 2016, כפר המכביה

### איפה קונה הצרכן הערבי ולאן פניו בעתיד מר פדול מזאוי, מזאוי פרסומאים

הציבור הערבי בישראל מוציא כ- 9 מליארד ש"ח רק על מזון (לא כולל ירקות ופירות) כאשר כל שאר האוכלוסייה מוציאה 40.8 מליארד ש"ח. הוא צורך פי 1.9 מתוקים משאר האוכלוסייה... בהרצאה נדון בהיבטים ותובנות המשפיעים על הקנייה העכשווית והעתידית במגזר ובעיקר נעסוק בסוגיית דפוסי הקנייה של הצרכן הערבי ונתן תשובות והתייחסות למספר שאלות ובין היתר: איפה המגזר קונה מזון? האם ימשיך לקנות בתוך הישובים הערביים? כמה ואיפה הוא קונה מחוץ למגזר? מהי ההתפלגות של הקנייה לפי נקודות המכירה ואיך ניתן להשפיע עליו בנקודות אלה? האם 6000 נקודות המכירה בתוך המגזר רלוונטיים, כולם, למשווקים? במה להתמקד ולמה? וגם נתייחס בקצרה בהתפתחות ה- e-commerce.

### פאנל: מפה לאוזן לדיגיטל... במגזר הערבי

אחד המאפיינים של החברה הערבית הוא כוח העברת המסרים מפה לאוזן ( האוכלוסייה הצעירה שמאפיינת את המגזר – גיל חציוני 21.6 לעומת 31.8 ביהודי - שומרת על "המסורת" וכבר העבירה את המפה לאוזן לדיגיטל בתוך המגזר, כבר צמחו מאות בלוגרים ובלוגריות, שצוברים תאוצה ומפתחים מעגלים בסביבתם ויוצרים באזז בהשתתפות: גב' תמארה דבדוב מברשם, גב' מיריות רבאח, גב' ח'דיג'ה דסוקי, מר אחמד ראבוס ובהנחיית גב' סוזן קזמוז- מזאוי



טרנד הבריאות – האם הגיע למגזר? האם מוצרים בעלי תכונות ומרכיבים בריאותיים מתאימים למגזר. תמונת מצב והתייחסות  
גב' מאס ותד – תזונאית ובעלת רשת מרפאות מאס קליניק

אתגרים והזדמנויות במגזר הערבי  
בהשתתפות:

מר פאדי מוסטפא - מנהל שיווק קינגסטור  
מר יוסף נח'לה, קפה נח'לה אדום  
מר מוריס סמארה, אחים סמארה שפרעם  
ובהנחיית מר הישאם ג'ובראן, חוקר ומנהל מכון אפקאר למחקרי שוק

13:00-14:00 = ארוחת צהרים

14:00 - 15:45 = מליאת צהרים

הנחיית מליאת הצהרים – מר משה גלסנר, מגיש המהדורה המרכזית ברדיו קול ברמה



כנס מגזרים

למימוש ההזדמנויות לצמיחה  
בעולם מוצרי הצריכה

## 14 בדצמבר 2016, כפר המכביה

### כשבני ברק ונצרת פוגשים את אסתי לאודר – שיווק קוסמטיקה יוקרתית למגזר החרדי והערבי גב' שירל עודד, מנהלת שיווק, אסתי לאודר ישראל

ההרצאה תסקור את האתגרים העומדים בפני מותג בינלאומי בעת שיווק בישראל בשל ריבוי המגזרים. האתגרים העומדים בפני מותג המשווק לנשים בעת פנייתו לנשים מהמגזרים. כיצד המותג מתמודד עם האתגרים ומפצח את שביל הגישה לאותם מגזרים? מה ניתן לעשות על מנת לשווק באופן ממוקד ולהפוך את התכנים לתכנים רלוונטיים עבור אותם מגזרים? STUDY CASE ודוגמאות לשיווק במגזרים מהשנתיים האחרונות.



### איך בונים מותג מוביל במגזר החרדי

#### גב' טוני כהן, מנהלת השיווק הארצית של מכבי שירותי בריאות

בניית מותג מוביל, תלויה בראש ובראשונה ביכולת של הארגון להכיר את המגזר החרדי, את הניואנסים המאפיינים אותו ואת הצרכים שלו. ארגונים רבים משקיעים מאמצים בלמידת הנושאים האלה ערב ההשקה של מותג או מוצר מבלי להמשיך ולשמור על קשר רציף עם צרכי המגזר המשתנים. מכבי השכילה במשך השנים לבנות מערך קשרים מיוחד המאפשר לה להרגיש את הדופק בשטח ובכך להתאים עצמה כל פעם מחדש לצרכים של המגזר בהרצאה אשתף אתכם בתובנות שיכולות לקצר לכם את הדרך.

### הזדמנויות צריכה במגזר החרדי

#### גב' ליאת בן ציון, מנהלת אסטרטגיה, בולטון פוטנציאל

### התפתחות הקולינריה במגזר החרדי

#### גב' מירי זורגר, שפית ויועצת קולינרית