



Sela Kolker
יועצים פיננסיים

חוות דעת מומחה

לאמידת הנזק שנגרם לצרכנים
בעקבות הופעת הכיתוב המטעה:

רכיבים טבעיים בלבד

על חלק ממוצרי החברות קנור ואסם
בקטגוריית המרקים

5 בספטמבר 2019

חוות דעת מומחה

לאמידת הנזק שנגרם לצרכנים בעקבות הופעת הכיתוב המטעה: "רכיבים טבעיים בלבד",
על חלק ממוצרי החברות קנור ואסם, בקטגוריית המרקים

שם המומחה: סלע קולקר
מקום עבודתו: סלע קולקר יועצים פיננסיים בע"מ ח.פ. 515220366
רחוב יגאל אלון 65, תל אביב
מעונו: רחוב ברנר 38, הרצליה 4642759

אני החתום מטה, סלע קולקר, נתבקשתי על ידי עורך הדין מנחם שמואלי, לבחון את מידת הנזק שנגרמה לצרכנים של החברות אסם וקנור (להלן: "**אסם**" ו-"**קנור**") בעקבות רישום הכיתוב המטעה: "רכיבים טבעיים בלבד" ו-"100% רכיבים טבעיים!", על חלק ממוצרי החברות קנור ואסם, בקטגוריית המרקים.

בחוות דעתי התבססתי על מה שנאמר לי על ידי עו"ד מנחם שמואלי שהכיתוב הוא אכן מטעה, ונתבקשתי לאמוד את מידת הנזק הכלכלי שנגרם לצרכנים בעקבות אותה הטעייה.

אין לי כל קשר או תלות בחברות או במזמיני העבודה או במי מטעמם, במישרין או בעקיפין. שכר הטרחה בגין הכנת חוות דעת זו, כפי שסוכם ביני ובין מזמיני העבודה, הינו קבוע מראש ואינו מותנה במישרין או בעקיפין בהצלחת ההליך המשפטי.

אני נותן חוות דעתי זו במקום עדות בבית משפט ומצהיר בזאת כי ידוע לי היטב שלעניין הוראות החוק הפלילי בדבר עדות שקר באזהרה בבית המשפט, דין חוות דעתי זו כשהיא חתומה על ידי כדן עדות באזהרה שנתתי בבית המשפט.

להלן חוות דעתי:


סלע קולקר

5 בספטמבר 2019

תאריך

תוכן העניינים

4.....		1. תקציר
4.....	אבקות מרק של אסם	1.1
5.....	שקדי מרק של אסם	1.2
5.....	קרוטונים של אסם	1.3
5.....	אבקות מרק של קנור	1.4
6.....	סיכום אינדיקציות	1.5
6.....	הנזק לצרכן	1.6
7.....		2. רקע
7.....	הכיתוב המטעה	2.1
7.....	השוק הקימעונאי והשוק המוסדי	2.2
7.....	שוק המרקים	2.3
9.....		3. אסם
9.....	כיתוב על מוצרי אסם	3.1
11.....	צמד המוצרים – מרק עוף אמיתי	3.2
13.....	ללא ציאניד	3.3
14.....	צמד נוסף	3.4
16.....	שקדי מרק	3.5
18.....	קרוטונים	3.6
20.....		4. קנור
20.....	כיתוב על מוצרי קנור	4.1
21.....	גודל אריזה וקבוצת כיתוב	4.2
22.....	צמדי מוצרים	4.3
25.....	ללא מונוסודיום גלוטמט	4.4
26.....	100% רכיבים טבעיים!	4.5
27.....	סיכום אינדיקציות	4.6
29.....		5. אומדן הנזק
29.....	הנזק לצרכן	5.1
30.....	אומדן הנזק המינימאלי לצרכן	5.2
31.....	הרווח העודף של אסם ויונילוור	5.3
32.....	נספח א – מידע מרכזי אודות מוצרים המוזכרים בחוות הדעת.	
42.....	נספח ב – אודות המומחה הכלכלי.	

1. תקציר

שוק המרקים בישראל נאמד בכ- 260 מיליוני שקלים בשנה, והוא נשלט בכ- 90% על ידי שני מותגי על: "אסם" ו-"קנור". על חלק גדול מהמוצרים מופיע הכיתוב: "רכיבים טבעיים בלבד" אולם, כפי שנמסר לי מעורך הדין מנחם שמואלי, זהו כיתוב מטעה. כתוצאה מהטעיה זו נגרם לצרכן נזק כלכלי, שניתן לכמת אותו.

1.1 אבקות מרק של אסם

אבקת המרק הבסיסית של אסם מכילה בעיקר מלח, עמילן וסוכר, אך גם מחזקי טעם כגון "מונוסודיום גלוטמט". על גבי האריזה מופיע הכיתוב: "ללא חומר משמר. ללא צבעי מאכל" (להלן: "כיתוב הבסיס"). אסם משווקת סדרת מוצרים נוספת, כמעט זהה, למעט שני הבדלים:

(1) המוצרים מסדרה זו אינם מכילים מונוסודיום גלוטמט.

(2) סדרה זו נושאת את הכיתוב: "רכיבים טבעיים בלבד" (להלן: "ר.ט.ב").

כפי הנראה, גם על ידי אסם מוסכם כי "מונוסודיום גלוטמט" איננו רכיב טבעי. אולם, גם לאחר הוצאתו – המוצר הנושא את הכיתוב ר.ט.ב - מכיל רכיבים נוספים שאינם טבעיים, ולכן הכיתוב של אסם הוא מטעה.

למשל: צמד המוצרים "מרק עוף אמיתי", זהים כמעט בכל פרמטר, לרבות השם, האריזה, הציור על גבי האריזה ורשימת הרכיבים, בהבדל קל: מוצר הבסיס מכיל מונוסודיום גלוטמט, E635 וחומרי טעם וריח – שאינם קיימים במוצר השני. על גבי המוצר השני, נוסף כיתוב בולט מודגש בפס ירוק: "רכיבים טבעיים בלבד".

דוגמה לצמד מוצרים: מרק עוף אמיתי של אסם באריזת 400 גרם

ר.ט.ב.



בסיס



בין שני מוצרים או ישנו הבדל נוסף, והוא המחיר. המוצר שאיננו מכיל מונוסודיום גלוטמט יקר יותר בכ- 47% ממוצר הבסיס.

את הפער במחיר ניתן לייחס רק לאחד משניים: העדר מונוסודיום גלוטמט – או – הכיתוב המטעה. מבדיקה שערכתי עבור מוצרים אחרים, הן של אסם והן של קנור, הנושאים את הכיתוב "ללא מונוסודיום גלוטמט" עולה כי לכיתוב זה אין כל ערך בעיני הצרכן, ואף יש לו ערך שלילי. המסקנה היא, כי יש ליחס את מלוא הפער בין מחירי צמד המוצרים, לערכו של הכיתוב המטעה בלבד.

מבין עשרות הרבות של אבקות המרק של אסם, נמצאו שני צמדי מוצרים, המאפשרים לאמוד באופן מדויק את ערכו של הכיתוב המטעה. עבור "מרק עוף אמיתי" – נמצא כי שווי הכיתוב נאמד בכ- 31% ממחיר המוצר היקר יותר, ועבור צמד המוצרים "מרק בטעם עוף זך" נמצא כי שווי זה נאמד בכ- 16% ממחיר המוצר היקר יותר. בממוצע – שווי הכיתוב המטעה "רכיבים טבעיים בלבד" נאמד בכ- 24% ממחירו של המוצר בעל אותו כיתוב.

1.2 שקדי מרק של אסם

כל מוצרי שקדי המרק של אסם נושאים את הכיתוב ר.ט.ב, וכך גם שקדי המרק של טעמן ו- Mana. בהשוואה בין המחיר הממוצע של כל המותגים הנושאים את הכיתוב ר.ט.ב למחיר כל המותגים שאינם נושאים אותו, נמצא פער של 27%.

ממוצע מחירים של מוצרי שקדי מרק שנמכרו בשנים 2015 – 2018 באריזות 400 גרם שקלים

מחיר ליחידה	
8.26	ממוצע מותגים עם הכיתוב - ר.ט.ב
6.50	ממוצע מותגים ללא הכיתוב - ר.ט.ב

התוצאה המתקבלת מניתוח מחירי מוצרי שקדי מרק, לפיה המותגים הנושאים את הכיתוב "רכיבים טבעיים בלבד" נמכרים בפרמייה של 27% מעבר למותגים שאינם נושאים אותו – מאששת את המסקנה כי לכיתוב "רכיבים טבעיים בלבד" יש ערך מוסף בעיני הצרכן.

1.3 קרוטונים של אסם

כל מוצרי הקרוטונים של אסם נושאים את הכיתוב "רכיבים טבעיים בלבד". בהשוואה בין המחיר הממוצע של הקרוטונים של אסם הנושאים את הכיתוב ר.ט.ב, למחיר המותגים שאינם נושאים אותו, נמצא פער של 40% עד 80%. גם תוצאה זו מאששת את המסקנה כי לכיתוב "רכיבים טבעיים בלבד" יש ערך מוסף בעיני הצרכן, ולכל הפחות – איננה שוללת אותה.

1.4 אבקות מרק של קנור

קנור שיווקה לאורך רב השנים, משנת 2010 ועד שנת 2017, ארבעה צמדי מוצרים, באריזות 400 גרם שההבדלים ביניהם זעומים. למשל: צמד מוצרי "מרק עוף אמיתי". מוצר הבסיס – המכיל מונוסודיום גלוטמט, ומוצר שנוסף שאיננו מכיל אותו. ההבדל העיקרי בין המוצרים הוא הופעתו של הכיתוב המטעה באופן בולט, מודגש בפס אדום: "רכיבים טבעיים בלבד", ולצידו, כיתוב נוסף, פחות בולט: "ללא מונוסודיום גלוטמט".

דוגמא לצמד מוצרים: מרק עוף אמיתי של קנור באריזת 400 גרם



המידע הלגיטימי אודות העדר מונוסודיום גלוטמט, לא סיפק את קנור, והיא בחרה להוסיף במפורש גם את המידע המטעה, ואף באופן מודגש, מתוך שיקולים שיווקיים, ושיקולי תמחיר: מוצר הבסיס נמכר לאורך השנים ברמת מחירים של כ- 15.00 שקלים, והמוצר עם הכיתוב ר.ט.ב נמכר סביב רמה של כ- 24.00 שקלים. הפער בגובה של כ- 9.00 שקלים, מהווה כ- 64% ממחירו של המוצר הבסיס, ומהווה כ- 39% ממחירו של המוצר עם הכיתוב ר.ט.ב.

1.5 סיכום אינדיקציות

על פי שתי האינדקציות העיקריות, המבוססות על ניתוח מחירי אבקות המרק של אסם ושל קנור, הפער עומד על 30% ו- 24% בהתאמה, ובממוצע עומד על 27%. מניתוח מחירי שקדי המרק התקבלו אינדקציות הנעות בטווח של 15% עד 27%, ומניתוח מחירי הקרוטונים התקבלו אינדקציות הנעות בטווח של 40% עד 80%. התוצאה הממוצעת של מגוון האינדקציות מכל הקטגוריות עומדת על כ- 27%, והיא זהה לתוצאה שהתקבלה משתי האינדקציות העיקריות.

להערכתי, ערכו של המסר הפרסומי המטעה נאמד בממוצע בשיעור של 27% מערכו של המוצר הנושא אותו. חוות דעת זו כוללת בחינת רגישות לאומדן זה בטווח של 24% עד 30%.

1.6 הנזק לצרכן

מכירות מוצרי אסם הנושאים את הכיתוב המטעה הסתכמו בשנים 2012 עד 2018 בכ- 600 מיליוני שקלים, ומכירות מוצרי קנור הנושאים את הכיתוב הזה, הסתכמו בכ- 100 מיליוני שקלים, וביחד הסתכמו מכירות המוצרים עם הכיתוב המטעה של אסם ושל קנור בכ- 700 מיליוני שקלים. חישבתי את הנזק שנגרם לצרכן, בשוק הקימעונאי, על ידי הכפלה של סכום זה בשיעור של 27% - המהווה את אומדן שווי הכיתוב המטעה.

אני מעריך את סך הנזק שנגרם לצרכני מוצרי אסם וקנור, הנושאים את הכיתוב: "רכיבים טבעיים בלבד" בתחום אבקות המרק ושקדי המרק בכ- 185 מיליוני שקלים. סכום זה איננו כולל את הנזק לשוק המוסדי, ואיננו כולל ריבית והצמדה.

אומדן הנזק מתבסס על ההנחה, שיש ליחס שיעור אחיד של 27% לכלל הקטגוריות. לחילופין, בדקתי מהו הנזק המינימאלי שניתן לחשב עבור הצרכן, על סמך שיעור נזק מינימאלי שונה עבור מוצרי אבקות מרק, ועבור שקדי מרק וקרוטונים. חישבתי את הנזק המינימאלי לצרכן, בהתבסס על שיעורים של 20% עבור אבקות מרק ו- 15% עבור שקדי מרק וקרוטונים.

אומדן הנזק לצרכני אסם וקנור עבור הכיתוב המטעה בשנים 2012 עד 2018
מיליוני שקלים

סה"כ	יוניליר	אסם	אומדן ערך הכיתוב המטעה	
686	93	594		סה"כ
581	52	601	27%	אומדן הנזק
115	18	97	15% / 20%	אומדן הנזק המינימאלי

אני מעריך את הנזק המינימאלי שנגרם לצרכני מוצרי אסם וקנור, הנושאים את הכיתוב: "רכיבים טבעיים בלבד" בתחום אבקות המרק, שקדי המרק והקרוטונים בכ- 115 מיליוני שקלים. סכום זה איננו כולל את הנזק לשוק המוסדי, ואיננו כולל ריבית והצמדה.


בברכה, ובכבוד רב
סלע קולקר

2. רקע

2.1 הכיתוב המטעה

החברות אסם וקנור משווקות מגוון מוצרים בקטגוריית המרקים. על חלק מאריזות המוצרים מופיע הכיתוב: "רכיבים טבעיים בלבד" או "100% רכיבים טבעיים!". נמסר לי על ידי עורך הדין מנחם שמואלי, כי מוצרים אלה מכילים רכיבים שאינם טבעיים, ושאסור על פי חוק לכנותם "טבעיים" וכן שהכיתוב המופיע על גבי האריזה הינו בבחינת הפרה בוטה של התקן הישראלי הרשמי 1145 לסימון מוצרים והינו "מוטעה" ובוודאי מטעה.

נתבקשתי על ידי עורך הדין מנחם שמואלי, לאמוד, את הנזק שנגרם לצרכנים שרכשו את אותם מוצרים הנושאים את הכיתוב המטעה, כתוצאה של אותה הטעייה.

2.2 השוק הקימעונאי והשוק המוסדי

נתבקשתי לאמוד את הנזק שנגרם לצרכן הן עבור השוק הקימעונאי, והן עבור השוק המוסדי. כדי לאמוד את הנזק שנגרם לצרכן בשוק הקימעונאי התבססתי על נתונים של חברת סטורנקסט. נתונים אלו מכילים מידע מקיף אודות מכירות של כל הפריטים בקטגוריית המרקים, ברמת פריט, ובחיתוכים על פי תקופות.

נתוני סטורנקסט לשוק הקימעונאי מבוססים על קהילה של כ- 2,500 חנויות המורכבות מרשתות ארציות, סופרמרקטים, מינימרקטים וחנויות נוחות. מחנויות אלו, מועברים לסטורנקסט נתוני אמת על בסיס יומי. להערכת סטורנקסט, נתונים אלה מהווים 85% מסך המכר בשוק ה-FMCG המבורקד בישראל. על בסיס נתונים אלה, ובאמצעות מודל סטטיסטי מתקדם, סטורנקסט מבצעת אקסטרפולציה סטטיסטית לכלל 100% המכר בשוק הקימעונאי המבורקד בישראל, לא כולל פיצוציות ומגזר ערבי. חוות דעת זו מתבססת במידה רבה על בסיס הנתונים שהועבר מסטורנקסט, כמפורט לכל אורך חוות הדעת.

לגבי המגזר המוסדי, אין בידי נתונים אודות היקף המכירות, למגזר זה, אולם נתון זה נמצא בידי החברות היצרניות, ככל שנותן זה יתקבל בעתיד מהחברות, ניתן יהיה לאמוד את הנזק גם למגזר זה.

2.3 שוק המרקים

2.3.1 קטגוריות עיקריות

שוק המרקים בישראל נאמד בכ- 261 מיליוני שקלים בשנת 2018. השוק נשלט בכ- 90% על ידי שני מותגי על: "אסם" ו-"קנור" המשווק על ידי יוניליוור (להלן: "יוניליוור"). מתוך סכום זה של כ- 261 מיליוני שקלים, מכירות אבקות המרק הסתכמו בכ- 165 מיליוני שקלים המהווים כ- 63% מסך הקטגוריה. שתי הקטגוריות הנוספות הן שקדי מרק וקרוטונים, שמכירותיהן הסתכמו בכ- 74 ו- 22 מיליוני שקלים בהתאמה.

שוק המרקים בישראל 2018

מיליוני שקלים

סה"כ	קרוטונים	שקדי מרק	אבקות מרק	
138	18	56	65	אסם
93	0	0	93	קנור
29	4	18	7	אחרים
261	22	74	165	סה"כ

2.3.2 נתחי שוק

שני המתחרים העיקריים בתחום אבקות המרק הם אסם וקנור. נכון לשנת 2018, אסם מחזיקה בנתח שוק של 53% וקנור בנתח של 36% מכלל הקטגוריה. בשוק אבקות המרק בלבד, השתיים שולטות בנתח שוק של 96%. קנור איננה משווקת מוצרים בשתי קטגוריית המשנה - שקדי המרק וקרוטונים. בקטגוריות אלה, אסם לבדה מחזיקה בנתח שוק של כ- 75% ו- 82% בהתאמה.

נתחי שוק בקטגוריות המרקים 2018

נתח שוק בכל קטגוריה

סה"כ	קרוטונים	שקדי מרק	אבקות מרק	סה"כ
53%	82%	75%	39%	אסם
36%	0%	0%	57%	קנור
11%	18%	25%	4%	אחרים
100%	100%	100%	100%	סה"כ

2.3.3 חלוקה לפי גודל אריזה

את אבקות המרק בשוק הקמעונאי ניתן לחלק ל-4 קטגוריות של גודל אריזה:

1. אריזות קילו
2. אריזות 400
3. שקיות 3-4 מנות
4. שקיות אישיות

האריזה הנפוצה ביותר היא אריזת 400 גרם¹ בקופסת פלסטיק. כמעט מחצית מסך מכירות אבקות המרק משווקות באריזות 400 גרם. מכירות אריזות 400 גרם של אסם הסתכמו בכ- 38 מיליוני שקלים בשנת 2018, מתוך סך של 65 מיליוני שקלים, ומכירות אריזות 400 גרם של קנור הסתכמו בכ- 31 מיליוני שקלים בשנת 2018, מתוך סך של 93 מיליוני שקלים.

נתחי שוק בקטגוריות המרקים 2018

נתח שוק בכל קטגוריה

סה"כ אבקות מרק	נמס אישי	שקיות 3-4 מנות	אריזת 400	אריזת קילו +	סה"כ
65	9	5	38	13	אסם
93	40	12	31	11	קנור
7	0	1	4	1	אחרים
165	49	18	74	25	סה"כ

אריזות קטנות יותר מ- 400 גרם הן אריזות בשקית, שניתן לחלק אותן לשתי קבוצות: שקיות המכילות 3 עד 4 מנות במשקל של כ-100 גרם, ואריזות אישיות, הנקראות גם "נמס אישי" המכילות כ- 25 עד 50 גרם². אריזות של קילו, או יותר, נפוצות בעיקר במגזר החרדי³ ומכירותיהם הסתכמו בכ- 25 מיליוני שקלים בשנת 2018.

¹ בקטגוריה זו מנכללו האריזות בטווח של 350 עד 500 גרם
² עד משקל של 70 גרם סוגו השקיות כ"נמס אישי" ומעל 70 גרם סוגו כשקיות 3-4 מנות
³ לא מדובר במגזר המוסדי, אם כי באריזות גדולות הנמכרות בערוצים הקמעונאיים.

3. אסם

3.1 כיתוב על מוצרי אסם

לצורך ניתוח מוצרי אסם, על פי מאפייני הכיתוב עליהם, חילקתי את כל מוצרי אסם בקטגוריית המרקים ל- 3 קבוצות כיתוב:

- א. "ללא חומרים משמר וצבעי מאכל" (להלן: "בסיס"),
- ב. "רכיבים טבעיים בלבד" (להלן: "ר.ט.ב"),
- ג. "ללא מונוסודיום גלוטמט" (להלן: "ל.מ.ג").

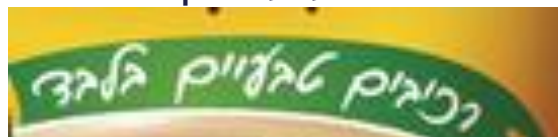
3.1.1 כיתוב הבסיס

המוצר הבסיסי של אסם הוא אבקת מרק, שמכילה בעיקר מלח, עמילן וסוכר. בנוסף מוצרי הבסיס מכילים "מחזקי טעם" שונים, שהבולט שבהם הוא: "מונוסודיום גלוטמט". כפי הנראה, ישנה הסכמה רחבה, ש- "מונוסודיום גלוטמט" אינו רכיב טבעי, וגם אסם שותפה להסכמה זו. הכיתוב על מוצרים אלו הוא: "ללא חומר משמר. ללא צבעי מאכל" (להלן: "בסיס").

3.1.2 רכיבים טבעיים בלבד

לצד מוצרי הבסיס, אסם משווקת קבוצת מוצרים נוספת, הדומה מאוד לקבוצת מוצרי הבסיס, בהבדלים קלים בלבד. ההבדל המהותי ביותר הוא שמוצרים אלה אינם מכילים מונוסודיום גלוטמט. אסם יכלה להעביר על גבי האריזות האלה מסר לגיטימי, אודות העדר רכיב ספציפי זה. אולם הכיתוב על גבי קבוצת מוצרים זו, הוא: "רכיבים טבעיים בלבד". כיתוב זה מופיע באופן בולט ומודגש בפס ירוק. כפי שנמסר לי מעורכי הדין, זהו מסר פרסומי מטעה, משום שגם לאחר הוצאת ה"מונוסודיום גלוטמט" ומחזקי הטעם האחרים, ישנם במוצרים אלה, רכיבים נוספים שאינם טבעיים.

המסר הפרסומי המטעה על גבי קבוצת מוצרים זו



חלוקת מוצרי אסם ל- 3 קטגוריות כיתוב

קטגורייה	א	ב	ג
הכיתוב	"ללא חומר משמר ללא צבעי מאכל"	"רכיבים טבעיים בלבד"	"ללא מונוסודיום גלוטמט"
שם מקוצר (לצורך חוות דעת זו)	בסיס	ר.ט.ב	ל.מ.ג
תאור	הצהרה בסיסית אודות העדר חומרים משמרים והעדר צבעי מאכל	הצהרה גורפת שכל הרכיבים במוצר הם טבעיים בלבד	הדגשה, שהמרכיב הספציפי הזה, איננו נכלל במוצר
מסר פירסומי	לגיטימי	מטעה	לגיטימי

3.1.3 ללא מונוסודיום גלוטמט

אסם משווקת קבוצה קטנה נוספת של מוצרים, שאף הם אינם מכילים מונוסודיום גלוטמט. אולם, על גבי קבוצת מוצרים אלו, איננו מופיע **המסר הפרסומי המטעה**, אלא מופיעה הצהרה אינפורמטיבית בצורה מודגשת ובלטת, אודות העדר המרכיב הספציפי הזה: "**ללא תוספת מונוסודיום גלוטמט**". הצהרה זו מתארת באופן הולם, את השוני בהרכב בין קבוצת מוצרים אלו, מההרכב של מוצרי הבסיס, הנושאים את ההצהרה הבסיסית אודות העדר חומרים משמרים וצבעי מאכל.

היקף המכירות של המוצרים מקבוצה זו הנושאת את הכיתוב: "**ל.מ.ג.**", איננו גדול.

3.1.4 נתחי שוק לפי כיתוב

נכון לשנת 2018, מכירות קבוצת ה- **בסיס** הסתכמו בכ- 40 מיליוני שקלים, מכירות קבוצת **ר.ט.ב.** (הנושאים את המסר הפרסומי המטעה: "רכיבים טבעיים בלבד") הסתכמו בכ- 93 מיליוני שקלים, ומכירות קבוצת **ל.מ.ג.** (הנושאים את המסר הפרסומי הלגיטימי: "ללא מונוסודיום גלוטמט") – הסתכמו בכ- 6 מיליוני שקלים בלבד.

מכירות מוצרי אסם על פי קטגוריה, וקבוצת כיתוב – בשנת 2018
מיליוני שקלים

קבוצת כיתוב	בסיס	ר.ט.ב.	ל.מ.ג.	סה"כ
אבקות מרק	38	21	6	65
שקדי מרק	2	54		56
קרטונים	0	18		18
סה"כ	40	93	6	138

לאורך השנים חלה ירידה בכמות הנמכרת של המוצרים מקבוצת ה- **בסיס**, בעוד שמכירות המוצרים מקבוצת **ר.ט.ב.** נשארו יציבות ברמה של כ- 90 מיליוני שקלים בשנה. מכירות המוצרים מקבוצת **ל.מ.ג.** מסתכמות במיליוני שקלים בודדים בשנה בלבד.

מכירות אבקות מרק של אסם, על פי קטגורית כיתוב 2010 עד מאי 2019
מיליוני שקלים

קבוצת כיתוב	בסיס	ר.ט.ב.	ל.מ.ג.	סה"כ
2010	57	83	1	140
2011	56	93	3	152
2012	55	88	6	149
2013	54	85	5	143
2014	45	80	5	130
2015	45	81	8	134
2016	41	82	8	130
2017	39	85	6	130
2018	40	93	6	138
⁴ 2019	20	38	2	61

⁴ הנתונים עבור שנת 2019 הינם עד לסוף חודש מאי לאורך כל חוות דעת זו.

3.1.5 מכירות קבוצת ר.ט.ב

המוצרים בעלי הכיתוב המטעה, נמכרו בשנת 2018 בהיקף של כ- 93 מיליוני שקלים. מתוכם מכירות שקדי מרק הסתכמו בכ- 54 מיליוני שקלים, ומכירות קרוטונים הסתכמו בכ- 18 מיליוני שקלים. ארבעה מוצרים נוספים של אבקות מרק באריזות 400 גרם בטעמים שונים, הנושאים את הכיתוב המטעה נמכרו בכ- 21 מיליוני שקלים בשנה זו.

מכירות מוצרי אסם מקבוצת ר.ט.ב – בעלי המסר הפרסומי המטעה בשנת 2018 מיליוני שקלים

מכירות	פריט
53.8	שקדי מרק
17.7	קרוטונים
6.5	מרק טעף עוף זך
7.5	מרק עוף
5.6	מרק בצל
1.1	מרק פטריות
0.7	אחר
92.9	סה"כ

3.2 צמד המוצרים – מרק עוף אמיתי

בחנתי את מגוון המוצרים של אסם בקטגוריית המרקים על פני השנים משנת 2010, את הכמות הנמכרת, ואת המחיר לצרכן של כל אחד מהם, כפי שהתקבלו מחברת סטורנקסט⁵. בבדיקה נמצא, כי אסם משווקת צמדי מוצרים, שההבדלים ביניהם מזעריים. הצמד הראשון הוא צמד של מוצרי "מרק עוף אמיתי" באריזת 400 גרם.

הצמד הראשון: מרק עוף אמיתי 400 גרם

ר.ט.ב



בסיס



שני המוצרים הללו נראים כמעט זהים מבחינה חיצונית. אריזתם זהה, ושמן זהה: "מרק עוף אמיתי". אפילו הציור על גבי האריזה זהה. גם רכיבי המוצרים דומים מאוד: שלושת הרכיבים הראשיים בכל אחד משני המוצרים הם: מלח, עמילן וסוכר, והמספקים למוצר את מירב הנפח שלו.

⁵ אופן הנתונים שנתקבלו מסורנקסט מפורט בנספח ב' לחוות דעת זו.

ברשימות הרכיבים נמצאו שני הבדלים בלבד: המוצר עם כיתוב הבסיס מכיל רכיב "תמציות שמרים" – רכיב שאינו מופיע ברשימת הרכיבים של המוצר עם הכיתוב **ר.ט.ב.** המוצר עם הכיתוב **ר.ט.ב.** מכיל **מונוסודיום גלוטמט**, E635 וחומרי טעם וריח.

מרק עוף אמיתי של אסם 400 גרם השוואה בין רשימות הרכיבים של צמד המוצרים

כיתוב ר.ט.ב.	כיתוב בסיס
מלח	מלח
סוכר	עמילן
עמילן	סוכר
תמציות שמרים	מחזקי טעם (מונוסודיום גלוטמט, E635)
תבלינים	אבקת סירופ תירס
אבקת סירופ תירס	אבקת בשר ושומן עוף (6%)
אבקת בשר ושומן עוף (6%)	שמנים מהצומח
שמנים מהצומח	ירקות מיובשים (בצל, סלרי, פטרוזיליה)
תמציות תבלינים (מכילות סלרי)	מיצוי תבלינים (סלרי, כורכום)
פטרוזיליה מיובשת	פלפל שחור
מעכב חמצון (תמצית רוזמרין)	חומרי טעם וריח
	מעכב חמצון (תמצית רוזמרין)

הימצאותם של צמד מוצרים, כל כך דומים, עד כדי זהים, שמה שמבדיל ביניהם הינו התוספת של הכיתוב **ר.ט.ב.**, מאפשרת לאמוד בצורה טובה, את הערך המוסף של אותו כיתוב. אמדתי את שווי הפער באמצעות פער המחירים לצרכן.

3.2.1 פער המחירים

לאורך השנים המוצר עם הכיתוב **ר.ט.ב.** נמכר סביב רמה של **23.00** שקלים, ואילו מוצר הבסיס נמכר סביב רמות של **16.00** שקלים בלבד. הפער בגובה של כ- **7.00** שקלים, מהווה כ- 47% ממכירו של מוצר הבסיס, ומהווה 32% ממחירו של מוצר **ר.ט.ב.**

התוספת במחיר עבור המסר הפרסומי המטעה 2010 עד מאי 2019 שקלים

מחיר הבסיס	מחיר ר.ט.ב.	הפער ביניהם	הפער באחוזים מתוך מחירו של הבסיס	הפער באחוזים מתוך מחירו של ר.ט.ב.	
17.10	22.38	5.29	31%	24%	2010
15.82	25.26	9.44	60%	37%	2011
14.39	23.89	9.50	66%	40%	2012
17.48	23.63	6.15	35%	26%	2013
16.24	24.28	8.04	50%	33%	2014
15.64	23.42	7.79	50%	33%	2015
15.54	23.28	7.74	50%	33%	2016
15.78	22.64	6.86	43%	30%	2017
16.05	21.30	5.25	33%	25%	2018
15.83	20.64	4.81	30%	23%	2019
15.87	23.21	7.33	47%	31%	2012 עד 2018

את הפער במחיר ניתן לייחס רק לאחד משניים: העדר מונוסודיום גלוטמט – או – הכיתוב המטעה.

מבדיקה שערכתי עבור מוצרים אחרים, הן של אסם והן של קנור, הנושאים את הכיתוב "**ללא מונוסודיום גלוטמט**" עולה כי לכיתוב זה אין כל ערך בעיני הצרכן, ואף יש לו ערך שלילי. המסקנה היא, כי יש ליחס את מלוא הפער בין מחירי צמד המוצרים, לערכו של הכיתוב המטעה בלבד.

מכאן, שערכו של המסר הפרסומי המטעה, נאמד בכ- 31% מערכו של המוצר בעל המסר הפרסומי המטעה.

3.3 ללא ציאניד

בין שני המוצרים – "**בסיס**" ו "**ר.ט.ב.**" ישנם שני הבדלים:

1. העדר מונוסודיום גלוטמט.
2. הפועת הכיתוב המטעה: "רכיבים טבעיים בלבד".

אסם יכולה היותה לכתוב על המוצר ר.ט.ב את המסר הלגיטימי: "**ללא מונוסודיום גלוטמט**" אולם היא בחרה שלא לעשות כן. אסם אמנם משווקת גם מוצרים בעלי כיתוב לגיטימי זה, אך בהיקפים קטנים – וכלל לא בקטגוריית אבקות המרק באריזות של 400 גרם.

להערכת, אסם בחרה לעשות כן, משום שהמסר הלגיטימי "ללא מונוסודיום גלוטמט" איננו בעל ערך רב עבור הצרכן, ויתכן שאפילו בעל ערך שלילי. עצם ההתעסקות בקיומו או אי קיומו של החומר, בעל השם המאיים, עלולה להרחיק את הצרכן מהרכישה, ולאו דוקא לשדר תחושה של מוצר בריא וטבעי.

לצורך המחשה, אפשר לדמיין מצב שבוא אסם היתה משווקת את המוצר הזה, עם הכיתוב הדימיוני: "**ללא ציאניד**".

זהו מסר שכולו אמת - שהרי אין במוצר ציאניד, והוא אף כיתוב חיובי במהותו – כולם היו שמחים לדעת שבמוצר שהם הוכשים למאכל אין ציאניד. אבל האפקט השיווקי שמתקבל הוא הפוך: הצרכן שואל את עצמו: "למה בכלל צריך להגיד לי שאין במוצר ציאניד?", "האם אני צריך לחשוש שהמוצר דוקא כן מכיל ציאניד? או רעלים אחרים?" כיתוב דימיוני שכזה, היה מבריח את הלקוחות, ולא מאפשר לגבות מחיר גבוה מהצרכן.

3.4 צמד נוסף

3.4.1 צמד המוצרים – מרק בטעם עוף זך

דוגמה נוספת של צמד מוצרים, כמעט זהים לחלוטין, שכל ההבדל ביניהם הוא העובדה שבאחד מהם אין מונוסודיום גלוטמט, מה שגרם לאסם להוסיף עליו את המסר הפרסומי המטעה: "רכיבים טבעיים בלבד".

הצמד השני: מרק בטעם עוף זך 400 גרם



לאורך השנים המוצר עם הכיתוב ר.ט.ב. נמכר סביב רמה של **16.00** שקלים, ואילו מוצר הבסיס נמכר סביב רמות של **13.00** שקלים בלבד. הפער בגובה של כ- **3.00** שקלים, מהווה כ- 20% ממכירו של מוצר הבסיס, ומהווה 16% ממכירו של מוצר ר.ט.ב.

התוספת במחיר עבור המסר הפרסומי המטעה 2010 עד מאי 2019

הפער באחוזים מתוך מחירו של ר.ט.ב.	הפער באחוזים מתוך מחירו של הבסיס	הפער ביניהם	מחיר ר.ט.ב.	מחיר הבסיס	
13%	15%	1.96	15.14	13.18	2010
15%	17%	2.41	16.31	13.90	2011
11%	12%	1.67	15.72	14.05	2012
25%	33%	4.20	17.10	12.90	2013
17%	20%	2.69	16.01	13.32	2014
20%	25%	3.20	15.79	12.58	2015
20%	24%	3.12	15.91	12.80	2016
10%	11%	1.55	15.59	14.04	2017
10%	12%	1.64	15.74	14.09	2018
12%	14%	1.82	14.91	13.08	2019
16%	20%	2.69	15.98	13.40	2012 עד 2018

הפער במחירי צמד מוצרים זה עומד על 16% בלבד, לעומת 31% בצמד הראשון. להערכתי, הסיבה לכך היא ששמו של המוצר: "מרק בטעם עוף זך" מעידה על כך שלא מדובר במרק עוף אמיתי, אלא על מרק שהוא רק "בטעם" של מרק עוף.

3.4.2 סיכום שני הצמדים

לסיכום, מבין עשרות הרבות של מוצרי אסם, המשווקים במחירים שונים ובמסרים שונים, נמצאו שני צמדי מוצרים, המאפשרים לאבחן באופן מדוייק את ערכו של הכיתוב המטעה.

עבור צמד המוצרים הראשון – נמצא כי שווי הכיתוב נע לאורך השנים סבב 31% ממחירו של המוצר בעל הכיתוב ר.ט.ב., ועבור צמד המוצרים השני נמצא כי פער זה נאמד ב- 16%.

הפער הממוצע בין מחירי שני צמדי המוצרים

באחוזים, מתוך מחירו של המוצר עם הכיתוב ר.ט.ב.

ממוצע	מרק עוף אמיתי	מרק בטעם עוף זך	ממוצע
24%	31%	16%	2018 - 2012
18%	24%	13%	2010
26%	37%	15%	2011
25%	40%	11%	2012
25%	26%	25%	2013
25%	33%	17%	2014
27%	33%	20%	2015
26%	33%	20%	2016
20%	30%	10%	2017
18%	25%	10%	2018
18%	23%	12%	2019

בממוצע – שווי הכיתוב המטעה "רכיבים טבעיים בלבד" נאמד ב- 24% מערכו של המוצר בעל אותו כיתוב.

3.5 שקדי מרק

3.5.1 השוואה למוצרי אסם האחרים

בקטגוריות שקדי המרק, הרב המוחלט של מוצרי אסם שייכים לקבוצת המוצרים בעלת הכיתוב המטע ר.ט.ב., ונמכרים בהיקף של כ- 50 מיליוני שקלים בשנה. ביקשתי לבצע השוואה דומה לזו המוצגת בפרק אבקותו המרקים, באמצעות צמד מוצרים של שקדי מרק. אולם, לא נמצא מוצר שקדי מרק מתאים לכך, משום שכמעט כל מוצרי שקדי המרק של אסם נושאים את הכיתוב הזה.

מוצר שקדי המרק היחידי שאיננו נושא את הכיתוב ר.ט.ב. הוא המוצר: "**שקדי מרק ואיטריות אינסטנט**". מוצר זה, כולל גם איטריות, והוא שונה במאפייניו ובמהותו, ממוצרי שקדי המרק הפופולרים של אסם. מכירותו מסתכמות בסכום לא מהותי ביחס למכירות שקדי המרק של אסם, ולא ניתן להסיק כל מסקנה מהשוואה בין מוצר זה למוצרי שקדי המרק האחרים של אסם. בקטגוריית הקרוטונים, על גבי כל המוצרים של אסם מופיע הכיתוב **ר.ט.ב.**

3.5.2 השוואה למותגים אחרים של שקדי מרק

בהשוואה לשקדי מרק ממותגים אחרים נמצא, שמלבד המוצר של **אסם**, גם המוצרים של "**טעמן**" ושל "**מנה**" (Mana) נושאים את הכיתוב "**ר.ט.ב.**". מחירו הממוצע של המוצר של אסם בשנים 2015 עד 2018 עמד על 9.95 שקלים, ומחיר הממוצע של המוצרים של טעמן ושל מנה בשנים אלה, עמד על 7.53 שקלים, ו-7.29 שקלים בהתאמה. המחיר הממוצע לשלושת המוצרים הללו, הנושאים את הכיתוב ר.ט.ב. הינו 8.26 שקלים.

מבחר מוצרי שקדי מרק שנמכרו בשנים 2015 – 2018 באריזות 400 גרם

מיליוני שקלים, ושקלים ליחידה

מחיר ליחידה	מחזור מכירות בשנת 2018	מותג
9.95	129.0	אסם – ר.ט.ב.
7.53	5.9	טעמן – ר.ט.ב.
7.29	21.6	מנה – ר.ט.ב.
8.26		ממוצע – ר.ט.ב.
6.97	13.6	מותג פרטי א
5.92	5.5	מותג פרטי ב
6.68	3.4	מותג פרטי ג
5.76	3.0	חטיפים מן הטבע
5.57	2.8	מותג פרטי ד
6.85	1.0	מותג פרטי ה
7.82	0.9	נאמן
6.40	0.8	סוגת
6.50		ממוצע – ללא הכיתוב ר.ט.ב.

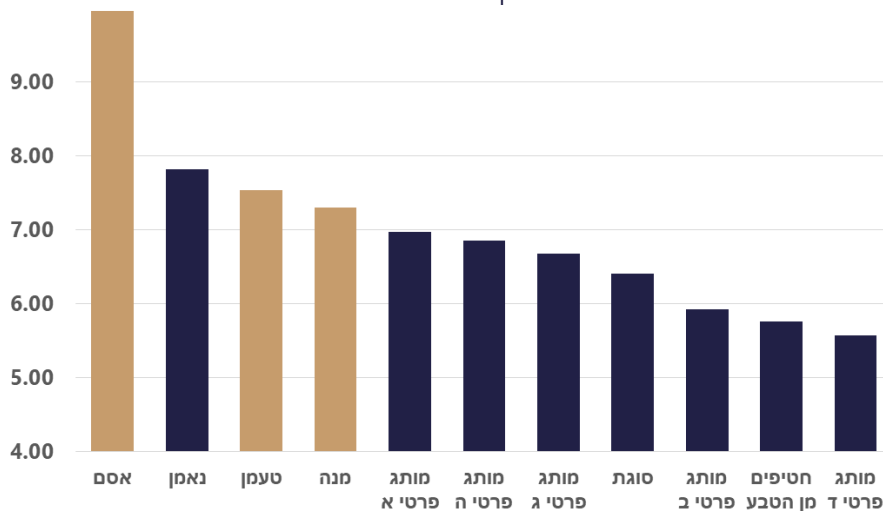
מלבד שלושת מוצרים אלה, נמצא כי בשנים 2015 – 2018 נמכרו עוד 8 מוצרים של שקדי מרק באריזות 400 גרם בהיקף מכירות העולה על 1 מיליון שקל ל-4 שנים, או לפחות מתקרבו לכך⁶. מוצרים אלו, כוללים את המותגים "**נאמן**", "**סוגת**", "**חטיפים מן הטבע**", וכן מספר **מותגים פרטיים**⁷ של רשתות השיווק המיוצרים על ידי אותם יצרנים. מוצרים אלו, שאינם נושאים כיתוב אודות רכיבים טבעיים בלבד, נמכרו בשנים אלו בטווח מחירים הנע בין 5.57 שקלים ל-7.82 שקלים, ובממוצע ב-6.50 שקלים.

⁶ סוגת נמכר בעיר בשנים 2015 ו-2016 בהיקף של 450 ו-300 אלפי שקלים בהתאמה. שקדי מרק של היבואן "נאמן" מהמותג "נאמן לאורך זמן" נמכרים בהיקף של כ-200 אלפי שקלים בשנה בלבד.

⁷ הנתונים שהתקבלו מסטורקסט אינם מפרטים את שמותיהם של המותגים הפרטיים.

המחיר הממוצע של המותגים הנושאים את הכיתוב "רכיבים טבעיים בלבד", היה גבוה ב- 27% מהמחיר הממוצע של מוצרי שקדי המרק שאינם נושאים אותו.

מחיר ממוצע של מגוון מוצרי שקדי מרק באריזת 400 גרם בשנת 2018 שקלים



לצורך ביצוע השוואה זהה ככל שניתן, נעשה שימוש אך ורק במוצר הבסיסי של כל מותג, באריזת 400 גרם וללא מאפיינים מיוחדים כגון "אריזה במיכל קשיח", "כולל איטריות", "ללא גלוטן", "שולשה צבעים" וכו'. ועדיין, במקרה של השוואה בין מותגים שונים, יתכן שהצרכן מוכן לשלם פרמייה עבור מותג מסויים, ואף סביר שהצרכן מוכן לשלם פרמייה עבור המותג אסם. לכן, לא ניתן ליחס את מלוא הפער במחיר שבין המוצרים לפרמטר אחד בלבד כגון כיתוב אודות רכיבים טבעיים בלבד. ולכן עבור שקדי מרק, הפער המתקבל של 27% עשוי לכלול גם מרכיב המיוחס לערך המותג.

מאידך, התוצאה המתקבלת, לפיה שלושת המותגים היחידים הנושאים את הכיתוב "רכיבים טבעיים בלבד" נמכרים בפרמייה של 27% מעבר לממוצע מחירים של שאר המותגים – מאששת את המסקנה המתקבלת בפרקים הקודמים, כי לכיתוב "רכיבים טבעיים בלבד" יש ערך מוסף בעיני הצרכן.

שופרסל	סוגת	המותג	Mana	טעמן	אסם
מוסיפים חיים לכל מרק	ללא חומר משמר	בטעם אורגינל	מרכיבים טבעיים בלבד	רכיבים טבעיים בלבד	רכיבים טבעיים בלבד



* הערה – נתוני סטורנקסט אינם מפרטים את שמות המותגים הפרטיים. בחיפוש חופשי באינטרנט נמצא מוצר שקדי מרק המשווק על ידי רמי לוי, שגם עליו מופיע הכיתוב "ר.ט.ב." אולם אין בידי מידע אודות היקף מכירותיו ומחירו הממוצע בתקופה. מכל מקום, גם המצאותו של מוצר זה, איננה שוללת את המסקנה העולה מיתר הממצאים. שופרסל לעיתים כותבת על האריזה "רכיבים טבעיים" אך ללא המילה "בלבד".

בפרט, העובדה שהמותגים של טעמן ו- Mana, שאין ליחס להם פרמיית מותג משמעותית כמו למותג אסם, נמכרים אף הם בפרמייה של כ- 15% מעל ממוצע מוצרי מחירי שקדי המרק שאינם נושאים את הכיתוב "רכיבים טבעיים בלבד", (כ- 7.50 שקלים לעומת כ- 6.50 שקלים), תומכת אף היא באותה מסקנה.

לאור כל אלה, להערכתנו, האינדקס הטובה ביותר לאומדן ערכו של הכיתוב "רכיבים טבעיים בלבד" על גבי אריזות שקדי מרק של אסם – הוא האומדן המתקבל מהשוואה בין צמדי המוצרים של אבקות המרק – צמדים שיש ביניהם זהות פרמטרים, והם מספקים את האינפורמציה הטובה ביותר אודות ערכו של הכיתוב בלבד.

3.6 קרוטונים

מכירות מוצרי הקרוטונים של אסם בשנים 2015 עד 2018 הסתכמו בכ- 69 מיליוני שקלים. כל מוצרי הקרוטונים של אסם שנמכרו, נושאים את הכיתוב **ר.ט.ב.** מוצרים באריזות 400 גרם, נמכרו בתקופה זו בכ- 46 מיליוני שקלים, המהווים כשני שלישי מסך מכירות הקרוטונים של אסם, ומחירם נע בטווח של כ- 18.50 עד כ- 22.50 שקלים. מוצרים באריזות של 250 גרם נמכרו בהיקף של כ- 16.5 מיליוני שקלים המהווים כ- 24% מסך מכירות הקרוטונים. מוצרים אלו נמכרו במחיר ממוצע של כ- 15.00 שקלים.

מוצרי קרוטונים של אסם שנמכרו בשנים 2015 – 2018

מיליוני שקלים, ושקלים ליחידה

מחיר ליחידה	מכירות	גודל אריזה	מוצר
22.42	24.96	400	מיני קרוטונים למרק ולסלט
18.64	21.41	400	קרוטונים מתובלים למרק
15.39	8.68	250	אסם מיני קרוטונים למרק ולסלט
14.92	7.80	250	קרוטונים מתובלים
11.26	2.50	180	אסם קרוטונים אפויים בתיבול ביתי
24.68	3.25		מוצרים אחרים
17.89	68.6		סה"כ/ממוצע

מכירות מוצרי הקרוטונים של כל שאר המתחרים של אסם בשנים 2015 עד 2018 הסתכמו בכ- 16 מיליוני שקלים. כל מוצרי הקרוטונים שנמכרו על ידי המתחרים, **אינם** נושאים את הכיתוב **ר.ט.ב.** בשונה מאסם, מוצרי המתחרים נמכרו באריזות בגדלים שונים של 200, 250, 350 ו- 400 גרם. המחיר הממוצע של כלל האריזות הוא כ- 11.50 שקלים.

מוצרי קרוטונים של כל שאר היצרנים שנמכרו בשנים 2015 – 2018

מיליוני שקלים, ושקלים ליחידה

מחיר ליחידה	מכירות	אריזה	מוצר	מותג
16.88	4.02	350	מיני קרוטונים שום בצל	מאסטר שף
12.13	1.39	200	קרוטונים לסלט בזיליקום עגבניות	מאסטר שף
11.73	1.31	200	קרוטונים לסלט אקסטרא ארוך	מאסטר שף
15.28	1.28	400	קרוטונים לסלט	מותג פרטי
7.16	1.11	250	קרוטונים למרק	חטיפים מן הטבע
9.03	0.90	250	קרוטונים לסלט	מותג פרטי
8.38	0.80	250	סוגת קרוטונים למרק	סוגת
6.15	0.71	250	קרוטונים לסלט	מאפית דוידוביץ
11.47	4.66		מוצרים אחרים	מוצרים אחרים
11.39	16.18		סה"כ/ממוצע	

בהשוואה של 3 הקטגוריות הבולטות, מתקבלת התוצאה לפיה, מחירי קרוטונים של אסם הנושאים את הכיתוב ר.ט.ב. גבוהים בכ- 40% עד 80% ממחירי המוצרים המקבילים של המתחרים האחרים, שאינם נושאים הכיתוב ר.ט.ב.

**השוואה בין מחיר קרוטונים של אסם הנושאים את הכיתוב ר.ט.ב.
לבין מחיר קרוטונים של המתחרים שאינם נושאים את הכיתוב ר.ט.ב.
שקלים**

שם פריט	מחיר ממוצע אסם	מחיר ממוצע מתחרים	הפער ביניהם	הפער באחוזים מתוך אסם
קרוטונים 400 גרם	18.6	13.4	5.3	39%
מיני קרוטונים 400 גרם	22.4	14.5	7.9	54%
קרוטונים 250 גרם	14.9	8.2	6.7	82%
ממוצע	18.7	12	6.7	59%

תוצאות ההשוואה הזו, עולות בקנה אחד עם התוצאות לעיל, ומלמדות שיש לכיתוב "רכיבים טבעיים בלבד" ערך הבא לידי ביטוי במחיר. אמנם, לא ניתן לשייך את מלוא הפער רק לכיתוב, וזאת בשל האפשרות הסבירה, שלמותג אסם יש ערך מוסף בעיני הצרכן, וניתן לשייך לפחות חלק מהפער הזה – לערכו של המותג.

השוואה זו עולה בקנה אחד עם התוצאה לעיל, ומכל מקום אין בה כדי לסתור את המסקנה העולה מההשוואות הקודמות, לפיה לכיתוב "רכיבים טבעיים בלבד" יש ערך מוסף בעיני הצרכן, הנאמד בעשרות אחוזים מערכו של המוצר.

4. קנור

4.1 כיתוב על מוצרי קנור

בדומה, לניתוח מוצרי אסם, חילקתי גם את מוצרי קנור לקבוצות על פי מאפייני הכיתוב עליהם. בין מוצרי קנור נמצאו 3 קבוצות המקבילות לקבוצות של אסם, וקבוצה רביעית, (ד) שקנור השיקה לאחרונה:

- א. "ללא תוספת חומר משמר וצבעי מאכל" (להלן: "בסיס"),
- ב. "רכיבים טבעיים בלבד" (להלן: "ר.ט.ב.")
- ג. "ללא תוספת מונוסודיום גלוטמט" (להלן: "ל.מ.ג.")
- ד. "100% רכיבים טבעיים!" (להלן: "100%")

4.1.1 מוצר הבסיס

באופן דומה לאסם, גם קנור משווקת מוצר בסיסי של אבקת מרק, המבוסס על מלטודוקסטריין, מלח, עמילן וסוכר, ובנוסף מכיל "מחזקי טעם" שהבולט שבהם הוא: "מונוסודיום גלוטמט". הכיתוב על מוצרים אלו הוא: "ללא תוספת חומר משמר וצבעי מאכל" (להלן: "בסיס").

4.1.2 רכיבים טבעיים בלבד

בדומה לאסם, לצד מוצרי הבסיס, קנור משווקת קבוצת מוצרים נוספת, הדומה מאוד לקבוצת מוצרי הבסיס, אך שאינם מכילים מונוסודיום גלוטמט. הכיתוב הבולט המופיע על מוצרים אלו הוא: "רכיבים טבעיים בלבד" (להלן: "ר.ט.ב."). אולם, זהו מסר פרסומי מטעה, משום שגם לאחר הוצאת ה"מונוסודיום גלוטמט" ומחזקי הטעם האחרים, בין שאר הרכיבים הקיימים בקבוצת מוצרים זו, ישנם כאלו שאינם רכיבים טבעיים.

המסר הפרסומי המטעה – על גבי קבוצת מוצרים זו



חלוקת מוצרי קנור ל-4 קטגוריות כיתוב

קטגוריה	א	ב	ג	ד
הכיתוב	"ללא תוספת חומר משמר וצבעי מאכל"	"רכיבים טבעיים בלבד"	"ללא תוספת מונוסודיום גלוטמט"	"100% רכיבים טבעיים!"
שם מוצר	בסיס	ר.ט.ב.	ל.מ.ג.	100%
תאור	הצהרה בסיסית אודות העדר חומרים משמרים והעדר צבעי מאכל	הצהרה גורפת שכל הרכיבים במוצר הם טבעיים	הדגשה, שהמרכיב הספציפי הזה, איננו נכלל במוצר	הצהרה גורפת ש-100% מרכיבי המוצר הם טבעיים
מסר פרסומי	לגיטימי	מטעה	לגיטימי	מטעה

4.1.3 ללא מונוסודיום גלוטמט

קנור משווקת קבוצה נוספת של מוצרים, שאף הם אינם מכילים מונוסודיום גלוטמט. אולם, על גבי קבוצת מוצרים אלו, איננו מופיע **המסר הפרסומי המטעה**, אלא מופיעה הצהרה אינפורמטיבית בצורה מודגשת ובולטת, אודות העדר המרכיב הספציפי הזה: "**ללא תוספת מונוסודיום גלוטמט**", הצהרה זו מתארת באופן הולם, את השוני בהרכב בין קבוצת מוצרים אלו, מההרכב של מוצרי הבסיס, הנושאים את ההצהרה הבסיסית אודות העדר חומרים משמרים וצבעי מאכל.

4.1.4 100 אחוז רכיבים טבעיים!

בשונה מאסם, קנור החלה בשנת 2017 לשווק סדרה החדשה של מוצרים, בעלת הכיתוב: "**100% רכיבים טבעיים!**" **המסר הפרסומי המטעה 100%** שאף זה מהווה מסר פרסומי מטעה. סדרה זו נועדה להחליף בהדרגה את הסדרה בעלת המסר הפרסומי המטעה: "**רכיבים טבעיים בלבד**". נכון לחודש יולי 2019, לא ניתן יותר למצוא את הסדרה בעלת המסר הפרסומי המטעה, הכיתוב המטעה הקודם. במקביל, ממשיכה קנור לשווק את סדרת הבסיס עם הרישום הפשוט על היעדר משמרים, שהינו ללא כיתוב מיוחד בנושא הרכיבים הטבעיים.

4.2 גודל אריזה וקבוצת כיתוב

קטגוריית **הבסיס** נמכרת באריזות מכל הגדלים. קבוצת הכיתוב המטעה: **ר.ט.ב.** נמכרת אך ורק באריזות 400 גרם. קבוצת הכיתוב **ל.מ.ג.**, הושקה אך ורק באריזות שקית של כ- 100 גרם. בשנת 2018 השיקה קנור את קבוצת הכיתוב: "**100%**" באריזות בגדלים שונים. שאף היא מהווה כיתוב מטעה.

מוצרי קנור – לפי קטגוריית אריזה וקטגוריית כיתוב

100%	ל.מ.ג.	ר.ט.ב.	בסיס	
✓		✓	✓	אבקת מרק קילו
✓			✓	אבקת מרק 400
✓	✓		✓	שקית 3-4 מנות
✓			✓	נמס אישי

בין מוצרי קנור הרבים, נמצאו ארבעה צמדי מוצרים באריזות 400 גרם, כאשר כל צמד כולל מוצר אחד הנושא את כיתוב הבסיס, ומוצר אחד הנושא את הכיתוב ר.ט.ב. המצאותם של ארבעה צמדי מוצרים אלה, עשוי לסייע בהערכת אומדן שווי הכיתוב המטעה.

4.3 צמדי מוצרים

4.3.1 ארבעה צמדי מוצרים באריזות 400 גרם

בבדיקה נמצא, שקנור שיווקה לאורך רוב השנים, משנת 2010 ועד שנת 2017, ארבעה צמדי מוצרים, באריזות 400 גרם שההבדלים ביניהם זעומים.

ארבעה צמדי מוצרים של קנור – ברי השוואה



הצמד הראשון הוא צמד של מוצרי "מרק עוף אמיתי". שני המוצרים הללו נראים כמעט זהים מבחינה חיצונית. אריזתם זהה, ושמן זהה: "מרק עוף אמיתי". המוצר עם הכיתוב ר.ט.ב. איננו משווק בשנת 2019, ולכן לא יכולתי לבצע השוואה של הרכיבים בין שני המוצרים. בשונה מצמדי המוצרים של אסם, בצמדי המוצרים של קנור, הציור על האריזה שונה, וניתן להבחין בין המוצרים בקלות – לא רק באמצעות הכיתוב, אלא גם בעזרת התמונה שעל גבי האריזה.

ההבדל העיקרי בין מוצר הבסיס למוצא בעל הכיתוב ר.ט.ב. הוא הופעתו של הכיתוב המטעה באופן בולט, מודגש בפס אדום. בשונה מהמקרה של אסם, עבור מוצרי קנור, עם הכיתוב ר.ט.ב., ישנו כיתוב נוסף, פחות בולט: "ללא מונוסודיום גלוטמט". כלומר, המידע הלגיטימי אודות העדר מונוסודיום גלוטמט, לא סיפק את קנור, והיא בחרה להוסיף במפורש גם את המידע המטעה, ואף באופן מודגש, מתוך שיקולים שיווקיים, כמתואר בפרק: "ללא ציאניד" לעיל.

4.3.3 סיכום ארבעת הצמדים

ביצעתי את אותה השוואה עבור ארבעת צמדי המוצרים: **מרק עוף אמיתי, מרק טעם עוף, מרק בצל ו- מרק פטריות**. מידע מפורט אודות צמדי המוצרים מופיע בנספח ב' לחוות דעת זו. הפער באחוזים מתוך המוצר עם הכיתוב ר.ט.ב בכל אחד מהצמדים עמד על: 39%, 32%, 26% ו- 24%, בממוצע בשנים 2012 עד 2018.

קנור - הפער הממוצע בין מחירי ארבעת צמדי המוצרים באריזת 400 גרם אחוזים

שנה	עוף אמיתי	טעם עוף	בצל	פטריות	ממוצע
2010	20%	22%	0%	16%	15%
2011	28%	29%	21%	20%	24%
2012	37%	37%	20%	19%	28%
2013	41%	37%	33%	32%	36%
2014	45%	33%	23%	22%	31%
2015	43%	28%	20%	24%	29%
2016	38%	29%	33%	34%	34%
2017	37%	30%	18%	48%	33%
2018	29%	31%	25%	0%	21%
2019 עד מא'	24%	32%	0%	0%	14%
2012 עד 2018	39%	32%	24%	26%	30%

בממוצע של כל ארבעת הצמדים, פער זה באחוזים עומד על כ- 30%, ויש לייחס אותו לכיתוב המטעה.

4.4 ללא מונוסודיום גלוטמט

קבוצת הכיתוב השלישית של קנור היא: "ללא מונוסודיום גלוטמט". קבוצה זו איננה כוללת מוצרים רבים, ומופיע אך ורק באקיזות בשקית של 3 עד 4 מנות, ומשקל של כ- 105 גרם. קנור השיקה את הסדרה הזו בשנת 2010, והיא כללה את המוצרים "מרק פטריות מוקרם", "מרק תירס מוקרם" ו- "מרק עגבניות עם אורז".

קבוצת הכיתוב "ללא מונוסודיום גלוטמט" של קנור



אילו, הכיתוב: ל.מ.ג היה בעל ערך מוסף עבור הלקוח, היה צפוי שמוצרים אלו ימכרו במחיר גבוה יותר ממוצרי סדרת הבסיס. אולם, מסתבר שמחיריהם של המוצרים מקבוצת הכיתוב ל.מ.ג הוא נמוך יותר מקבוצת מוצרי הבסיס. במילים אחרות, ניתן ליחס לכיתוב ל.מ.ג ערך שלילי.

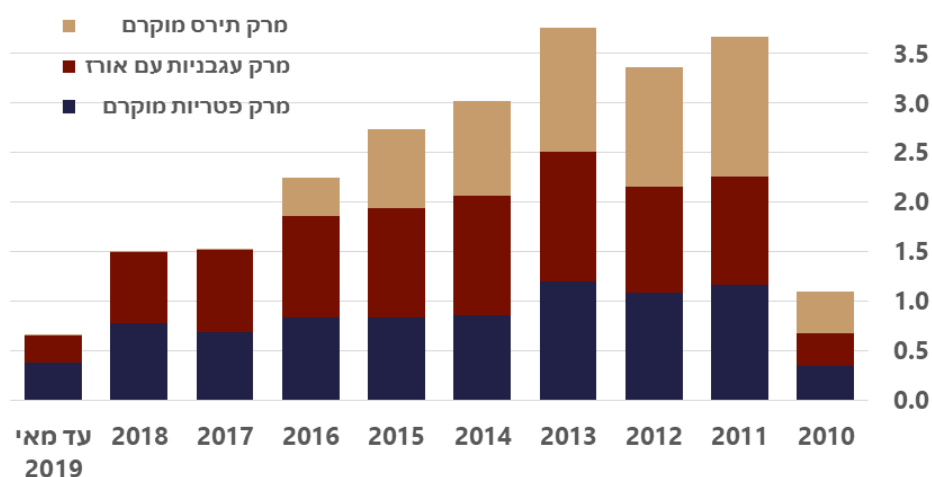
קנור - פער מחירים ממוצע בין

אחוזים

שנה	פטריות	עגבניות	תירס	ממוצע
2010	-14%	-7%	-16%	-13%
2011	-2%	1%	-3%	-1%
2012	-2%	-1%	-1%	-1%
2013	1%	-4%	2%	0%
2014	-1%	15%	-15%	0%
2015	-2%	-18%	-18%	-12%
2016	-1%	-13%	-32%	-15%
2017	-2%	-10%	-9%	-7%
2018	-1%			-1%
2019	-3%			-3%
2012 עד 2018	-1.2%	-5.0%	-12.1%	-5.4%

בנוסף, שיווק המוצרים מסדרה זו – נכשל. בשנה הראשונה שלאחר ההשקה נמכרו מוצרים אלו בהיקף של כ- 3.5 מיליוני שקלים. עם השנים ירד היקף המכירות ובשנת 2018 הסתכם בכ- 1.5 מיליוני שקלים בלבד, המהווים ירידה של כ- 60%. המוצר בטעם תירס - לא נמכר כלל.

היקף מכירות קבוצת הכיתוב ל.מ.ג. של קנור - 2010 עד מאי 2019 מיליוני שקלים



ממצא זה מחזק את המסקנה, שלכיתוב ל.מ.ג. אין ערך מוסף בעיני הצרכן. ולכן את כל הפער במחיר שבין סדרת הבסיס לסדרת ר.ט.ב יש לייחס לעובדת קיומו של הכיתוב המטעה, ולא לעובדה שהמוצרים אינם מכילים בפועל את הרכיב היחיד שכביכול נחשב בעיני קנור ללא טבעי – מונוסודיום גלוטמט.

4.5 100% רכיבים טבעיים!

בשנת 2018 השיקה קנור סדרת מוצרים חדשה בעלת המסר הפרסומי המטעה "100% רכיבים טבעיים!" (להלן: "100%"), ואף הוסיפה סימן קריאה. סדרה זו הושקה גם עבור מוצרים באריזות 400 גרם, וגם עבור המוצרים באריזות קטנות יותר.

עבור אריזות 400 גרם, סדרת "100%" החליפה את סדרת "ר.ט.ב." ונכון לשנת 2019 לא ניתן למצוא אותה יותר על המדפים. נכון ליולי 2019 ניתן למצוא רק את סדרת הבסיס וסדרת 100%, שהכיתוב עליה הוא כיתוב מטעה בדיוק כמו הכיתוב על הסדרה שהוסרה: ר.ט.ב.

הצמד של קנור שהפך לשלישייה. דוגמא: מרק עוף אמיתי



סדרת ר.ט.ב, שכבר איננה משווקת, דמתה במידה רבה במראה החיצוני לסדרת הבסיס, ואילו סדרת 100% החדשה, הושקה בעיצוב חדשני שכפי הנראה מנסה לייצר תדמית חדשנית ובריאותית.

מהשוואת המחירים של שלושת הסדרות על פני זמן, עולה כי בשנת 2019 סדרת 100% נמכרת באותו מחיר שנמכרה סדרת ר.ט.ב. בשנת 2017. בשנת 2019, ממשיכה קנור להטעות את הצרכנים, ולגבות פרמייה באותו סדר גודל, עבור אותה הטעיה, רק עם אריזה חדשה.

מרק עוף אמיתי של קנור 400 גרם – השוואה מחירי 3 סדרות המוצרים שקלים

מחיר הבסיס	מחיר ר.ט.ב.	מחיר 100%	מסר:
לגיטימי	מטעה קודם	מטעה חדש	
13.99	22.74		2016
14.53	22.96		2017
15.46	21.67	24.07	2018
15.43	20.26	22.74	2019

4.6 סיכום אינדקציות

4.6.1 סיכום אינדקציות אבקות מרק

על סמך ניתוח מחירי אבקות המרק של אסם, אני מעריך את הערך של הכיתוב המטעה בכ- **24%** ממחיר המוצר ר.ט.ב. על סמך ניתוח מחירי אבקות המרק של קנור, אני מעריך את הערך של הכיתוב המטעה בכ- **30%** ממחיר המוצר ר.ט.ב.

אסם וקנור – טבלה מסמכת של פער בין מחירי צמדי מוצרים באריזת 400 גרם אחוזים

ממוצע	קנור – 4 צמדים				אסם – 2 צמדים			שנה
	מרק פטריות	מרק בצל	מרק בטעם עוף	מרק עוף אמיתי	מרק טעם עוף	מרק עוף אמיתי	מרק טעם עוף	
15%	16%	0%	22%	20%	18%	13%	24%	2010
24%	20%	21%	29%	28%	26%	15%	37%	2011
28%	19%	20%	37%	37%	25%	11%	40%	2012
36%	32%	33%	37%	41%	25%	25%	26%	2013
31%	22%	23%	33%	45%	25%	17%	33%	2014
29%	24%	20%	28%	43%	27%	20%	33%	2015
34%	34%	33%	29%	38%	26%	20%	33%	2016
33%	48%	18%	30%	37%	20%	10%	30%	2017
21%	0%	25%	31%	29%	18%	10%	25%	2018
14%	0%	0%	32%	24%	18%	12%	23%	2019
30%	26%	24%	32%	39%	24%	16%	31%	2012 עד 2018

4.6.2 סיכום אינדקציות שקדי מרק

על סמך ניתוח מחירי שקדי המרק במגוון מותגים, מתקבל כי הערך של הכיתוב המטעה הינו **27%** ממחיר המוצר ר.ט.ב. אם כי שיעור זה עשוי לכלול גם מרכיבים המיוחסים לערך המותג.

על סמך ניתוח מחירי שקדי המרק במגוון מותגים, בניטרול המוצרים של אסם, מתקבל כי הערך של הכיתוב המטעה, שאיננו יכול לכלול מרכיב עבור ערך המותג, הינו לפחות **15%** ממחיר המוצר ר.ט.ב.

4.6.3 סיכום כל האינדקציות

על פי שתי האינדקציות העיקריות, המבוססות על ניתוח מחירי אבקות המרק של אסם ושל קנור, הפער עומד על 30% ו- 24% בהתאמה, ובממוצע עומד על 27%.

מניתוח מחירי שקדי המרק התקבלו אינדקציות הנעות בטווח של 15% עד 27%, ומניתוח מחירי הקרוטונים התקבלו אינדקציות הנעות בטווח של 40% עד 80%.

התוצאה הממוצעת של מגוון אינדקציות מכל הקטגוריות עומדת על כ- 27%, והיא זהה לתוצאה שהתקבלה משתי האינדקציות העיקריות.

סיכום אינדקציות - הפער בין מחיר המוצר הנושא את הכיתוב ר.ט.ב לבין המוצר שאינו נושא אותו אחוזים מתוך מחיר ר.ט.ב

הפער באחוזים מתוך ר.ט.ב	
24%	אבקת מרק אסם, על סמך 2 צמדי מוצרים
30%	אבקת מרק קנור, על סמך 4 צמדי מוצרים
27%	ממוצע 2 אינדקציות אבקת מרק
27%	שקדי מרק ממגוון מותגים
15%	שקדי מרק ממגוון מותגים בניטרול אסם
24%	ממוצע 4 אינדקציות אבקת מרק ושקדי מרק
39%	קרוטונים 400 גרם
27%	ממוצע 5 אינדקציות, כולל קרוטונים

להערכתנו, ערכו של המסר הפרסומי המטעה נאמד בממוצע בשיעור של 27% מערכו של המוצר הנושא אותו. חוות דעת זו כוללת בחינת רגישות לאומדן זה בטווח של 24% עד 30%.

5. אומדן הנזק

5.1 הנזק לצרכן

נתבקשתי לאמוד את הנזק לשוק הקימעונאי ולשוק המוסדי. את הנזק שנגרם לשוק הקימעונאי ניתן לאמוד באמצעות המידע הקיים מסטורנקסט המסכם את סך המכירות של כל המוצרים לשוק הקימעונאי, על יד הכפלה של סך המכירות לצרכן, בשיעור של 27%.

את הנזק שנאמד לשוק המוסדי, היה ניתן לאמוד באופן דומה, אילו היה מידע לגבי סך המכירות של אסם וקנור לשוק זה – מידע שאיננו קיים ברשותי אך נמצא ברשות החברות עצמן.

הנזק לשוק הקימעונאי

מכירות מוצרי אסם בעלי המסר הפרסומי המטעה מסדרת **ר.ט.ב.**, הסתכמו בשנים 2012 עד 2018 בכ- 594 מיליוני שקלים. יש לאמוד את הנזק לצרכן בכ- 160 מיליוני שקלים לפני תוספת בגין ריבית. הנזק נאמד בטווח של 142 עד 178 מיליוני שקלים, זאת בהתאם לערכו של המסר הפרסומי המטעה במוצרי אסם.

מכירות המוצרי קנור בעלי הכיתוב המטעה המסר הפרסומי המטעה משתי הסדות: **ר.ט.ב.** ו- **100%**, הסתכמו בשנים 2012 עד 2018 בכ- 93 מיליוני שקלים. יש לאמוד את הנזק לצרכן בכ- 25 מיליוני שקלים לפני תוספת בגין ריבית. הנזק נאמד בטווח של 22 עד 28 מיליוני שקלים, זאת בהתאם לערכו של המסר הפרסומי המטעה במוצרי קנור.

אומדן הנזק לצרכני אסם וקנור עבור הכיתוב המטעה בשנים 2012 עד 2018
מיליוני שקלים

סה"כ	יונילור	אסם	אומדן ערך הכיתוב המטעה	
104	16	88		2012
101	16	85		2013
94	14	80		2014
93	12	81		2015
90	8	82		2016
94	9	85		2017
110	17	93		2018
686	93	594		סה"כ
165	22	142	24%	אומדן הנזק - רף תחתון
185	25	160	27%	אומדן הנזק הממוצע
206	28	178	30%	אומדן הנזק - רף עליון

כאמור, סכום זה איננו כולל את הנזק לשוק המוסדי.

5.2 אומדן הנזק המינימאלי לצרכן

כאמור בפרקים הקודמים, להערכתי ניתן לייחס באופן גורף לכיתוב המטעה "רכיבים טבעיים בלבד" ערך של כ- 24% עד 30% מערכו של המוצר. לצורך אומדן הנזק כמתואר לעיל, השתמשתי עבור כל המוצרים, מכל הקטגוריות בשיעור נזק אחיד, המתקבל ממגוון רחב של אינדיקציות.

לחילופין, בדקתי מהו הנזק המינימאלי שניתן לחשב עבור הצרכן, על סמך שיעור נזק מינימאלי שונה עבור מוצרי אבקת מרק, ועבור שקדי מרק וקרוטונים.

להערכתי, הנזק המינימאלי שניתן לייחס לכיתוב המטעה על גבי מוצרי אבקת מרק **הוא: 20%**, וזאת על סמך התוצאה המתקבלת מניתוח מחירי אבקות המרק של אסם של 24% - כשהיא מעוגלת כלפי מטה מטעמי שמרנות.

להערכתי, הנזק המינימאלי שניתן לייחס לכיתוב המטעה על גבי מוצרי שקדי המרק והקרוטונים **הוא: 15%**, וזאת על סמך התוצאה המתקבלת מניתוח מחירי שקדי המרק של מגוון מתחרים, בניטרול המחיר הגבוה של אסם, מחשש שהוא מושפע מערכו של המותג.

חישבתי את הנזק המינימאלי לצרכן, תוך הפרדה בין מוצרי אבקות המרק לבין מוצרי שקדי המרק והקרוטונים, ובהתבסס על השיעורים המתוארים לעיל של 20% ו- 15% בהתאמה.

אומדן הנזק המינימאלי לצרכני אסם וקנור עבור הכיתוב המטעה בשנים 2012 עד 2018
מיליוני שקלים

סה"כ	קנור	אסם				סה"כ
		אבקות מרק	קרוטונים	שקדי מרק	אבקות מרק	
17.7	3.2	14.5	6.6	2.6	5.2	2012
17.0	3.1	13.9	6.8	2.6	4.6	2013
16.0	2.9	13.1	6.6	2.2	4.4	2014
15.7	2.5	13.2	6.5	2.4	4.3	2015
14.9	1.7	13.3	6.8	2.4	4.1	2016
15.6	1.8	13.8	7.4	2.5	3.9	2017
18.4	3.4	15.0	8.1	2.6	4.3	2018
115.2	18.5	96.7	48.7	17.3	30.8	סה"כ

הנזק המינימאלי לצרכן נאמד בכ- 97 מיליוני שקלים עבור מוצרי אסם, ובכ- 18 מיליוני שקלים עבור מוצרי קנור, ובסך הכל כ- 115 מיליוני שקלים, לפני תוספת בגין ריבית, ולפני חישוב הנזק עבור השוק המוסדי.

5.3 הרווח העודף של אסם ויונילור

נתבקשתי לאמוד גם את הנזק לקימעונאי בגין אותה הטעייה. יובהר כי נזק זה נכלל באומדן הנזק לצרכן הסופי, אלא שהוא איננו כולל את המרווח הקימעונאי ושיעור המע"מ.

לפיכך, הנזק לקימעונאי, מוערך בגובה הנזק לצרכן, בניכוי התוספת בגין מע"מ ובניכוי המרווח הקימעונאי. לצורך אומדן זה השתמשתי בשיעור מע"מ ממוצע על פני השנים של כ- 17%, ובמרווח קימעונאי ממוצע בשיעור של כ- 30%.

כלומר, כדי לאמוד את הנזק לקימעונאי, יש לחלק את הנזק לצרכן במקדם השווה ל: $1.17 \times 1.30 = 1.52$.

אומדן הנזק לקימעונאי עבור הכיתוב המטעה בשנים 2012 עד 2018
מיליוני שקלים



סה"כ	יונילור	אסם	אומדן ערך הכיתוב המטעה	אומדן הנזק לקימעונאי
122	16	105	27%	

להערכתו, הנזק לקימעונאי בשנים 2012 עד 2018 מסתכם בכ- 105 מיליוני שקלים עבור מוצרי אסם, ובכ- 16 מיליוני שקלים עבור מוצרי קנור, לפני תוספות בגין ריבית.

לחילופין, הנזק המינימאלי, תוך שימוש באומדן ערך הכיתוב המטעה של 20% בלבד עבור אבקת מרק ו- 15% בלבד עבור שקדי מרק וקרוטונים כמתואר לעיל, מסתכם בכ- 64 מיליוני שקלים.


בברכה, ובכבוד רב
סלע קולקר

נספח א – מידע מרוכז אודות מוצרים המוזכרים בחוות הדעת

קבוצת כיתוב	בסיס	ר.ט.ב
שם	מרק עוף אמיתי	מרק עוף אמיתי
משווק	אסם	אסם
מקט	7290000070308	7290100685334
גודל אריזה (גרם)	400	400
תמונה		
כיתוב	ללא חומר משמר ללא צבע מאכל	רכיבים טבעיים בלבד ללא חומר משמר ללא צבע מאכל
רכיבים והבדלים	מלח עמילן סוכר מחזקי טעם (מונוסודיום גלוטמט, E635) אבקת סירופ תירס אבקת בשר ושומן עוף (6%) שמנים מהצומח ירקות מיובשים (בצל, סלרי, פטרזיליה) מיצוי תבלינים (סלרי, כורכום) פלפל שחור חומרי טעם וריח מעכב חמצון (תמצית רוזמרין)	מלח סוכר עמילן תמציות שמרים תבלינים אבקת סירופ תירס אבקת בשר ושומן עוף (6%) שמנים מהצומח תמציות תבלינים (מכילות סלרי) פטרזיליה מיובשת מעכב חמצון (תמצית רוזמרין)
מכירות ב- 2018 (אלפי יחידות)	644.83	281.29
מכר כספי ב- 2018 (מיליונים)	10.35	5.99
מחיר ממוצע לשנת 2018	16.05	21.30

קבוצת כיתוב	בסיס	ר.ט.ב
שם	מרק בטעם עוף זך	מרק בטעם עוף זך
משווק	אסם	אסם
מקט	7290100689301	7290100685341
גודל אריזה (גרם)	400	400
תמונה		
כיתוב	ללא חומר משמר ללא צבע מאכל	רכיבים טבעיים בלבד ללא חומר משמר ללא צבע מאכל
רכיבים והבדלים	מלח עמילן סוכר אבקת סירופ תירס מחזקי טעם (מונוסודיום גלוטמט, E635) שמנים מהצומח ירקות מיובשים (בצל, פטרוזיליה) חומר טעם וריח (מכיל סלרי) חומצת מאכל (חומצת לימון) פלפל שחור מיצוי כורכום מיצוי סלרי מעכב חמצון (תמצית רוזמרין)	מלח אבקת סירופ תירס עמילן סוכר תמצית שמרים שמנים מהצומח ירקות מיובשים (בצל, פטרוזיליה) תמציות תבלינים (מכילות סלרי) מעכב חמצון (תמצית רוזמרין)
מכר ב- 2018 (אלפי יחידות)	226.60	415.81
מכר כספי ב- 2018 (מיליונים)	3.19	6.54
מחיר ממוצע לשנת 2018	14.09	15.74

קבוצת כיתוב	בסיס	ר.ט.ב.	100%
שם	מרק עוף אמיתי	מרק עוף אמיתי	מרק עוף אמיתי
משווק	קנור	קנור	קנור
מקט	7290000112619	7290003807314	7290107645584
גודל אריזה (גרם)	400	400	400
תמונה			
כיתוב	ללא תוספת חומר משמר וצבעי מאכל	רכיבים טבעיים בלבד ללא תוספת מונוסודיום גולוטומט חומר משמר וצבעי מאכל	100% רכיבים טבעיים! ללא תוספת מונוסודיום גולוטומט ללא צבעי מאכל ללא תוספת חומר משמר
רכיבים והבדלים	מלטודקסטרין מלח מחזקי טעם (מונוסודיום גלוטומט, E635) סוכר עמילן תפוז"א אבקת בשר עוף (3.6%) שמן צמחי שמרים ירקות מיובשים (בצל, פטרזיליה) חומר טעם וריח (מכילים ביצים וסלרי) חומצת מאכל (חומצת לימון) תבלינים	המוצר לא קיים ברשתות השיווק	מלח עמילנים סוכר מלטודקסטרין שמרים אבקת בשר עוף (3.7%) ירקות מיובשים (בצל, פטרזיליה, סלרי, גזר) חומר טעם וריח (מכילים סויה) שמן צמחי תבלינים
מכר ב- 2018 (אלפי יחידות)	499.92	96.91	85.35
מכר כספי ב- 2018 (מיליונים)	7.73	2.10	2.05
מחיר ממוצע לשנת 2018	15.46	21.67	24.07

קבוצת כיתוב	בסיס	ר.ט.ב	100%
שם	מרק טעם עוף	מרק טעם עוף	מרק טעם עוף
משווק	קנור	קנור	קנור
מקט	7290003804344	7290100249390	7290107645591
גודל אריזה (גרם)	400	400	400
תמונה			
כיתוב	ללא תוספת חומר משמר וצבעי מאכל	רכיבים טבעיים בלבד ללא תוספת מונוסודיום גולוטמט חומר משמר וצבעי מאכל	100% רכיבים טבעיים! ללא תוספת מונוסודיום גולוטמט ללא צבעי מאכל ללא תוספת חומר משמר
רכיבים והבדלים	מלח סוכר מחזקי טעם (מונוסודיום גולוטמט, E631, E627) עמילנים (עמילן תירס, עמילן תפוז"א) מלטודקסטרין שמרים שמן צמחי חומר טעם וריח (מכילים ביצים, סלרי וסויה) ירקות מיובשים (בצל, פטרוזיליה, גזר) תבלינים		מלטודקסטרין מלח עמילנים סוכר שמרים חומר טעם וריח (מכילים סויה) ירקות מיובשים (בצל, סלרי, פטרוזיליה, גזר) שמן צמחי תבלינים
מכר ב- 2018 (אלפי יחידות)	122.5	100.12	116.42
מכר כספי ב- 2018 (מיליונים)	1.39	1.64	1.93
מחיר ממוצע לשנת 2018	11.33	16.42	16.58

קבוצת כיתוב	בסיס	ר.ט.ב	100%
שם	מרק בצל	מרק בצל	מרק בצל
משווק	קנור	קנור	קנור
מקט	7290003805402	7290100249406	7290107646062
גודל אריזה (גרם)	400	400	400
תמונה			
כיתוב	ללא תוספת חומר משמר וצבעי מאכל	רכיבים טבעיים בלבד ללא תוספת מונוסודיום גולוטמט חומר משמר וצבעי מאכל	100% רכיבים טבעיים! ללא תוספת מונוסודיום גולוטמט ללא צבעי מאכל ללא תוספת חומר משמר
רכיבים והבדלים	עמילן תפוז"א בצל מיובש (25%)(מכיל סולפיט) מלח מחזק טעם (מונוסודיום גולוטמט) סוכר שמן דקלים שמרים צבע מאכל (קרמל) חומר טעם וריח תבלינים	המוצר לא קיים ברשתות השיווק	ירקות מיובשים (בצל (26%), סלרי) עמילנים סוכר מלח מלטודקסטרין שמרים קמח חיטה (מכיל גלוטן) שמן צמחי סוכר שרוף תבלינים חומר טעם וריח
מכר ב- 2018 (אלפי יחידות)	45.17		91.24
מכר כספי ב- 2018 (מיליונים)	0.81		2.08
מחיר ממוצע לשנת 2018	17.98	23.90	22.82

קבוצת כיתוב	בסיס	ר.ט.ב.	100%
שם	מרק פטריות	מרק פטריות	מרק פטריות
משווק	קנור	קנור	קנור
מקט	7290003804351	7290100249413	7290107646055
גודל אריזה (גרם)	400	400	400
תמונה			
כיתוב	ללא תוספת חומר משמר וצבעי מאכל	רכיבים טבעיים בלבד ללא תוספת מונוסודיום גולוטומט חומר משמר וצבעי מאכל	100% רכיבים טבעיים! ללא תוספת מונוסודיום גולוטומט ללא צבעי מאכל ללא תוספת חומר משמר
רכיבים והבדלים		המוצר לא קיים ברשתות השיווק	קמח חיטה (מכיל גלוטן) מלטודקסטרין ירקות מיובשים (פטריות(8%), בצל, פטרזיליה) שמרים מלח סוכר עמילנים שמן צמחי חומר טעם וריח תבלינים סוכר שרוף
מכר ב- 2018 (אלפי יחידות)	48.21		77.26
מכר כספי ב- 2018 (מיליונים)	0.84		1.74
מחיר ממוצע לשנת 2018	17.34		22.56

100%	ל.מ.ג	ר.ט.ב	בסיס	קבוצת כיתוב
מרק פטריות	מרק פטריות	מרק פטריות עשיר עם שמנת	מרק עשיר פטריות	שם
קנור	קנור	קנור	קנור	משווק
7290112490742	7290100247785	7290100242896	7290000112510	מקט
104	83	83	83	גודל אריזה (גרם)
				תמונה
100% רכיבים טבעיים! ללא תוספת מונוסודיום גולוטמט ללא צבעי מאכל ללא תוספת חומר משמר	ללא תוספת מונוסודיום גולוטמט	רכיבים טבעיים בלבד ללא תוספת מונוסודיום גולוטמט חומר משמר וצבעי מאכל	ללא תוספת חומר משמר וצבעי מאכל	כיתוב
23.01	88.48		138.38	מכר ב- 2018 (אלפי יחידות)
0.23	0.78		1.23	מכר כספי ב- 2018 (מיליונים)
9.90	8.82		8.92	חחיר ממוצע לשנת 2018

קבוצת כיתוב	בסיס	ל.מ.ג	100%
שם	מרק עשיר ירקות	מרק עשיר ירקות עם דגנים	מרק ירקות עם בורגול
משווק	קנור	קנור	קנור
מקט	7290000112503	7290100245194	7290112490728
גודל אריזה (גרם)	61	80	8595
תמונה			
כיתוב	ללא תוספת חומר משמר וצבעי מאכל	רכיבים טבעיים בלבד ללא תוספת מונוסודיום גולוטומט חומר משמר וצבעי מאכל	100% רכיבים טבעיים! ללא תוספת מונוסודיום גולוטומט ללא צבעי מאכל ללא תוספת חומר משמר
מכר ב- 2018 (אלפי יחידות)	159.08		14.69
מכר כספי ב- 2018 (מיליונים)	1.42		0.15
מחיר ממוצע לשנת 2018	8.95		10.01

100%	ל.מ.ג	ר.ט.ב	בסיס	קבוצת כיתוב
מרק עגבניות עם פסטה	מרק עגבניות עם אורז	מרק עגבניות עשיר עם ירקות ואורז	מרק עשיר עגבניות	שם
קנור	קנור	קנור	קנור	משווק
7290112490735	7290100247761	7290100242889	7290000112763	מקט
105	105	115	123	גודל אריזה (גרם)
				תמונה
100% רכיבים טבעיים! ללא תוספת מונוסודיום גולוטומט ללא צבעי מאכל ללא תוספת חומר משמר	ללא תוספת מונוסודיום גלוטמט	רכיבים טבעיים בלבד ללא תוספת מונוסודיום גולוטומט חומר משמר וצבעי מאכל בעיים בלבד	ללא תוספת חומר משמר וצבעי מאכל	כיתוב
במועד חוות הדעת המוצר לא היה קיים ברשתות השיווק	במועד חוות הדעת המוצר לא היה קיים ברשתות השיווק	במועד חוות הדעת המוצר לא היה קיים ברשתות השיווק	במועד חוות הדעת המוצר לא היה קיים ברשתות השיווק	רכיבים והבדלים
18.31	75.53			מכר ב- 2018 (אלפי יחידות)
0.18	0.71			מכר כספי ב- 2018 (מיליונים)
9.85	9.40			מחיר ממוצע לשנת 2018

קבוצת כיתוב	בסיס	ל.מ.ג
שם	מרק עשיר תירס סיני	מרק תירס מוקרם
משווק	קנור	קנור
מקט	7290000112954	7290100247778
גודל אריזה (גרם)	65	79
תמונה		
כיתוב	ללא תוספת חומר משמר וצבעי מאכל	ללא תוספת מונוסודיום גלוטמט

נספח ב – אודות המומחה הכלכלי

סלע קולקר



בעל ניסיון של למעלה מ- 15 שנים בייעוץ כלכלי ופיננסי, ביצוע הערכות שווי, וכתיבת חוות דעת כלכליות, מתוכם כ- 10 שנים בתפקידים בכירים. בעל תואר שני **MBA** במנהל עסקים מאוניברסיטת תל אביב, עם התמחות במימון ותואר ראשון **BA** בכלכלה וניהול מאוניברסיטת תל אביב.

לסלע ניסיון עשיר בשוק ההון. סלע שימש במשך 3 שנים כסמנכ"ל שוק ההון של אמפא, וגייס מהשוק המוסדי כ- 700 מיליוני שקלים בכ- 10 סבבי גיוס, באמצעות אגרות חוב מגובות נכסים ומכשירים פיננסיים מגוונים.

שימש כשותף בפירמת ראיית החשבון בייקר טילי, הקים וניהל את חברת הייעוץ "בייקר טילי פיננסיים". בייקר טילי הינה אחת מ- 8 הפירמות הגדולות בישראל ואחת מ- 8 הפירמות הגדולות בעולם. בשנים אלו, חברת הדירוג BDI הגדירה את בייקר טילי כפירמת ראיית החשבון הצומחת ביותר בישראל.

החל משנת 2014 משמש כיועץ לחברות ציבוריות ופרטיות בתחומים של ליווי תהליכים עסקיים, כתיבה של חוות דעת כלכליות וחוות דעת מומחה לבית משפט, ביצוע הערכות שווי, לרבות הערכות שווי אופציות תוך שימוש במודלים כגון מודל בלק אנד שולס, מודל מרטון, מודל OPM, המודל הבינומי, וסימולציית מונטה קרלו.

שימש כמומחה כלכלי וכיועץ כלכלי עבור חברות רבות כגון: פועלים IBI, לאומי קארד, התעשייה האווירית, IDB, מפעלי מגנזיום ים המלח מקבוצת כיל, פלאזה סנטרס, קבוצת סבן, ההתאחדות לכדורגל, אזורים, אלמוגים, אמפא מליבו, ברנמילר אנרגיה, גלעם, גפן ביומד, בנק מרכנתיל, BRM ועוד.

לסלע ניסיון רב בכתיבת חוות דעת כלכליות במגוון תחומים, ניסיונו כולל כתיבה של חוות דעת מומחה כלכלי לבתי משפט בתחומים של הערכות שווי, אומדן נזקים, וחדלות פרעון.

לסלע התמחות ספציפית בתחום של הגבלים עסקיים. ניסיונו כולל בחינה של עשרות שווקים מענף המזון ומענפים נוספים, בהיבט של הגדרת השוק הרלבנטי, בחינת קיומו של מונופול, ניתוח מחיר מופרז, והיבטים כלכליים נוספים של הגבלים עסקיים. בין השאר, חוות דעת מומחה מטעמו צורפו לתביעות ייצוגיות ונגזרות שהוגשו נגד החברות: בזק, ארקיע, אל על, שותפות הגז רציו, שטראוס, קוקה קולה, מטרנה, סנפרוסט, סודות המזרח, ועוד. ניסיונו כולל בחינה של ענפים נוספים, מוצרים נוספים, ומתן ייעוץ ללקוחות פרטיים.