

25.44x34.59	2	עמוד 16	מגזין הערב	16/06/2010	גלובס -	23029034-3
יקב הרי גליל/כרמית אדנרייך דונית בדלר יקב הרי גליל - 84230						

"אנחנו כל הזמן עובדים בשביל התוצאה הסופית, שעדיין לא הגיעה"



"יקב הוא לא גוף כלכלי שמרוויח הרבה כסף". בדלר, מנכ"לית היקב (צילום: עומר שביטי"ח"צ)

תחרות קשה בשוק רווי, חוסר יכולת לשתף פעולה עם היצרניים המתחרים לבניית מותג ישראלי חזק, וצריכה מחדשת של הצרכנים המקומיים - מאלצים את יקב הרי גליל, עשור לאחר הקמתו, להמשיך לנוע במעלה ההר



עסק / ספיר פרץ

העסק: "יקב הרי גליל" בקיבוץ יראון בגליל העליון חוגג עשור להיווסדו. הרעיון להקים את היקב בקיבוץ בשותפות עם יקבי רמת הגולן, הכליח בראשונה במחם של שני חברי הקיבוץ: שוקי בוסידן (שכבר אינו חבר קיבוץ) ואמנון סודרי, אז מרכז המשק והיום יו"ר היקב.

"חשבנו שיכול להיות נחמד לפתוח פה יקב בוטיק, אבל אחרי בדיקת העלויות הבנו שיקב בוטיק טוב כתחביב בלבד; ואם רוצים להתפרנס, צריך ללכת על יקב רציני ובשביל זה צריך שותף אסטרטגי", אומר סודרי. לדבריו, נעשתה פנייה ליקבים סגל וברקן, ובסופו של דבר, בשנת 1999, נחתם מזכר הבנות עם יקבי רמת הגולן. "יקבי רמת הגולן אומנם בעלי השליטה (מחזיקים 66%), אך קיבוץ יראון (שמחזיק 33%) שווה זכויות חתימה - כדי שכולם ירגישו טוב". הכרמים הראשונים ניטעו בקיבוצים יראון, מלכיה, יפתח, משגב, מגרה ובמושב מירון; ומשתרעים כיום על פני 1,100 דונם. לדברי סודרי, את היין הראשון הפיקו בשנת 2000 ביקבי רמת הגולן, כי המבנה של היקב ביראון לא היה מוכן. "היו קצת קשיים באישרים ובכנייה, אבל בשנת 2002 עברנו לייצר במבנה החדש ביראון, שהוקם בהשקעה של כ-30 מיליון שקל". כיום מיוצרים ביקב כמיליון בקבוקים בשנה ו"השאיפה היא", לדברי מנכ"לית היקב, רונית בדלר, "להגיע בתוך ארבע שנים ל-1.7 מיליון בקבוקים". וסודרי מוסיף, "לא חשבנו שנגיע לזה. הלך לנו טוב. היין טוב והתקבל מהר בשוק. יקב הוא לא גוף כלכלי שמרוויח הרבה כסף, אבל בהחלט עושה תשואות סבירות. אנחנו מרוצים. הבטחת לחברי קיבוץ יראון, שאם זה לא ילך הם ישתו הרבה יין. זה הלך והם עדיין שותים הרבה יין. רמת צריכת היין בקיבוץ עלתה משמעותית".

פריצה עסקית: בדלר: "בלי הרבה דרמות, מה שמאפיין את ההתפתחות של היקב היא צמיחה מתמדת, לצד פריצות קטנות ורגעים מרגשים כמו השקת יין הדגל 'יראון' מבציר 2000, פתיחת מרכז המבקרים בשנת 2003, זכייה בתחרויות בארץ ובחו"ל, חדירה לשווקים בחו"ל משנת 2004 וחגיגות שנת העשור בשנת 2010".

הקושי: "מיום הקמתו היקב נמצא בצמיחה, בנטיעות, בהשקעות, בהגדלת מלאי ובהיערכות לגידול בייצור ובשיווק בעתיד. התנועיות המתמדת גורמת לכך שאין לנו שנה מייצגת. אנחנו כל הזמן עובדים בשביל התוצאה הסופית שעוד לא הגיעה. כל הזמן במעלה ההר. זה קושי ניהולי, אבל זו גם הזדמנות גדולה מאוד".

טריק שיווקי: "הטריק הוא להימנע מטריקים. לא לבצע פעילויות שאינן משקפות את ערכי היקב, אלא להיות נאמנים לאמת שלנו ולהביא לידי ביטוי בפעולות השיווק את האיות, את היתרון היחסי ואת האותנטיות - ללא קישוטי סרק וגימיקים. לאורך זמן זה עובד".

המתחרים: "שוק היין בארץ רווי יינות והתחרות קשה. הכיוון הכללי שבו פועלים מרבית יצרני היין בארץ - מעבר לנטיעות באזורי גידול איכותיים יותר ולהגדלה של ייצור יינות איכות - הוא נכון, אך התוצאה הסופית משתנה מיקב ליקב. לצערי, אין עדיין שיתוף פעולה משמעותי בין היקבים, הן בפעילות המקומית להגדלת צריכת היין והן בפעילות בחו"ל לבניית מותג ישראלי חזק, בעיקר בגלל ניגודי אינטרסים וגורמים מוסדיים כמו 'מועצת גפן היין' ו'מכון היין', שלא מסוגלים לעודד ולתקצב שיתופי פעולה כאלה".

הלקוח הישראלי: "תרבות היין התפתחה בעשור האחרון בישראל, אם כי צריכת היין עדיין מחדשת סביב 7-6 ליטר לנפש בשנה ואיננה תואמת את קצב ייצור היין בארץ. אנחנו אומנם עדים לצרכני יין מתוחכמים יותר, אניני טעם ומחפשי ריגושים וחדשנות, אך מרבית צרכני היין

לא מייחסים חשיבות רבה לאיכות היין ועדיין מחפשים את היין הזול".

מצב כלכלי במשק: "תחום היין הוא בין הראשונים להיפגע מהקטנת סל הצריכה בתקופה של איזודאות כלכלית. עם זאת, בתקופה כזאת מרגישים את היתרון שיש ליינות שנותנים תמורה טובה למחיר. היינות שלנו נמכרים ב-99 שקל לבקבוק. בשנת 2009 המיתון שחק לנו את הרווחיות. השנה אנחנו עדיין לא יכולים להצביע על היפור מגמה, אם כי ביצוא שלנו (20% מסך המכירות לארה"ב, קנדה, צרפת, איטליה, שוויץ, גרמניה ופולין) חלה מתחילת השנה עלייה של 50%, לעומת ירידה של 20% בשנת 2009 כולה. אנחנו מקווים שזה מסמן את תחילתה של תקופה טובה יותר".

העתיד: "במהלך השנה אנחנו מתכוונים להמשיך וליישם את תוכנית הפיתוח בה התחלנו בשנת 2008, הכוללת נטיעת כרמים חדשים, הרחבת אולם הייצור והגדלת מצבת כוח האדם. התוכנית תביא את היקב לייצור של 1.7 מיליון בקבוקים תוך ארבע שנים".

מה למדנו בדרך: "שאפשר לחלום, להאמין, ואם נאורים בסבלנות, אפשר להצליח גם בלי להשתכר מהיין".



- פעילות: ייצור ושיווק יין
- שנת הקמה: 2000
- בעלים: יקבי רמת הגולן (66%) וקיבוץ יראון (33%)
- מס' עובדים: 20
- מחזור שנתי: כ-20 מיליון שקל