

דצמבר 2020

TASC Insights

חלבונים להמונים

מהפכת החלבון האלטרנטיבי וההזדמנויות בשוק הישראלי



חלבון אלטרנטיבי הוא מונח המייצג מוצרי מזון תחליפיים למזון מהחי, המיוצרים במגוון טכנולוגיות מתקדמות

בשנה האחרונה אנו עדים לעליה חדה בהופעתם של מוצרים המהווים תחליף לבשר ולמוצרים מן החי. בין אם עורכים קניות בסופר, אוכלים במסעדות או צופים בפרסומות בטלוויזיה, חברות כמו Beyond meat ו- Impossible foods מתחילות לתפוס חלק נכבד במקרר, בצלחת ובתודעה של צרכנים רבים.

חלבון אלטרנטיבי מתאר מוצרים אשר מקורם אלטרנטיבי לעולם החי. ישנן שלוש טכנולוגיות מרכזיות להפקת חלבונים אלטרנטיביים:

שיטות להפקת חלבון אלטרנטיבי

חלבון ממקור צמחי- הפקת חלבון ממקורות צמחיים כגון: אפונה, סויה, עדשים ועוד, תוך שימוש בטכנולוגיות מתקדמות לצורך דימוי הטעם והמרקם של בשר מן החי



בשר מתורבת- גידול בשר במעבדה. כחלק מהייצור נדגמים מספר תאים מבעל חיים ואלה גדלים במכשור מיוחד המדמה את התנאים שקיימים בגופם של בעלי חיים (ביוריאקטור)



פרמנטציה (תסיסה)- חלבונים המיוצרים בהתססה, בדומה לדרך שבה מייצרים בירה ויוגורט. התהליך כולל דגימת תאים מגוף בעל החיים ושימוש בשמרים לצורך ייצור החלבונים

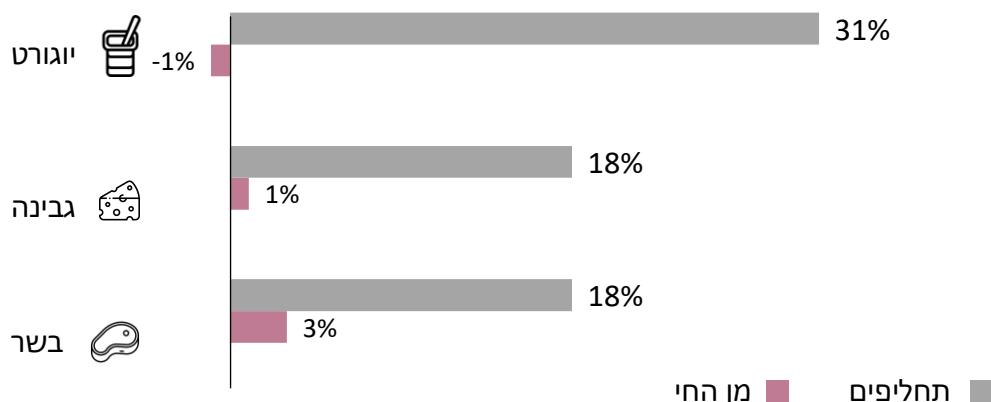


כיום, מרבית מוצרי החלבון האלטרנטיבי המוכרים לצרכנים מבוססים על מקורות צמחיים, ומקצתם עושים שימוש בפרמנטציה



שוק החלבונים האלטרנטיביים מתפתח במהירות בשנים האחרונות, זאת הודות לעליה בביקוש העולמי לתחליפי בשר, חלב, ביצים ודגים

השוואת גידול במכירות תחליפי חלבון למול מוצרים מן החי בארה"ב, 2019



העלייה בביקוש למוצרי חלבון אלטרנטיבי נובעת הן משינויי התנהגות של קהלי היעד הרלוונטיים והן משינויים סביבתיים באקו-סיסטם הגלובלי

סיבות לעלייה בביקושים

Flexitarians - "מפחיתנים" הם אנשים הבוחרים להפחית את צריכת הבשר שלהם ממגוון סיבות: בריאותיות, סביבתיות ואתיות. קבוצה זו מהווה **כשליש** מאוכלוסיית הצרכנים המערביים ואלו דוחפים את הביקוש למוצרי חלבון אלטרנטיבי המדמים חלבון מן החי



מודעות סביבתית – לפי ארגון The Good Food Institute, **50%** מהצרכנים בעולם המערבי מעידים כי מודעות סביבתית משפיעה על בחירותיהם במוצרי מזון. כך, שיקולים בדבר חוסר היעילות של תעשיית המזון מן החי גורמים לעלייה בצריכת תחליפי בשר, ביצים וחלב, הנחשבים יעילים סביבתית



וירוס הקורונה – וירוס הקורונה, אשר השפיע רבות על חיינו, הביא לעלייה בצריכת חלבונים אלטרנטיביים במקומות שונים בעולם. כך, בשל בעיות תברואתיות במפעלי בשר בארה"ב, שרשרת אספקת הבשר נפגעה, וצרכנים רבים עברו לצרוך חלבונים אלטרנטיביים כתחליף (זמני או קבוע) לבשר



הודות לעליה בביקוש למוצרי חלבון אלטרנטיבי, חברות בתחום נהנות מצמיחה מואצת וביצועים פיננסיים מעולים:

חברות בולטות בתחום

חברת Beyond meat, המייצרת תחליפי בשר על בסיס חלבון אפונה, הונפקה במאי 2019 לפי שווי של כ-1.5 מיליארד דולר, והיום* שווה כ-9 מיליארד דולר. מכירותיה עומדות על כ-400 מיליון דולר בשנה, המייצגים עלייה שנתית במכירות של 140%



חברת Impossible foods מייצרת, בין היתר, את ה- Impossible whopper עבור ענקית ההמבורגרים האמריקאית "בורגר קינג". מוצר זה, המבוסס על חלבון סויה, מופץ במעל ל-7,000 מסניפי הרשת בארה"ב. שווייה של החברה מוערך במעל 2 מיליארד דולר, וסך גיוסי ההון שלה עומד על כ-1.5 מיליארד דולר



הצמיחה הגדולה בביקוש לחלבונים מביאה מדינות רבות לקדם את התחום ולפעול למימוש הפוטנציאל שלו במדינה:



ארה"ב

השקעה של מיליוני דולרים במחקר בשר מתורבת והבניית מסלול רגולטורי לאישורו



האיחוד האירופי

מיצוב החלבון האלטרנטיבי כתחום ראשי למימון בתכניות פוד-טק



מדינת ישראל מתמקדת בעולמות המחקר והיזמות. בימים אלו, רשות החדשנות בוחנת הקמת קונסורציום בשר מתורבת בהשקעה של 50 מיליון ש"ח



סינגפור

עתידה להיות המדינה הראשונה שתאשר מכירת בשר מתורבת



הודו

הקמת מכון מו"פ בתחום הבשר המתורבת, בשיתוף ארגון GFI

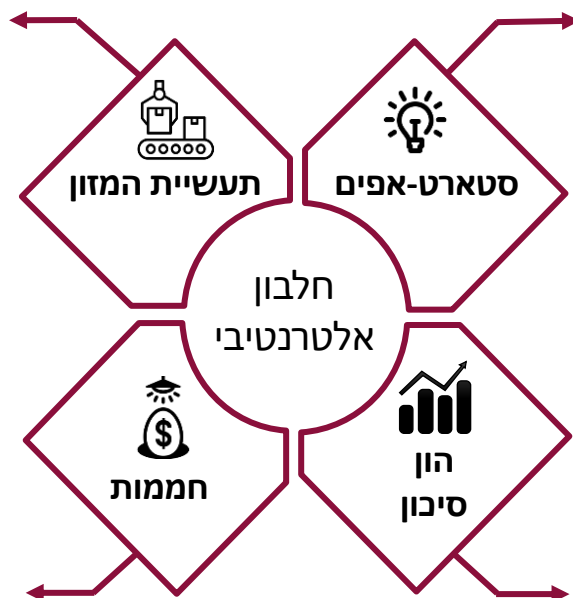


העלייה בביקוש לחלבונים אלטרנטיביים הביאה שחקנים מרחבי האקו-סיסטם הישראלי לקחת חלק בשוק זה:

בישראל פועלים עשרות סטארט-אפים בתחום החלבון האלטרנטיבי וישראל נחשבת לפורצת דרך בעיקר בתחום הבשר המתורבת



חברות חלבון אלטרנטיבי ישראליות גייסו מקרנות פרטיות, מרשות החדשנות ומהבורסה בתל אביב מעל 300 מיליון דולר עד כה



תאגידי המזון תומכים בתחום על ידי עידוד חדשנות, יצירת שיתופי פעולה עם סטארט-אפים והאקדמיה והשקה של מוצרי חלבון אלטרנטיבי



בישראל פועלות שתי חממות בתחום הפוד-טק והחלבון האלטרנטיבי, בהן משתתפים כ-15 סטארט-אפים



תחום החלבון האלטרנטיבי מתפתח במהרה וטומן בחובו הזדמנויות כלכליות רבות למגוון שחקנים בשוק המקומי והבינלאומי

אם כן, מה עוצר בעד השחקנים הישראליים לממש את הפוטנציאל האדיר של השוק?



איתרנו מספר חסמים בתחום החלבונים האלטרנטיביים בישראל:

מחקר ופיתוח

1 אין מספיק מחקר אקדמי – יישומי בתחום החלבון האלטרנטיבי

1

גורם בכיר בתעשיית
המזון הישראלית

“חוקרים מסיטים את המחקר שלהם מתחום החלבון
האלטרנטיבי כי הם יודעים שלא יקבלו מימון עבורו”

תהליך הייצור

2 חברות צעירות בתחום מתקשות לעבור משלב הפיתוח לשלב הייצור הראשוני

2

מנהלת בחברה ישראלית
לחלבון אלטרנטיבי

“לא מצאנו בישראל אף מקום עם הציוד הנדרש,
ולכן נאלצנו לעבור לייצר בחו"ל”

שיווק והפצה

3 הרגולציה בתחום החלבון האלטרנטיבי לא מספיק גמישה וברורה לשם ייצור מקומי

3

מנהל בחברה ישראלית
לבשר מתורבת

“אם מדינות אחרות יקדימו את ישראל מבחינה
רגולטורית, הייצור יעבור אליהן”

ארגון The Good Food Institute, גוף המחקר המוביל בעולם בתחום החלבון האלטרנטיבי, עוזר לשחקנים בתחום להתגבר על החסמים הקיימים בישראל. בעקבות עבודה משותפת עם חברת TASC מופו החסמים והוצעו דרכים להתמודד עמם

פירות העבודה המשותפת הפכו להצעה לתכנית לאומית לקידום תחום החלבון האלטרנטיבי. התכנית נבחנת בימים אלו על ידי משרד רה"מ, תוך שיתוף פעולה עם רשות החדשנות ומשרדים מובילים נוספים.



חברות מזון ושחקנים נוספים ב-Ecosystem הישראלי המעוניינים לחזק את מעמדם בשוק החלבון האלטרנטיבי, נדרשים לתת את הדעת למספר נקודות:

- זיהוי סגמנטים באוכלוסייה המובילים את הביקוש לחלבון אלטרנטיבי, וזיהוי מגמות צרכניות ובריאותיות המשפיעות על קהלי היעד
- אפיון אוכלוסיית היעד בהיבט העדפות צרכניות, Willingness to pay, ערוצי הפצה וכו'

מיהם קהלי היעד הרלוונטיים?



People

- ביסוס ערוצי הפצה המתאימים לסגמנטים באוכלוסייה שזוהו, בהתבסס על הערוצים הקיימים וערוצים חדשים במידת הצורך
- יצירת שיתופי פעולה עם גורמים נוספים ב-Ecosystem בתחום הטבעונות, צמחונות, בריאות וכו'
- גיבוש זהות מותגית מובחנת המזוהה עם מגמות צרכניות מובילות, כגון: קידום אורח חיים בריא, ספורטיביות, עידוד קיימות ועוד

מהם ערוצי ההפצה האופטימליים ותחת איזה מיתוג?



Distribution Brand

- הגדרת פורטפוליו מוצרים המתאים לקהלי היעד, כולל התייחסות למוצרים מוכנים לאכילה ו"חומרי גלם" להכנה עצמאית, מוצרים עם רמות חלבון שונות (למשל, לצורך הכוונה לקהל יעד ספורטיבי) וכו'
- גיבוש אסטרטגיית מו"פ תוך שיתוף פעולה עם גורמים ב-Ecosystem, לצורך:
 - גישור על פערים טכנולוגיים בתהליך הייצור וההפצה בהווה
 - הטמעת מוצרים עתידיים בטכנולוגיות חלבון שנמצאות בפיתוח
 - ייבוא ושת"פ עם גורמים בינ"ל

כיצד יראה פורטפוליו המוצרים והאם קיימים פערים ביכולת הייצור?



Product



חברת הייעוץ TASC הנה בעלת ידע מקיף בתחום ותשמח לסייע לשחקנים
רלוונטיים להתקדם לעבר הובלה בשוק החלבון האלטרנטיבי

אילן שחורי- מנכ"ל חברת TASC ומוביל תחום מוצרי הצריכה
Ilan.Schory@tasc-consulting.com



אלון פרמינגר- מנהל בתחום מוצרי הצריכה
Alon.Preminger@tasc-consulting.com

