**טופס בקשה ייעודי גרסה 2018/2**

**טופס זה משמש להגשת בקשות במסגרת מסלול משנה א' - מופ"ת - מחקר ופיתוח בתעשיית הייצור של מסלול הטבה מס' 36 ולבקשות במסגרת תת-מסלול חברות תעשייתיות במסלול משנה א' מסלול לתמיכה משותפת עם משרד הבריאות ומטה המיזם הלאומי ישראל דיגיטלית במשרד לשוויון חברתי של מסלול הטבה מס' 2**



|  |
| --- |
| **חברת תעשיית ייצור:** תאגיד תעשייתי אשר התאגד במדינת ישראל ואשר עונה על אחד מבין שני התנאים הבאים:  א. מרבית הכנסתו נבעה מייצור מוצרים בענפי **הטכנולוגיה המסורתית** או בענפי **הטכנולוגיה המעורבת-מסורתית**.  ב. מרבית הכנסתו נבעה מייצור תעשייתי של מוצרים בענפי **הטכנולוגיה המעורבת-עילית** והעונה על 2 התנאים הבאים במצטבר:  1) מספר עובדי הייצור בו הינו לפחות 30% מכלל העובדים, אך לא פחות מ-3 עובדים.  2) מספר עובדי המו"פ בו הינו לכל היותר 10% מכלל העובדים, אך לא יותר מ-25 עובדים  **חברת תעשיית ייצור עילית:** תאגיד תעשייתי אשר התאגד במדינת ישראל ואשר מרבית הכנסתו נבעה מייצור תעשייתי של מוצרים בענפי **הטכנולוגיה העילית** והעונה על 2 התנאים הבאים במצטבר:  1) מספר עובדי הייצור בו הינו לפחות 30% מכלל העובדים, אך לא פחות מ-3 עובדים.  2) מספר עובדי המו"פ בו הינו לכל היותר 10% מכלל העובדים, אך לא יותר מ-25 עובדים |

**יש להגביל את היקפו של טופס בקשה זה ל- 25 עמודים לכל היותר**

**יש להשתמש בגרסה העדכנית של טופס הבקשה. להורדת הגרסה העדכנית מאתר רשות החדשנות [לחץ](https://innovationisrael.org.il/program/3204)** **[כ](https://innovationisrael.org.il/program/3204)****[אן](https://innovationisrael.org.il/program/3204)**

**לצפייה בנוהל והנחיות להגשת בקשה לתמיכה בתכנית מו"פ [לח](http://www.innovationisrael.org.il/rules/2950" \o "הגשת הבקשה - נוהל 02 - 200)****[ץ](http://www.innovationisrael.org.il/rules/2950" \o "הגשת הבקשה - נוהל 02 - 200)** **[כאן](http://www.innovationisrael.org.il/rules/2950" \o "הגשת הבקשה - נוהל 02 - 200)**

**[קו תחתון](#קו_תחתון" \o "להצגת בועית הצב את הסמן על הטקסט המסומן בקו תחתון) מתחת לטקסט בצבע כחול, משמש להצגת בועית הכוללת הסברים ו/או הנחיות למילוי ו/או לציון קישור**

**כל השדות במסמך הבקשה הינם חובה, היכן שלא רלוונטי ציין "לא רלוונטי"**

|  |  |
| --- | --- |
| **[מועד הגשת הבקשה](#מועד_הגשת_הבקשה" \o "מועד הגשת הבקשה הוא מועד הגשת הבקשה באתר לשכת המדען)** | 30.10.2018 |

1. **פרטי התאגיד מגיש הבקשה**

|  |  |
| --- | --- |
| **חטיפי הכפר בע"מ** | **שם התאגיד (בעברית):** |
|  | **מפעל/חטיבה של התאגיד:** |
| **תעשיית ייצור** | **תחום פעילות התאגיד**  **(יש לבחור – תאגיד "תעשיית ייצור"/ תאגיד "תעשיית ייצור עילית" ע"פ ההגדרה במסלול ההטבה- 36 א'):** |

1. **הבקשה והתכנית**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | **הבקשה מוגשת במסגרת תכנית שת"פ בין לאומי עם:** | | | | |
| **פיתוח חטיפי "צ'יפס" עתירים בחלבון ומופחתי פחמימות ושומן** | | | | | **[נוש](http://www.economy.gov.il/Legislation/Procedures/Pages/chiefScientistDefinitions.aspx" \o "עד 10 מילים. לחץ להגדרת המונח תכנית)****[א התכ](http://www.economy.gov.il/Legislation/Procedures/Pages/chiefScientistDefinitions.aspx" \o "עד 10 מילים. לחץ להגדרת המונח תכנית)****[נית](http://www.economy.gov.il/Legislation/Procedures/Pages/chiefScientistDefinitions.aspx" \o "עד 10 מילים. לחץ להגדרת המונח תכנית)** | |
| התכנית מיועדת לפיתוח חטיפים מלוחים בסגנון "ציפס" בעלי תכולת חלבון של לפחות 50%, עד 30% פחמימות, סיבים תזונתיים ופחות מ 15% שומן. החטיפים יהיו אפויים, ללא טיגון ויכילו מרכיבים ללא גלוטן. | | | | | **תיאור התכנית (עד 3 שורות)** | |
| **לגבי [תיק המשך](http://www.economy.gov.il/Legislation/Procedures/Pages/chiefScientistDefinitions.aspx" \o "לחץ להגדרת המונח תיק המשך) רשום את מספרי התיקים הקודמים האחרונים בתכנית:** | **תקופת התיק** | | | **שנת [ה](http://www.economy.gov.il/Legislation/Procedures/Pages/chiefScientistDefinitions.aspx" \o "לחץ להגדרת המונח תיק)****[תיק](http://www.economy.gov.il/Legislation/Procedures/Pages/chiefScientistDefinitions.aspx" \o "לחץ להגדרת המונח תיק) מתוך שנות התכנית** | | **המספר הכולל של שנות התכנית** |
| **מועד סיום DD/MM/YY))** | | **מועד התחלה DD/MM/YY))** |
|  | 31/09/19 | | 01/10/18 | 1 | | 1 |

1. **[תקציב התכנית (באלפי ₪)](http://www.economy.gov.il/Users/yishai.THEMIR/Google%20Drive/המדען%20הראשי/Dictionry.htm)**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **ההשקעה הנוספת העצמית בתכנית** | **סה"כ תקציב התכנית** | **תקציב חזוי לתיקי המשך בתכנית** | **תקציב מבוקש בתיק** | **תקציב מנוצל מצטבר**  **בתיקים קודמים בתכנית** |
| 980 | 1,112 |  | 1,112 |  |

1. **[אנשי מפתח בתכנית](http://www.economy.gov.il/Users/yishai.THEMIR/Google%20Drive/המדען%20הראשי/Dictionry.htm)**

**שים לב! לגבי תאגיד גדול, פרטי בעלי התפקידים יכולים להתייחס למפעל או לחטיבה מגישי הבקשה**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **כתובת דוא"ל (Email)** | **טלפון נייד** | **טלפון** | **שם מלא** | **תפקיד** |
| eitan@hatifey.co.il | 059-6752324 | - | איתן גלילי | **מנכ"ל** |
| golan@hatifey.co.il | 059-6752423 | - | גולן גולני | **מנהל המו"פ** |
| itamar@hatifiey.co.il | 059-6751213 | - | איתמר גלבוע | **מנהל תפעול** |
| ma’ayan@hatifey.co.il | 059-6751312 | - | מעיין חרמון | **מנהלת שיווק** |
| imman@hatifey.co.il | 059-6751415 | - | אימאן ג'אברין | **מנהלת כספים** |

1. **סיכום מנהלים (מומלץ בשפה העברית)**

**שים לב! במילוי סעיפים 5.1 ו-5.2 אין לחרוג מ- 15 שורות לכל סעיף (סעיפים אלה - עד 15 שורות כל אחד - יועתקו ע"י הבודק/ת המקצועי/ת כלשונם לחוות הדעת ויוצגו בפני חברי ועדת המחקר).**

|  |
| --- |
| **5.1 סכם את המוצרים, הטכנולוגיה והמו"פ (מקס' 15 שורות). יש להתייחס לנושאים הבאים:**  [1] המוצרים; [2] הטכנולוגיה; [3] החדשנות ([טכנ](#האלטרנטיביים" \o "חדשנות הגלומה בטכנלוגיות המפותחות במסגרת התכנית)[ולו](#האלטרנטיביים" \o "חדשנות הגלומה בטכנלוגיות המפותחות במסגרת התכנית)[גי](#האלטרנטיביים" \o "חדשנות הגלומה בטכנלוגיות המפותחות במסגרת התכנית)[ת](#האלטרנטיביים" \o "חדשנות הגלומה בטכנלוגיות המפותחות במסגרת התכנית) ו/או [פונקציונאלית](#האלטרנטיביים" \o "חדשנות הנובעת ממאפייני המוצר)); [4] עיקרי תכולת הפיתוח; [5] ההישגים והתוצרים בתום תקופת התיק; [5] קניין רוחני |

**החברה תפתח חטיפי צ'יפס בעלי איכות תזונתית גבוהה: לפחות 50% חלבון צמחי, עד 30% פחמימות, סיבים תזונתיים ופחות מ 15% שומן. החטיפים יהיו אפויים, ללא טיגון ויכילו מרכיבים ללא גלוטן. הטכנולוגיה תתבסס על פורמולציה ייחודית של רכיבים, ייצור באקסטרוזיה ואפייה מבוקרת בתנור רציף. חטיפים אלו מגלמים חדשנות פונקציונאלית (מוצרית) גבוהה ביחס למוצרי החברה הקיימים ופיתוחם כרוך באתגרים טכנולוגים משמעותיים הנובעים מעצם ההרכב התזונתי שלהם ביחס ליכולת לקבל מוצר סופי אשר יוכל להתחרות בטעם ובמרקם עם המטוגנים, עתירי הפחמימות והשומן. בפיתוח גלומה גם חדשנות טכנולוגית (תהליכית) במעבר לשימוש בטכנולוגיית אקסטרוזיה, ביחס למערבלים והמטגנות הקיימות, בשילוב מערכות בקרה מודרניות ובמעבר לייצור בקו רציף. שלבי הפיתוח העיקריים כוללים: א) ניסויים בקנה מידה מעבדתי לפיתוח המתכון הבסיסי, ב) בחינת המתכון והתנהגותו על ציוד חצי חרושתי המדמה תהליך ייצור מסחרי, ג) מבחני טעימה חיצוניים, בדיקות מעבדה חיצוניות, ג) ניסויים בהתאמת סוג האריזה והרכב הגזים באריזה. בתום תקופת המו"פ לחברה יהיה את הידע לייצור חטיפים מלוחים עתירי חלבון בעלי התקבלות טעם וריח גבוהה (ארבעה טעמים בסיסיים), בכוונת החברה לרכוש את ציוד הייצור הנדרש ע"פ הנתונים שיאספו במהלך הפיתוח ולבסוף לשדרג את בסיס התקנים של החברה לקבלת GMP ממשרד הבריאות והטמעת התקן ISO 22000 (מערכת לניהול איכות ובטיחות מזון). החברה בוחנת את האפשרות לרישום מקדמי (פרוביז'ינאל) של המתכון וחלק מהטכנולוגיה על מנת להגן על הקניין הרוחני.**

|  |
| --- |
| **5.2 סכם את השוק הרלוונטי, ההזדמנות העסקית וההיערכות השיווקית (מקס' 15 שורות). יש להתייחס לנושאים הבאים:**  [1] השוק הרלוונטי ומגמותיו; [2] הפוטנציאל העסקי; [3] המודל העסקי; [4] תחזית המכירות; [5] מתחרים עיקריים |

**בשנים האחרונות צרכנים הופכים יותר ויותר מודעים למזונות אותם הם צורכים והופכים להיות קשובים לגוף שלהם ולצרכיו. בהקשר זה, אחת הקטגוריות המושמצות ביותר בענף המזון הינה החטיפים המלוחים, בהיותם עתירי קלוריות, שומן ונתרן ובראיית הציבור ריקים מערך תזונתי. חברת חטיפי הכפר הפועלת בקטגוריה זו שנים רבות מזהה את המגמה ואת ההזדמנות אשר לצידה, לפתח סדרת חטיפים אשר תשקף בריאות וערכים תזונתיים איכותיים, לצד היותם טעימים ומגרים ביותר וכערך מוסף נוסף – ללא גלוטן. קהל היעד המיידי הינו ילדים ובני נוער באמצעות המודעות של הוריהם בישראל ובהמשך כמוצרים לייצוא. השוק הרלוונטי לחטיפים מלוחים בארץ ובעיקר מחוצה לה עצום בגודלו וצמא לפתרונות אשר יאפשרו להנות מטעימותם הרבה וללא רגשות אשם בהיבטי התזונה והבריאות. בשוק המקומי, בכוונת חטיפי הכפר להמשיך למכור גם את החטיפים החדשים כמותגים פרטיים של רשתות השיווק הגדולות,הנמנות כיום על לקוחותיה. להערכתנו בידול המוצר באמצעות ערכיו התזונתיים יאפשר למכור את החטיפים במחיר גבוה יותר לצרכן ולהשיג עליו שולי רווח גבוהים משמעותית ביחס לחטיפים הסטנדרטיים. החברה מעריכה גידול של כ 1 מש"ח במחזור המכירות בשנה 1 ולפחות 10 מש"ח החל משנה 5 בשוק המקומי ולפחות 5 מליון $ בשנה 5 והלאה בשוק מחוץ לישראל. זאת לצד שיפור הרווח התפעולי של החברה בשל ההתיעלות התפעולית שתושג בייצור מוצרים אלו. הקניין הרוחני למוצר יהיה בבעלות בלעדית של החברה ויאפשר לה להציע לצרכנים בארץ אלטרנטיבה חדשה ולפתוח לעצמה שווקים בחו"ל. מתחרים עיקריים בארץ – חטיפי קראוס, נשנושי בושם. ובשווקי הייצוא – מתחרים רבים, אולם אין כמעט בנמצא חטיפים המשלבים את מכלול התכונות שיוקנו למוצר.**

1. **[תכנית במסגרת שת"פ בין לאומי או עם תאגיד רב-לאומי](http://www.economy.gov.il/Users/yishai.THEMIR/Google Drive/המדען הראשי/Dictionry.htm)**

**שים לב! בבקשה לתכנית ללא שת"פ, עבור לסעיף 7 - סטאטוס התכנית**

**שים לב! בבקשה לתכנית במסגרת שת"פ****בין** **לאומי או עם תאגיד רב-לא****ומי, יש לצרף לקבצי הבקשה המוגשים גם מסמך חתום של הבקשה המשותפת וכן הסכם או MOU בין השותפים**

|  |
| --- |
| **6.1 פרט את הנושאים הבאים (היכן שרלוונטי) לגבי לכל אחד מהשותפים הזרים:**  [1] התועלת מהשת"פ למשתתפים העיקריים, בדגש על התועלת לתאגיד מגישת הבקשה; [2] הסדר הבעלות ב-IP של תוצרי התכנית; [3] חלוקת הייצור, השיווק והמכירה של תוצרי התכנית בין השותפים; [4] הסטאטוס החוזי בין השותפים |

**לא ישים**

|  |
| --- |
| **6.2 טבלת פרטי השותפים העיקריים**  **יש למלא את הטבלה ש[בנספח ה](#נספח_השותפים" \o "לחץ למעבר לנספח השותפים)****[שותפים](#נספח_השותפים" \o "לחץ למעבר לנספח השותפים) שבסוף מסמך הבקשה עבור כל אחד מהשותפים העיקריים** |

**לא ישים**

1. **סטאטוס התכנית**
   1. **תיק שנה ראשונה - סטאטוס ערב תחילת התכנית**

**שים לב! בבקשה לתיק המשך, עבור לסעיף ‎7.27.2**

|  |
| --- |
| **7.1.1 פרט והסבר ביחס למועד תחילת התכנית את:**  [1] הטכנולוגיות והמוצרים הרלוונטיים לתכנית שקיימים בתאגיד; [2] הממצאים הרלוונטיים לתכנית שהושגו עד תחילתה; [3] ההיתכנות הטכנולוגיות שבבסיס המוצרים המפותחים בתכנית |

**חברת חטיפי הכפר מייצרת מגוון חטיפים מלוחים מזה כעשרים שנה וצברה במהלך שנים אלו נסיון רב. מרבית החטיפים מבוססים על תפו"א, חלקם מטוגנים ללא עיבוד משמעותי וחלקם מיוצרים כעיסה המכילה קמח תפו"א, עמילנים ומייצבים ועוברת טיגון ("חטיף תפו"א משוחזר").**

**החטיפים עתירי החלבון ייוצרו בטכנולוגיה הקרובה יותר לחטיפי תפו"א משוחזרים ומבוססים במידה לא מבוטלת על הנסיון והידע הקיים בחברה עד כה. עם זאת חלק גדול מהרכיבים בהם יעשה שימוש יהיה חדש לחברה וכך גם חלק עיקרי בטכנולוגיית הייצור.**

**נכון למועד הגשת הבקשה, החברה בצעה מספר ניסויים בקנה מידה מעבדתי להכנת חטיף עתיר חלבון ע"י שילוב חלבון תורמוס, חלבון חומוס, קמח תפו"א, שמן סויה, עמילנים ומלח. העיסה זולפה לתבנית ונאפתה בתנור מעבדתי. הממצאים העיקריים היו: טעם לוואי חלש המהווה תכונה חיובית, מרקם קשיח מידי העשוי לפצוע את החיך בעת לעיסה וצבע בהיר יחסית כמקובל לחטיף תפו"א. ממצאי הניסוי הובילו להערכה כי קיימת היתכנות טכנולוגית לפיתוח החטיפים, אם כי נדרשים ניסויים רבים נוספים לשיפור תכונות המרקם והטעם של החטיפים וכן עלתה ההשערה כי שימוש באקסטרוזיה יביא לשיפור ניכר במרקם הקשיח מידי בשלב זה.**

**שים לב! בסיום סעיף זה עבור לסעיף 8**

* 1. **תיק המשך - סטאטוס ביצוע התיק הקודם בתכנית**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **7.2.1 תכנון מול ביצוע המשימות המאושרות בתיק הקודם ובבקשות שינוי שאושרו** | | | |
| **#** | **משימה** | **% ב****י****צוע** | **פירוט והסבר לשינויים ולחריגות בביצוע ביחס לתכנון** |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **7.2.2 הניצול המוערך של התקציב המאושר בתיק הקודם** | | |
| **תקציב מאושר (₪)** | **תקציב מנוצל מוערך (₪)** | **הסבר החריגות** |
|  |  |  |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **7.2.3 עמידה באבני הדרך בתיק הקודם** | | | | |
| # | **תיאור אבן הדרך** | **מועד מתוכנן** | **מועד ביצוע בפועל** | **פירוט והסבר** |
| **1.** |  |  |  |  |
| **2.** |  |  |  |  |
| **3.** |  |  |  |  |

1. **המוצרים והטכנולוגיות**

**שים לב! במילוי סעיף זה יש להתייחס ולפרט לגבי כל אחד ממוצרי התכנית**

**בתכנית בה מפותח תהליך או שיפור מהותי במוצר או בתהליך, המונח "מוצר" מתייחס לפי העניין, לתהליך או לשיפור, או למוצרים נשואי התהליך או השיפור**

|  |
| --- |
| **8.1 הצורך, המוצרים והטכנולוגיות - לגבי כל אחד ממוצרי התכנית תאר את:**  [1] הצורך וייעוד המוצר; [2] תיאור המוצר והאופן בו הוא עונה לצורך; [3] מרכיבי המוצר, רכיביו ועקרונות הפעולה שלו; [4] עיקרי מפרט הביצועים של המוצר (כולל נתונים כמותיים) ותרשימים כנדרש לצורך הבהרה |

**כיום, הצרכנים מודעים יותר ויותר לאיכות והרכב המזון אותו הם צורכים ולפיכך קיים צורך לתת מענה הולם ובריא בכל אחת מקטגוריות המזון. אחת הקטגוריות הבעיתיות יותר בהיבט זה הינה חטיפים מלוחים בהיותם עתירי קלוריות אשר מקורן בעיקר בפחמימות ושומנים, מכילים תוספי מזון שונים וכמות גבוהה של נתרן (מלח).**

**המוצרים אשר בכוונת החברה לפתח עונים על הצורך הנ"ל בשל הערכים התזונתיים; מעל 50% חלבון, תכולה נמוכה של פחמימות ושומן, תוספת סיבים תזונתיים ובנוסף לכך החטיפים יהיו אפויים ולא מטוגנים.**

**רכיבים:**

**החברה תבחן מספר אלטרנטיבות למקור החלבון הצמחי: חלבון סויה, חלבון אפונה, חלבון חומוס, חלבון תורמוס וכו'.**

**עיקר הפחמימות יגיעו מקמח תפו"א ויתכן שילוב עמילנים ממקורות שונים (ללא גלוטן).**

**שומן: ייבחנו שמנים צמחיים כגון סויה, חמניות, קוקוס, דקלים וכו'.**

**מייצבים ומתחלבים: החברה תבחן מגוון של חומרים אלו כתוספי מזון ו/או כרכיבי מזון. חטיפי הכפר תעדיף שימוש במתחלבים ומייצבים טבעיים, אשר לא עברו עיבוד, כגון סיבים תזונתיים המופקים מזרעים ומאצות. בכך, יצומצם למינימום השימוש בתוספי מזון (מספרי E) ברשימת הרכיבים ותווית המוצר תהיה "נקייה" באופן אשר יתרום לתדמית הבריאותית של החטיפים.**

**חומרי צבע, טעם וריח: יעשה שימוש בצבעי מאכל טבעיים וחומרי טעם וריח טבעיים (תבלינים).**

**תיאור סכמטי של טכנולוגית ותהליך הייצור המשוער:**



**1. ערבוב רכיבי העיסה לקבלת מסה אחידה – מיקסר.**

**2. הזרמת המסה למערכת אקסטרוזיה מבוקרת. המסה עוברת חימום ובישול חלקי תוך כדי המעבר במכונה. התוצר צפוי להיות חטיף בעל מרקם מוקצף במידה בינונית.**

**3. החטיפים יוצאים מהאקסטרודר ונופלים על מסוע. בהמשך עוברים תחת "וילון" של תערובת תיבול המכילה חומרי טעם ריח וצבע ומקבלים את הציפוי הנדרש.**

**4. החטיפים המצופים ממשיכים במסוע לתנור אפייה רציף ומתקבלים בפריכות, לחות והטעמים הנדרשים.**

**5. קירור**

**5. אריזה בשקיות ובאוירה מבוקרת.**

|  |
| --- |
| **8.2 אלטרנטיבות - תאר את:**  [1] הפתרונות, המוצרים והטכנולוגיות האלטרנטיביים הקיימים בשוק הנותנים מענה לצורך זהה או דומה ואת יתרונותיהם ומגבלותיהם, תוך ציון המקורות עליהם מתבסס המענה |

**כיום, מעל 95% מהחטיפים המלוחים בשוק המקומי הינם חטיפים המבוססים על מסה של קמחים ועמילנים ובעלי תכולת חלבון הנעה בין 5-10% ולפחות 23% שומנים.**

**רק כ 5% מהחטיפים המלוחים מכילים תכולת חלבון גבוה מ מ 25% ובעלי תכולת פחמימות נמוכה מ 50%. מגוון מוצרים אלו מצומצם יחסית והם מאופיינים בטעם ומרקם נחותים ביחס לתואמיהם הסטנדרטים. השוק עצמו לחטיפים מלוחים עתירי חלבון החל להתעורר רק בשלוש השנים האחרונות, אך מתפתח בקצב מהיר**  **<https://www.themarker.com/advertising/1.5744405>.**

|  |
| --- |
| **8.3 אתגרים, חדשנות וחסמי כניסה - תאר את:**  [1] האתגרים, הבעיות והקשיים שמציבה תכנית המחקר והפיתוח; [2] הייחודיות והחדשנות ([טכנולוגית](#האלטרנטיביים" \o "חדשנות הגלומה בטכנלוגיות המפותחות במסגרת התכנית) ו/או [פונקציונאלית](#האלטרנטיביים" \o "חדשנות הנובעת ממאפייני המוצר)) במוצר בכללותו ובטכנולוגיות שבבסיסו, ביחס לקיים בתאגיד עצמו וביחס לקיים בארץ ובעולם; [3] חסמי הכניסה הטכנולוגיים למתחרים פוטנציאליים |

**אתגרי הפיתוח, רובם ככולם נובעים מהקושי לקבלת תכונות מרקם וטעם אטרקטיביים לחטיפים עתירי חלבון, במידה קרובה מספיק לחטיפים הסטנדרטיים המבוססים על קמחים ועמילנים.**

**השליטה בתכונות הטעם והמרקם בחטיפים המבוססים על פחמימות קלה יחסית ומתקבלים מוצרים בעלי פריכות גבוהה, אך לא קשיחים מידי ובעלי טעם בסיסי נעים המוכר לנו מטיגון, בישול או אפיית פחמימות. לחטיפי פחמימות ישנה התקבלות טעם וריח גבוהה מאד בקרב הצרכנים ובעיקר ילדים ובני נוער. בנוסף טכנולוגיית הייצור ידועה ולפיכך גם פשוטה וחומרי הגלם ברובם זמינים וזולים (קילוף, חיתוך, השרייה, טיגון/אפייה ותיבול במקרה של חטיף תפו"א טבעי. ערבול תערובת קמחים ושימוש אינטנסיבי במייצבים ומתחלבים, במקרה של חטיפים "משוחזרים).**

**מאידך, ייצור חטיפים בעלי תכולת חלבון גבוהה ומרכיב עיקרי מורכב בהרבה: תכונות החלבונים בתערובת כזו פחות צפויות וקיימת נטייה לקבלת תוצרים בעלי מרקם צפוף וקשיח מידי שאינו נעים ללעיסה, חלבונים צמחיים אחרים דווקא גורמים להתפוררות ושבירה של החטיפים לאחר הטיגון/אפייה. אם לא די בכך, למרבית החלבונים הצמחיים צפוי להתלוות טעם לוואי ואף מרירות ועפיצות. האתגר העיקרי יהיה איפה, הגעה לחטיף בעל תכונות מרקם וטעם קרובות ככל האפשר לחטיפים מבוססי פחמימות.**

**חטיפי הכפר מעריכה כי תוכל להתגבר על אתגרים משמעותיים אלו באמצעות השילוב בין בחירה נכונה של סוג החלבון ויתר המרכיבים לבין תנאי התהליך והשימוש באקסטרוזיה כפתרון לשליטה במרקם וטעמי הבסיס של החטיפים. זאת ועוד -החברה באמצעות מומחה בטכנולוגיה של מזון (קב"מ) הגיעה למתכון מפתח ראשוני המבוסס על שילוב של שני חלבונים צמחיים ביחסים ספציפים המביאים לתוצאה המראה היתכנות ראשונית (מעבדתית) מבחינת טעם ומרקם.**

**מפעל החברה פועל כיום ללא טכנולוגיית אקסטרוזיה ומוצרי החברה מבוססי פחמימות בדומה למרבית שוק החטיפים ולפיכך פיתוח חטיפי החלבון והטמעת טכנולוגית ייצור באקסטרוזיה מהווה חדשנות מהותית ביחס לקיים במפעל כיום.**

**להערכת חטיפי הכפר, הפורמולציה ותהליך הייצור היחודיים יהוו חסם טכנולוגי למרבית המתחרות הבינוניות בשוק.**

|  |
| --- |
| **8.4 היבטי איכות הסביבה:**  [1] ככל שקיימות, פרט את תקנות איכות הסביבה הנוגעות למוצרי התכנית, בארץ ו/או במדינות היעד אליהן ישווקו, אחרת ציין: "לא רלוונטי"; [2] ככל שרלוונטי, פרט את הצעדים הננקטים כדי שמוצרי התכנית יעמדו בתקני איכות הסביבה הנוגעים להם, אחרת ציין: "לא רלוונטי" |

**החברה אינה מעריכה שינוי מהותי בייצור חטיפי חלבון על ההשלכות הסביבתיות. חברתנו מעריכה כי המעבר לשימוש משמעותי באפייה על חשבון טיגון יפחית את הנטל הסביבתי הנגרם כיום כתוצאה משמן הטיגון המשומש כפסולת של המפעל.**

|  |
| --- |
| **8.5 הבעלות בתוצרי התכנית:**  [1] האם כל זכויות הקניין, לרבות הקניין הרוחני, בטכנולוגיות, בתוצרים ובמוצרי התכנית, הנם בבעלות הבלעדית של התאגיד מגיש הבקשה? אם לא, פרט; [2] האם כל זכויות הקניין בתוצרי המו"פ של קבלני המשנה המועסקים בתכנית הנם בבעלות הבלעדית של התאגיד מגיש הבקשה? אם לא, פרט |

**הידע אשר יפותח במסגרת התיק לפיתוח וייצור חטיפי החלבון, כולל: הרכב החטיפים, היחסים בין המרכיבים והטכנולוגיה לייצורם יהיה קניינה הבלעדי לחברת חטיפי הכפר בע"מ. כל קבלני המשנה יוחתמו על הסכמים המסדירים נושא זה.**

|  |
| --- |
| **8.6 מוצרי צד ג' המשמשים בתכנית:**  ככל שרלוונטי, פרט את רכיבי הידע [לרבות פטנטים, רישיונות, מוצרים של צד שלישי] עליהם מתבססת תכנית המו"פ. לגבי כל רכיב כזה פרט את: [א] מהותו, [ב] הבעלים שלו, [ג] סוג ההרשאה שקיבל התאגיד לשימוש בידע או במוצר (כגון: בעלות, בעלות משותפת, רישיון בלעדי/שאינו בלעדי, רישיון תמידי/לתקופה קצובה/ניתן לביטול (תנאי הביטול) וכד'), אחרת ציין :"לא רלוונטי" |

**לא רלוונטי**

|  |
| --- |
| **8.7 הפרת זכויות קניין וסקירת פטנטים:**  [1] האם נבדק כי תוצרי המחקר והפיתוח אינם מפרים זכויות קניין רוחני (לרבות פטנטים) של אחרים? באיזה אופן? [2] האם בוצע או יש כוונה לבצע סקר פטנטים? פרט |

**ערכנו סקר ראשוני עצמי ולמיטב ידיעתנו תוצרי המו"פ לא יפרו קניין רוחני של אחרים. במהלך התכנית נבצע סקר פטנטים מלא באמצעות משרד עורך פטנטים.**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **8.8 רישום פטנטים - פרט את הפטנטים שהוגשו לרישום או יוגשו לרישום במסגרת התכנית:** | | |
| **הפטנט** | **הרלוונטיות של הפטנט לתכנית** | **מועד וסטאטוס הרישום** |
| תהליך ומתכון לייצור מוצרים פריכים עתירי חלבון | מתאר את ליבת הטכנולוגיה לייצור המוצרים בבקשה זו. | בדיקה לאפשרות רישום פרוביז'ינאל |
|  |  |  |

**חטיפי הכפר בוחנת את האפשרות לרישום פטנט כנ"ל. במידה ולא ירשם בסופו של דבר פטנט, ישמר הידע כסוד מסחרי של החברה, כמקובל בתעשיית המזון.**

1. **תכנית המו"פ**

**שים לב! במילוי סעיף ‎**9**זה יש להתייחס ולפרט לגבי כל אחד ממוצרי התכנית**

|  |
| --- |
| **9.1 יכולות המו"פ של התאגיד הרלוונטיות לתכנית - תאר את:**  [1] היכולות הטכנולוגיות של התאגיד, לרבות ידע קיים בתאגיד וביצועי העבר; [2] תשתיות הפיתוח הרלוונטיות הקיימות בתאגיד (לרבות מעבדות, מתקני/אמצעי ייצור, ציוד ייעודי וכד'); [3] יכולות צוות המו"פ והתאמתן לביצוע התכנית ותמצית הניסיון המקצועי של אנשי מפתח בתכנית; [4] ככל שרלוונטי, השינויים שחלו בנושאים הנ"ל ביחס לתקופות התיקים הקודמים של התכנית |

**חטיפי הכפר נוסדה ע"י המנכ"ל והבעלים איתן גלילי ב 1998 באיזור התעשייה של העיר שלומי ומאז ועד היום מייצרת ומשווקת חטיפים מלוחים מסוגים שונים: בעיקר חטיפי תפו"א מטוגנים (תואם "תפוצ'יפס"), חטיפי תירס מטוגנים ועוד מגוון חטיפים שונים. מאז ועד היום, פיתחנו עשרות סוגי חטיפים מלוחים מסוגים שונים של חומרי גלם, בתהליכי ייצור מגוונים וצברנו ידע ונסיון טכנולוגי רב מאד המהווה בסיס לתכנית המו"פ המוגשת בזאת.**

**בחברה הועסקו ב 2017 55 עובדים (44 ייצור, 2 פיתוח/מעבדה, 2 אחזקה 2 אדמיניסטרציה ו – 5 ניהול), מרביתם קבועים וחלקם עובדי קבלן. החברה מקבלת שירותי תמיכה בתחום טכנולוגית מזון ורגולציה של מזון ע"י קבלן משנה (יוספי טכנולוגיות מזון בע"מ). המפעל עובד במתכונת של 2 משמרות חמישה ימים בשבוע. תפעול המעבדה, פיתוח מתכונים וטעמים, ואבטחת איכות שוטפת מבוצע ע"י שתי לבורנטיות הנמנות על הסגל הקבוע של עובדי החברה.**

**במפעל 2 קווי ייצור, האחד לעיבוד תפו"א טבעיים וכולל: קו שטיפה, מכונות קילוף, מכונות חיתוך ופריסה, מטגנת רציפה, מתקן תיבול ומכונת אריזה מסוג פלופאק. הקו השני, לייצור חטיפים "משוחזרים" וכולל: שני מיקסרים גדולים לערבול הרכיבים, מכונות דחיסה ועיצוב, מטגנת רציפה, מתקן תיבול וקו פלופאק נוסף.**

**במפעל מעבדה הבודקת חומר גלם, מוצר בתהליך ומוצר סופי - חימצון שמנים, אחוז שומן במוצר סופי, לחות במוצרים וכו'. המעבדה משמשת גם לפיתוח מוצרים חדשים ובעיקר טעמים חדשים ושילוב רכיבים חדשים במתכונים הקיימים ולצורך כך ישנו ציוד מטבחי (מיקסרים, תנור אפייה, מטגנת, מאזניים וכו').**

**תקינה: החברה פועלת תחת מערכת ISO 9001/2008, לפני כשנתיים הוטמעה מערכת HACCP לבטיחות מזון. החברה במגעים עם משרד הבריאות לקבלת תקן GMP אשר יאפשר לה לסמן את מוצריה כ "ללא גלוטן".**

|  |
| --- |
| **9.2 פערים ביכולות המו"פ של התאגיד:**  ככל שקיימים פערים: [1] פרט את הפערים בין היכולות שתוארו לעיל לבין היכולות הנדרשות לביצוע המו"פ שבתכנית, אחרת ציין : "לא רלוונטי"; [2] תאר כיצד בכוונת התאגיד לגשר על פערים אלה (כגון: ע"י קבלני משנה, רכישת ידע, שת"פ, וכד'), אחרת ציין : "לא רלוונטי" |

**תכנית המו"פ הנוכחית מאופיינת בחדשנות ובאתגרי פיתוח משמעותיים, החורגים מיכולת פיתוח המוצרים השוטף של החברה. לפיכך נסתייע בקבלני המשנה הבאים לצורך סגירת הפערים:**

* **טכנולוג מזון מומחה בעבודה עם חלבונים צמחיים ופיתוח מוצרים.**
* **מומחה אקסטרוזיה - מהנדס מכונות בעל מומחיות בתחום האקסטרוזיה של מוצרי מזון.**
* **עו"ד עורך פטנטים. יועץ לענייני רישום פטנטים וסקרי פטנטים.**
* **מומחית לתזונה – ייעוץ בנוגע להרכב התזונתי של החטיפים החדשים.**
* **משרד ייעוץ בתחום רגולציה של מזון.**
* **התאמת אריזות – פלסגל.**
* **חברה לביצוע מבחני טעימה.**

**החברה תבצע שבועיים ניסויים במתקן פיילוט של יצרן ציוד האקסטרוזיה בגרמניה.**

**כחלק מתקציב הבקשה, החברה תצטייד בציוד מעבדה ופיילוט אשר ידמו את תהליך הייצור.**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **9.3 טבלת המשימות:**  הצג את רשימת המשימות המתוכננות לביצוע במסגרת תיק מו"פ זה ואת משאבי כוח האדם והתקציב הכולל הנדרשים לביצוען  **על המשימות להתייחס לתוצרים מוגדרים (deliverables) של תכנית המו"פ ו/או לרכיבי המוצר/ים נשוא תכנית העבודה**  **שים לב! פרט בלשונית "תקציב בחתך משימות" שבגיליון התקציב את רכיבי התקציב ביחס לכל משימה** | | | | | |
| **#** | **המשימות בתיק** | **מועד התחלה** | **מועד סיום** | **ש****נות אדם** | **תקציב כולל (אלפי ₪)** |
|  | פיתוח המתכון הבסיסי בקנה מידה מעבדתי | 10.18 | 01.19 | 0.25 | 133,039 |
|  | ניסויים המדמים את תהליך הייצור באמצעות ציוד מעבדה | 12.18 | 02.19 | 0.50 | 176,050 |
|  | ניסויים באקסטרוזיה ואפייה בקנה מידה חרושתי תי בגרמניה | 03.19 | 03.19 | 0.05 | 321,250 |
|  | מבחני טעימה חיצוניים, בדיקות מעבדה שונות. | 04.19 | 08.19 | 0.05 | 82,500 |
|  | התאמת אריזה והרכב גזים בשקית | 04.19 | 07.19 | 0.10 | 153,072 |
|  | בדיקות חיי מדף | 04.19 | 09.19 | 0.20 | 82,960 |
|  | הצגת המוצרים בתערוכה בגרמניה, שיווק, קניין רוחני | 07.19 | 09.19 | 0.15 | 163,578 |
| **סה"כ (צריך להיות זהה בקירוב לתקציב המבוקש בגיליון התקציב)** | | | | **1.30** | **1,112,450** |

|  |
| --- |
| **9.4 פירוט תכולת המשימות - לגבי לכל אחת מהמשימות שבטבלה 9.3 לעיל פרט את:**  [1] את הפעילויות הנדרשות להשגתה, ברמת פירוט שתאפשר לבודק/ת המקצועי/ת להעריך את סבירות היקף המשאבים הנדרשים; [2] האתגר הגלום במשימה ביחס לקיים בתאגיד בתחילת תקופת התיק [3] הנמקה לרכיבי התקציב הנדרשים לביצוע המשימה (יש להתייחס לכל רכיבי התקציב) |

|  |  |
| --- | --- |
| **1.** | **כללי:** משימה זו מוקדשת לפיתוח המתכון ע"פ הבריף ואשר צריך להכיל לפחות 50% חלבון צמחי, עד 30% פחמימות, סיבים תזונתיים ופחות מ 15% שומן. במסגרת המשימה יוזמנו דוגמאות של מגוון חלבונים צמחיים, עמילנים מורכבים, סיבים תזונתיים, שמנים וכו'. הניסויים להרכבת המתכון יהיו כמטריצה של חומרי הגלם השונים. יבחנו תכונות של אלסטיות ופלסטיות העיסה לפני האפייה ומרקם, פריכות וטעם לאחר אפייה.  **תוצרי המשימה:** 2-4 מתכונים פוטנציאלים למעבר לשלבי הניסוי בציוד מדמה תהליך ייצור (ציוד זעיר).  **אתגרי הפיתוח:** הגעה לבצק/עיסה בהרכב התזונתי הנ"ל הניתן לעיבוד (דביקות, קשיות גבוהה מידי, אלסטיות רבה מידי) וקבלת תוצר אפוי אשר אינו קשיח מידי ו/או לחילופין צמיג מידי וללא טעם לוואי משמעותי. רכיבי התערובת מגלמים עלויות ייצור בהתאם לבריף.  **תקציב:** שכר: 50 אש"ח (לבורנטיות + עובד ייצור), קב"מ: 76.5 אש"ח (טכנולוג מזון, יועצת תזונה, יעוץ רגולטורי, מומחה אקסטרוזיה), חומרים: 4 אש"ח (מגוון רכיבים לניסויים), פחת ציוד 2.539 אש"ח. |
| **2.** | **כללי:** עריכת ניסויים בציוד פיילוט זעיר - בחינת היתכנות לתהליך הייצור. הניסויים כוללים שימוש במערבל 5 ק"ג (סטפאן) ליצירת העיסה, בישול ו"פתיחת" החלבונים והעמילנים בסיר חשמלי 10 ליטר, מעבר המסה המבושלת דרך מיני אקסטרודר (30 ליטר/שעה, תוצרת סין), מגוון פיות ליצירת צורות שונות לחטיפים ואפייה בתנור מעבדתי. התוצרים יבחנו לצמיגות ודביקות לפני אקסטרוזיה, לחצים וטמפרטורות כהתאמה לאקסטרוזיה, פריכות, מרקם, טעם ולחות של החטיפים האפויים. המשימה תתבצע בחפיפה חלקית עם משימה 1 ותהיה בעלת אופי איטרטיבי ( עדכון המתכונים בהתאם לתוצאות המתקבלות בעבודה עם ציוד הפיילוט).  **תוצרי המשימה:** קירוב להיתכנות לתהליך הייצור התעשייתי – התאמת הציוד לתכונות העיסה (דביקות, צמיגות, אלסטיות/חוזק), בחינה ראשונה של השימוש באקסטרוזיה והתאמת הטכנולוגיה לתכונות המרקם המתקבלות, התאמת תהליך האפייה במקום טיגון.  **אתגרי הפיתוח:** ביצוע ניסויים באופן אשר ידמה קרוב ככל האפשר עבודה עם ציוד תעשייתי – סטיות גדולות מידי מתנאי תהליך "אמיתי" עשויות להביא לרכש ציוד ייצור לא מתאים ו/או לרלוונטיות נמוכה של תוצרי הפיתוח בתכנית לייצור בקנה מידה תעשייתי.  **תקציב:** שכר 90 אש"ח (לבורנטיות, 2 עובדי ייצור, מנהל אחזקה, חשמלאי), קב"מ 76.5 אש"ח (טכנולוג מזון, מומחה אקסטרוזיה, בדיקות מעבדה, יעוץ רגולטורי), חומרים 6.55 אש"ח (רכיבי מזון), פחת ציוד 3 אש"ח (ציוד הפיילוט). |
| **3.** | **כללי:** עריכת ניסויים לבחינת התנהגות העיסה בציוד אקסטרוזיה חרושתי אצל יצרנית הציוד בגרמניה EXTRUDEXIA GMBH. מטרות הניסויים: א) בחינת התנהגות העיסה בציוד ייצור אמיתי, ב) בחירת סוג האקסטרודר המתאים לרכישה כציוד הייצור לחברה, ג) בחירה והתנהגות של ציוד נוסף (מסועים ותנור אפייה רציף).  **תוצרי המשימה:** היתכנות לייצור בציוד תעשייתי, בחירת מתכונים מוצלחים ואפיון תנאי תהליך מוצלחים, ייצור של כ 2,000 ק"ג חטיף חלבון לצורך המשך הבדיקות והפיתוח בארץ.  **אתגרי הפיתוח:** הגעה לתנאי ייצור מתאימים וחטיפים בעלי התקבלות טעם וריח טובים בתקופת ניסויים קצרה של כשבועיים. תהליך ייצור, כולל רכיבי החטיף המגלמים עלויות ייצור בהתאם לבריף המוצר.  **תקציב:** שכר 30 אש"ח (מהנדס המפעל, מנכ"ל, לבורנטית), קב"מ 219.5 אש"ח (שכירות וייעוץ מתקן הפיילוט אצל היצרן בגרמניה, טכנולוג מזון, מומחה אקסטרוזיה), חומרים 61.75 אש"ח, שונות 10 אש"ח (טיסות, אש"ל). |
| **4.** | **כללי:** מבחני טעימה ובדיקות מעבדה שונות - ביצוע מבחני טעימה ל 3-4 גרסאות של חטיפי החלבון מהייצור בגרמניה מול חטיפים סטנדרטיים ובפני עצמם ללא השוואה לחטיפים סטנדרטיים. הבדיקות תיערכנה ע"י קב"מ מומחה, כולל ניתוח סטטיסטי. בנוסף, בדיקות מיקרוביאליות ובדיקות הרכב תזונתי.  **תוצרי המשימה:** קבלת ציון התקבלות טעם וריח המהווה "אור ירוק" להמשך הפיתוח, עמידה בהרכב תזונתי בהתאם לבריף המוצר, ספירות מיקרוביאליות בהתאם לתקן.  **אתגרי הפיתוח:** קבלת ציוני התקבלות ממוצעים של לפחות 7 (סולם 1-10) וללא מובהקות במבחני העדפה בין חטיפי החלבון לחטיפים הסטנדרטים.  **תקציב:** שכר 50 אש"ח (לבורנטיות), קב"מ 30 אש"ח (מבחני טעימה, מעבדות), חומרים 0.5 אש"ח (חומרי אריזה לדוגמאות), פחת ציוד 2 אש"ח. |
| **5.** | **כללי:** התאמת למינט (יריעה) מתאים לתכונות החטיף (פריכות, שבירות, רגישות ללחות וחמצון). התאמת הלמינט ועיצוב מבנה השקית כולל אופן הפתיחה יבוצע ע"י חברת פלסגל הנמנית גם על ספקי החברה בהווה. הניסויים יבוצעו בפלסגל, דוגמאות מהחטיף לניסויים ישלחו ע"י חטיפי הכפר מאצוות הייצור בגרמניה.  **תוצרי המשימה:** למינט קשיח יותר אשר יספק הגנה על המוצר הפריך, ועם חדירות נמוכה לחמצן ולחות. התאמת תערובת גזים אינרטים (100% חנקן או שילוב חנקן ופחמן דו-חמצני).  **אתגרי הפיתוח:** פיתוח אריזה עם התכונות הנדרשות בעלויות ייצור שאינן חורגות מבריף התמחיר למוצר.  **תקציב:** שכר 50 אש"ח (לבורנטית, מהנדס מכונות, מנהל אחזקה) – התאמת הלמינט לציוד וטכנולוגית האריזה במפעל, קב"מ 100 אש"ח (פלסגל), חומרים 1.5 אש"ח (למינטים שונים), 1.572 אש"ח פחת ציוד. |
| **6.** | **כללי:** אריזת החטיפים ב 2-3 סוגי למינט תחת הרכבי גזים שונים וביצוע בדיקות לאורך כ 5 חודשים: הפרמטרים אשר יבחנו: לחות/פריכות, חמצון שמנים, טעם וריח (טעימות), עמידה בספירות מיקרוביאליות בהתאם לתקנים.  **תוצרי המשימה:** מוצר ארוז בעלחיי מדף של 4 חודשים לפחות (בדומה לחטיפים סטנדרטיים).  **אתגרי הפיתוח:** ביצוע סימולציה נכונה של חיי המדף של מוצר בהתאם לתנאים לאורך שרשרת האספקה (טמפרטורות, שמש/אור, עמידות מכאנית של הלמינט לשינוע ע"י המפיצים/לקוחות.  **תקציב:** שכר 65.96 אש"ח (לבורנטית לביצוע בדיקות ומעקב לאורך חיי המדף), קב"מ 15 אש"ח (מעבדות), חומרים 2 אש"ח. |
| **7.** | **כללי:** החברה תציג את חטיפי החלבון בתערוכת ANUGA אשר תתקיים במהלך ספטמבר בגרמניה. לצורך כך החברה תשכור ביתן באולמות התצוגה. פעילות שיווק משלימה כלפי יצוא – הפעלת קב"מ לקידום המוצרים בחו"ל, הפקת חומר פירסומי עבור לקוחות באירופה וארה"ב. במקביל, תוגש בקשה מקדמית לפטנט (פרוביז'נאל).  **תוצרים:** חשיפת המוצר בחו"ל, כולל טעימות, אריזה מעוצבת וכו', יצירת קשר עם לקוחות/מפיצים פוטנציאלים. בקשה מקדמית לפטנט.  **תקציב:** שכר 26,578 אש"ח, קב"מ 7 אש"ח (תזונאית), שיווק 110 אש"ח (תערוכה + קד"מ חו"ל), שונות 20 אש"ח (פרוביז'ינאל). |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **9.5 אבני דרך:** | | |
| **9.5.1 פרט לפחות שלוש [אבני דרך](http://www.moital.gov.il/NR/rdonlyres/DE26742C-50BB-46F2-9FD5-E230B3902179/0/def.pdf" \o "על אבן הדרך להתייחס להשגת יעד טכנולוגי או מרכיב של המוצר או תוצר ביניים שלו או שילוב שלהם (ולא לשלב מתודולוגי בתהליך הפיתוח, כגון: אפיון,  תכנון,  מימוש,  בדיקות,  אינטגרציה וכו') ) עיקריות בתקופת התיק הנוכחי הניתנות לבחינה ו/או למדידה** | | |
| **#** | **תיאור אבן הדרך** | **מועד מתוכנן**  **MM/YY))** |
| **1.** | הגעה למתכון ותהליך בסיסי בקנה מידה מעבדתי | 02.19 |
| **2.** | סיום ניסויים בציוד חרושתי וייצור כ 2 טון חטיפים לצורך המשך הפיתוח | 04.19 |
| **3.** | הצגת המוצר בגרמניה (3 טעמים באריזות מעוצבות) | 09.19 |
| **4.** |  |  |
| **9.5.2 ככל שמתוכנן תיק/תיקי המשך, פרט [אבני דרך](http://www.moital.gov.il/NR/rdonlyres/DE26742C-50BB-46F2-9FD5-E230B3902179/0/def.pdf" \o "על אבן הדרך להתייחס להשגת יעד טכנולוגי או מרכיב של המוצר או תוצר ביניים שלו או שילוב שלהם (ולא לשלב מתודולוגי בתהליך הפיתוח, כגון: אפיון,  תכנון,  מימוש,  בדיקות,  אינטגרציה וכו') ) עיקריות בשנים הבאות** | | |
| **#** | **תיאור אבן הדרך** | **מועד מתוכנן**  **MM/YY))** |
| **1.** |  |  |
| **2.** |  |  |
| **3.** |  |  |
| **4.** |  |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **9.6 קבלני משנה חו"ל:**  פרט את קבלני המשנה (קב"מ) המתוקצבים בתיק המבצעים את חלקם בתכנית מחוץ לישראל או שאינם תושבי ישראל, את מהות פעילותם בתיק ואת הסיבות להעסקתם במקום העסקת עובדים ו/או קבלני משנה ישראלים | | |
| **שם קב"מ חו"ל** | **ארץ מושב** | **תאור מהות הפעילות והסיבות להעסקת קב"מ חו"ל** |
| EXTRUDEXIA GMBH | גרמניה | יצרנית ציוד האקסטרוזיה וציוד אפיה בתחום המזון – ביצוע ניסויים בקנה מידה חצי חרושתי. לא קיים בארץ מפעל/מתקן בו ניתן לבצע ניסויים באקסטרוזיה של מזון. |

1. **השוק והשיווק**

**שים לב! במילוי סעיף‎0 זה יש להתייחס ולפרט לגבי כל אחד ממוצרי התכנית**

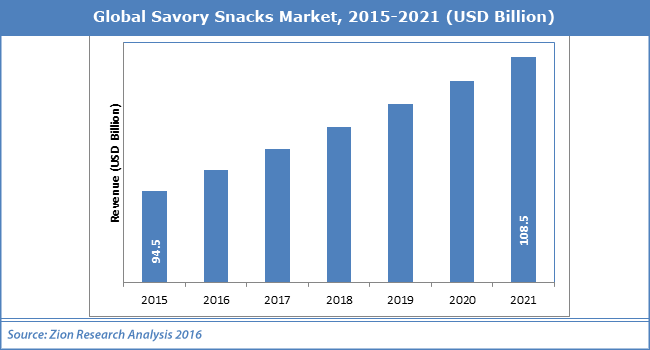
|  |
| --- |
| **10.1 השוק הרלוונטי ומגמותיו - פרט לגבי כל אחד ממוצרי התכנית את:**  [1] שוקי היעד הרלוונטיים למוצר, לרבות התפתחויות ומגמות; [2] פלחי השוק הרלוונטיים הקיימים, לרבות פילוח גיאוגרפי; [3] הערכת היקפם של שווקים אלו בארץ ובעולם ומגמותיהם  **ציין את המקורות עליהם מתבסס המענה** |

רקע: מוצרים ללא עתירי חלבון הפכו בשנים האחרונות למוצרים מבוקשים ביותר כחלק מטרנד בריאותי-אופנתי וכחלק משמירה על אורח חיים בריא ומאוזן. מאידך, מוצרים עתירי קלוריות, פחמימות, נתרן ושומן דוגמת חטיפים מלוחים

הינם מסוגי המזונות בהם אנו עדים לעלייה מתמדת בהימנעות מהם והתבססות הסטיגמה השלילית כלפיהם. עם זאת, על פי סקר גלובאלי, הצורך בצריכת חטיפים בסגנון החיים הלחוץ והמודרני רק הולך וגובר. לצרכנים יש צורך עז "לנשנש" משהו מהיר וטעים בין הארוחות. כמובן שהשוק המשמעותי ביותר לסוג זה של חטיפים הינו ילדים ובני נוער, אם כי ההחלטה לגבי קניית סוג וכמות החטיפים נמצאת בידי הוריהם החוששים מההשפעות השליליות, דוגמת השמנה, סכרת וכו'. כחברה אשר נשענת על ייצור קטגוריית מוצרים זו וכחברה חפצת חיים, חשוב לחטיפי הכפר להיות מביאת הבשורה בתחום ולהביא אלטרנטיבות חדשות, בריאות וטעימות לשוק כפתרון לדילמה הצרכנית.

גודל השוק בעולם: לפי סקר של חברת Marilla היקף השוק העולמי לכלל המוצרים החדשים מוצרים עתירי החלבון הגיע ל-350 אלפי טון בשנת 2017 וצפוי לגדול ל-700 אלף טון עד שנת 2022. (מקור: Marilla).

הגרף למטה מתאר את גודל השוק ותחזית הצמיחה של חטיפים מלוחים ובעיקר חטיפים מלוחים בעלי תוספות הנתפסות כבריאותיות.



גודל השוק המקומי: גם השוק המקומי משמעותי למדי מבחינה כספית, אך ריכוזי מאד ונשלט ע"י מותגי העל בקטגוריה. "במהלך שנת 2017 הוציא הצרכן הישראלי 972.7 מיליון שקל על רכישת חטיפים, כך לפי נתוני חברת המידע. 85% מההוצאה - 827 מיליון שקל - הוציא הצרכן על מותגי העל בלבד - נתון המצביע על ריכוזיות גבוהה במיוחד בקטגוריה ועל חוסר הצלחתם של הספקים הקטנים יותר לחדור לשוק באופן משמעותי" <https://www.globes.co.il/news/article.aspx?did=1001000482>.

נתונים נוספים מעידים כי מכירות החטיפים המתוקים הציגו גידול של 6.6% במכירות הכמותיות (כמות החטיפים שנרכשו). גם קטגוריית החטיפים המלוחים הראתה גידול של 4.1% בסך המכירות. המחיר הממוצע של החטיפים המלוחים היה גבוה השנה ב-1.8% כך שמבחינה כמותית המכירות צמחו "רק" ב-2.3%. החטיפים ומוצרים לא בריאים נוספים לא יסומנו באדום עד תחילת 2020, וזאת עקב דחיית תקנות סימון מזון מזיק בשנתיים (<https://www.themarker.com/advertising/1.5744405>)

כאמור, הנוף התחרותי בתעשיית החטיפים בארץ ובעולם הינו אכזרי - הביקוש מונע בעיקר משיקולים של טעם ובריאות

וגם הצרכנים אינם מוכנים להתפשר על אחד מהם.

להערכתה של החברה, פיתוח החטיפים עתירי החלבון הינו בהתאם לטרנד העולמי ובעיתוי הנכון.

|  |
| --- |
| **10.2 מודל עסקי ולקוחות - פרט לגבי כל אחד ממוצרי התכנית את:**  [1] המודל העסקי; [2] הלקוחות הרלוונטיים הקיימים ומהות העסקאות שבוצעו איתם; [3] הלקוחות הרלוונטיים הפוטנציאליים, לרבות תיאור הקשרים עמם והלקוחות הסופיים |

המודל העיסקי מבוסס על שני סגמנטי שוק עיקריים - מקומי ויצוא: בשניהם ימוצבו החטיפים כבריאים ומזינים ובמחיר המגלם שולי רווח גבוהים ביחס לקטגוריה.

השוק הישראלי:

חטיפי הכפר מבוססת מאוד כספק למוצרי "מותג פרטי" במרבית רשתות השיווק הגדולות ונמצאת עימן בקשר רציף גם בנוגע לפיתוח מוצרים חדשים. יתרה מכך, החברה מקבלת פניות מלקוחותיה אלו להציע פתרונות בריאים יותר לחטיפים המלוחים. לקוחות גדולים אלו עודכנו בכוונות הפיתוח שלנו וכבר קיימת ציפייה לקבלת דוגמאות. לפיכך, החברה תעדיף למכור גם את החטיפים החדשים במודל B2B כמותגים פרטיים של רשתות השיווק. עם זאת, עידכנו את נציגי הרשתות במחיר היעד הגבוה יותר מהמקובל בקטגוריה המסורתית.

החברה רואה את השוק הישראלי למוצר כשוק חשוב, ובעל פוטנציאל כספי משמעותי לחטיפי הכפר, אך בעיקר כ"מגרש להתנסות" טרם היציאה למכירות מחוץ לישראל.

לחטיפי הכפר אין עניין בשיווק חטיפי החלבון לשוק המוסדי, מאחר ומדובר בשוק על בסיס מחיר בלבד ולא ניתן להפיק ממנו את שולי הרווח המתאימים לחטיפים.

שוק היצוא:

בהתאם למגמת הבריאות ואיכות חיים ועקב היתרונות התזונתיים המובהקים של חטיפי החלבון ביחס לקטגוריות המסורתיות בעולם החטיפים, אנו צופים ביקוש ניכר מצד הרשתות המובילות בארה"ב ואירופה לחטיפים חדשניים מלוחים ובעלי ערכים תזונתיים טובים יותר. החברה מייצאת כיום רק לשוק הכשר בארה"ב ואירופה באמצעות מפיצים בקהילות היהודיות בארצות אלו.

את החטיפים החדשים החברה תציע לשוק הכללי ובאמצעות התקשרות עם ברוקרים ומפיצים/רשתות גדולים במודל B2B, אך לא רק תחת מותג החברה אלא גם תציע את החטיפים כמותגים פרטיים של רשתות גדולות בחו"ל. גם בשווקים אלו המחיר ללקוח הישיר יגלם ערך מוסף של רכיבים וערכים תזונתיים איכותיים ויהיה מעל המחיר לחטיפים הסטנדרטים.

החברה יצרה קשר ראשוני עם שתי רשתות שיווק גדולות מאד באירופה והציגה בפני נציגיהם את הבריף של המוצר וכן את אומדן המחיר. נציגי הרשתות הביעו עניין רב במוצר ונכונות לרכוש כמויות נסיוניות שלו (סימוכין להתכתבות בין חטיפי הכפר לניציגי הרשתות, תסופק לרשות החדשנות במידה וידרשו).

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **10.3** **[מוצרים מתחרים](#מוצרים_מתחרים" \o "מוצר מתחרה -לא רק מתחרה ישיר אלא כל מוצר אחר, גם בטכנולוגיה שונה או פחותה, המהווה אלטרנטיבה בשוק הרלוונטי למוצר המפותח בתוכנית):**  פרט את נתוני המוצרים המתחרים במוצרי התכנית בשווקים הרלוונטיים והדגש את יכולותיהם יתרונותיהם וחסרונותיהם ביחס למוצרי התכנית | | | | |
| **שם**  **יצרן וקישור לאתר האינטרנט של המוצר** | **[שם המ](#שם_מוצר_מתחרה_104" \o "מוצר מתחרה -לא רק מתחרה ישיר אלא כל מוצר אחר, גם בטכנולוגיה שונה או פחותה, המהווה אלטרנטיבה בשוק הרלוונטי למוצר המפותח בתוכנית)****[וצר המתחרה](#שם_מוצר_מתחרה_104" \o "מוצר מתחרה -לא רק מתחרה ישיר אלא כל מוצר אחר, גם בטכנולוגיה שונה או פחותה, המהווה אלטרנטיבה בשוק הרלוונטי למוצר המפותח בתוכנית)** | **מחיר ב- $** | **נתח שוק**  **ב- %** | **יכולות, ביצועים, יתרונות וחסרונות בהשוואה למוצרי התכנית** |
|  | **ישראל – חטיפי קראוס** | 1.10 | 60 | חטיפים סטנדרטיים בלבד. ייצור בקנה מידה גדול מאוד, מותג חזק ביותר, מחיר נמוך, בעיקר פחמימות ושומן. |
|  | **ישראל - נשנושי בושם** | 1.10 | 35 | כנ"ל. |
|  | **ישראל - טבע התפו"ד** | 1.80 | 0.1 | חטיף מלוח על בסיס תפו"א מועשר חלבון צמחי: מוצרים בעלי מרקם קשיח מאד וטעם נחות ביחס לחטיפים הסטנדרטיים. |
|  | **גרמניה - ProSnack** | 1.70 | לא ידוע | חטיפים מועשרי חלבון – חלבון מי גבינה, פריכות וטעימות טובים. מנגד חלבון מהחי ובניגוד למגמה הצרכנית. |
|  | **ארה"ב - Green Fries** | 2.10 | 0.5 | חטיפים בטכנולוגיית אקסטרוזיה מוערי חלבון צמחי. טעם ומרקם בעייתיים, מוצר מטוגן ועתיר שומן. |

\* המחירים הינם ללקוח סופי/צרכן לשקית 50 גרם

|  |
| --- |
| **10.4 חסמי שיווק:**  [1] פרט את החסמים לשיווק מוצרי התכנית (כגון: צורך ברישוי, עמידה בתקינה, דרישות רגולטוריות במדינות שונות, מגבלות חוקיות וכד'); [2] פרט כיצד בכוונת התאגיד להתמודד עם החסמים שצוינו |

1. בכוונת החברה לסמן את המוצרים "ללא גלוטן". לצורך כך על החברה לקבל הסמכה לתקן GMP ממשרד הבריאות. חטיפי הכפר כבר החלה במגעים מול משרד הבריאות: אישור עקרוני להתאמת המבנה ניתן + רשימת ליקויים ותוספות שעל החברה להתקין במפעל.

2. לצורך השיווק לאירופה וארה"ב על החברה להטמיע מערכות ניהול איכות ובטיחות מזון ISO 22000 ו – FSSC. החברה פועלת מול מכון ICQ להטמעת וקבלת התקנים.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **10.5 עלויות ומחירים:**  [1] פרט בטבלה את עלות הייצור ומחירי המכירה החזויים של מוצרי התכנית (ב- $); [2] תאר בהמשך לטבלה את השיקולים וההצדקה לתמחור המוצרים ודרך חישובם | | | |
| **המוצר** | המחיר ללקוח ישיר | המחיר ללקוחות סופיים | עלות הייצור |
| חטיפי תפו"א וחלבון צמחי מוקצפים (אקסטרוזיה) | 1.00 | 1.75 | 0.65 |
|  |  |  |  |

**עלות הייצור = רכיבים, אנרגיה, פחת,**

**32% (עלות הפצה, הסכמי סחר,חזרות והנחות )**

**8% הוצאות ( כח אדם, ניהול, פיתוח )**

**18% רווח**

**60% - מרווח קמעונאי**

|  |
| --- |
| **10.6 תכנית השיווק של מוצרי התכנית - תאר ופרט לגבי מוצרי התכנית את:**  [1] תכנית הפעולה השיווקית; [2] ערוצי שיווק והסכמי שיווק; [3] משאבי השיווק, לרבות תקציב השיווק המתוכנן ומטרותיו; [3] פעילות השיווק שבוצעה עד לתחילת תקופת התיק |

1. תכנית הפעולה השיווקית - ערוצי שיווק והסכמי שיווק

התכנית תתחלק לשני סגמנטים עיקריים:

* שיווק בישראל - המשך הקשר עם רשתות השיווק ומכירות של החטיף החדש בערוץ זה כ"מותג פרטי" שלהן.
* שיווק בחו"ל - לחברה אמנם יצוא לשוק הכשר אך כבר היום נמצאת במגעים עם מספר חברות הפצה בחו"ל אשר מצאו עניין רב במוצריה הנוכחיים ומעוניינים להתקשר עם החברה ולרכוש גם מוצרים עתידיים.

שתי פעולות עיקריות יעמדו במרכז התוכנית של החברה לקידום השיווק שלה בעיקר בשווקים בארה"ב ואירופה:

* הראשונה, המשך השתתפות בתערוכות, ככלי רלוונטי ויעיל ביותר להשגת תוצאות בהתבסס על ניסיון החברה בעבר,

החברה משתתפת בתערוכות גדולות כגון תערוכת אנוגה שבקלן, אך בעיקר מיחסת חשיבות להשתתפות במספר תערוכות קטנות וממוקדות, תערוכות לקניינים ולקוחות גדולים ותערוכות שפים מקצועיות.

להלן רשימה חלקית של תערוכות אזוריות ומועילות במיוחד:

* Anuga – Germany, Sept 2019
* Fancy Foods – USA, Jul 2019
* הפעילות המרכזית השניה, מימון פעילות סוכנים ואנשי מכירות מקומיים שהחברה תשכור את שירותיהם בארצות היעד.

בנוסף החברה תגבה את הפעילות הנ"ל ובכלל ע"י מימון הצעדים הבאים לקידום היצוא שלה:

• עיצוב אריזות למוצרים המשופרים, והתאמתן לתכונות המוצרים ולשוקי היעד

• שדרוג אתר האינטרנט של החברה והתאמתו לסחר אלקטרוני B2B

• הפקת קטלוגים ודפי מוצר בשפות שונות

• מדיה חברתית

לקוחות פוטנציאלים עיקריים: יצרנים ומפיצים של מוצרי מזון "ירוקים" המספקים את המוצרים שלהם לרשתות כגון Marks & Spencer, Booth, Tesco ועוד.

1. משאבי השיווק, לרבות תקציב השיווק המתוכנן (לפי שנים) ומטרותיו

תקציב השיווק כולל משכורות של אנשי שיווק ופיתוח עסקי, בניית אתר אינטרנט, הזמנת קובעי דעת קהל ואנשי מקצוע מחו"ל, נסיעות לחו"ל ופגישות עם מפיצים, פעילות במסגרת מכון היצוא, השתתפות בכנסים ותערוכות.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **שנה** | **2018** | **2019** | **2020** | **2021** |
| **תקציב שיווק ומכירות ($K)** | **110** | **200** | **350** | **500** |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **10.7 תחזית המכירות של מוצרי התכנית:**  [1] פרט בטבלה את תחזית המכירות, החל משנת המכירות הראשונה ובמשך 5 שנים, לפי מוצרי התכנית ולפי שווקי היעד; [2] בהמשך לטבלה פרט את הביסוס לתחזית המכירות ואת וההנחות והשיקולים שבבסיסה  **שים לב! לגבי שיפור ו/או תוספת למוצר קיים, התחזית תתייחס לגידול במכירות שיגרם בגינם**  **\* שים לב! ציין את השנים בטבלה - החל משנת המכירות הראשונה (לדוגמא 2018)** | | | | | | | |
| המוצר | שוק יעד | שנה א \* | שנה ב' | שנה ג' | שנה ד' | שנה ה' | סה"כ |
| 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
| **היקף מכירות** (אלפי $) | **היקף מכירות** (אלפי $) | **היקף מכירות** (אלפי $) | **היקף מכירות** (אלפי $) | **היקף מכירות** (אלפי $) |
| חטיפים עתירי חלבון | מקומי | 275 | 750 | 1,300 | 1,850 | 2,739 | 6,914 |
| חטיפים עתירי חלבון | ייצוא | 0 | 500 | 2,000 | 3,500 | 5,000 | 11,000 |
| **סה"כ** |  |  |  |  |  |  | **17,914** |

**הנחות לתחזית:**

**לפי שער 3.65 ₪ ל1 $. שיעור צמיחה שנתי אינו לינארי ומוערך על פי מידת החשיפה של המוצר ביחס לעוצמת הטרנד הבריאותי והצורך בשוק וכמובן ביחס לגודלו העצום של שוק החטיפים המלוחים, הן בארץ וקל וחומר בעולם.**

**התחזית משקללת גם את הקיטון במכירת חטיפיה הקיימים של החברה עקב העדפת הלקוחות את החטיפים בעלי המאפיינים המשופרים.**

1. **הייצור**

**שים לב! הפרק מתייחס לייצור הסדרתי של המוצרים שבתוכנית (ולא לייצור אבות טיפוס עבור המו"פ)**

**שים לב! לגבי מוצרי התכנית ותוצריה שאין בצדם ייצור (כגון: תוכנה, רישיונות, וכד') יש לציין: "אין ייצור"**

|  |
| --- |
| **11.1 תכנית הייצור - פרט לגבי כל אחד ממוצרי התכנית את:**  [1] תכנית הייצור; [2] האמצעים הפיזיים, התשתיות והמשאבים הפיננסיים הנדרשים לביצוע תכנית הייצור; [3] תחזית הייצור (במונחים כמותיים) על פני 5 שנים [4] היצרנים, מקומות הייצור והשיקולים שבבחירתם |

1. ייצור חטיפי חלבון יבוצע על קו ייצור חדש אשר ירכש במיוחד עבור תוצרי התכנית. הקו יפעל כמערכת רציפה, למעט שלב הכנת העיסה והערבול אשר יבוצעו באופן מנתי בהיותם קריטים לאיכות המוצרים. מרגע הכנת העיסה, הייצור הינו רציף וכולל מעבר דרך אקסטרודר, הסעת החטיפים המוקצפים ע"ג מסוע לעיטוף בתערובת התיבול (וילון/מפל תבלינים), כניסה לתנור אפיה רציף, יציאה במסוע למערכת קירור, אריזה בפלאופאק.

הקו מתוכנן לעבוד תחת בקרה ממוחשבת ממנה נשלטים הפרמטרים השונים וע"פ "תכניות מוצר" שונות.

1. הקו מתוכנן להספק מירבי של 2000 ק"ג/שעה והמפעל פועל כיום בשתי משמרות. הספק זה צפוי לענות על תחזית הייצור והמכירות. במידת הצורך החברה תקלוט עובדי ניהול וייצור נוספים ותעבור לייצור ב 3 משמרות.
2. התאמות מבניות: שטח הייצור הנוכחי של החברה מאפשר התקנת קו הייצור החדש. התאמות מבניות (ניקוזים, חרסינות, רצפת שחיקה ומחסומים סניטריים) יושלמו ע"פ הספציפיקציות הנדרשות לקבלת ההסמכה לתקני הייצור והאיכות הנדרשים.

ייצור המוצרים בתכנית יתבצע אך ורק במפעל חטיפי הכפר בשלומי. נכון להיום זהו אתר הייצור היחידי של החברה.

לחברה ולבעליה ישנם המשאבים הדרושים כדי לעמוד בצרכי ההון החוזר הנובעים מגידול במחזור המכירות. לחברה גם לא יהיה גם קושי לעמוד בעלויות ההקמה של קו הייצור הרציף לחטיפי החלבון.

|  |
| --- |
| **11.2 סטאטוס ההערכות לייצור - פרט את:**  [1] ההיערכות לייצור שנעשתה והמשאבים שהוקצו עד לתחילת תקופת התיק; [2] היקפי הייצור שבוצעו (ביחידות) עד לתחילת תקופת התיק; [3] ההסדרים שנעשו להבטחת היצור בישראל |

היערכות לייצור: בשלב זה בוצע תיכנון תשתיות סניטריות ע"פ ביקורות של משרד הבריאות ן ICQ. התחלו בבניית תשתיות כולל תשתיות מים, חשמל, אוורור, ניקוזים, רישיונות של משרד הבריאות, חדרי קירור והקפאה נוספים התחלנו בתכנון קווי ייצור (כרגע ציוד משוער בלבד). להערכתנו לאחר גמר הניסוי בגרמניה במהלך חודש מארס 2019, נוכל לאפיין את קו הייצור, להזמין ולרכוש אותו, כך שיותקן במפעל לקראת ספטמבר 2019. בוצעו הכנות ראשוניות ופינוי שטח הייצור המיועד להתקנת הקו הרציף.

1. **ניהול סיכונים**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **12.1 פרט את הסיכונים שבביצוע התוכנית ואת אופן ניהולם** | | |
| **#** | **הסיכון** | **ניהול הסיכון** |
| **1.** | החטיפים יהיו בעלי התקבלות טעם ומרקם לא טובים מספיק | ניסויים בקנה מידה מעבדתי מדגימים היתכנות גבוהה. השימוש באקסטרוזיה צפוי לפתור את מרבית בעיות המרקם. טכנולוג המזון (קב"מ) מומחה בתחומו. |
| **2.** | כניסת מוצרים מתחרים ע"י חברות חזקות | להערכת החברה הפרומולציה המושתת על שני החלבונים הצמחיים ובשילוב תהליך האקסטרוזיה, צפוי להעניק לחברה יתרון בטעם ובמרקם ע"פ המתחרות. |
| **3.** |  |  |

1. **התרומה למשק הישראלי**

|  |
| --- |
| **13.1 פרט את התרומה הישירה והעקיפה של התכנית למשק הישראלי** |

**1. הגדלת הפריון/עובד בחברה: הגדלת המכירות ורווחי החברה ושילוב אוטומציה וקו רציף אשר יאפשרו להכפיל את נפח הייצור במספר זהה של עובדים.**

**2. התכנית תאפשר לחברה להתמקד בשווקים מעבר לים – יצוא.**

**3. שיפור בריאות הציבור ע"י תזונה איכותית יותר ובעיקר בקרב ילדים ובני נוער.**

**4. הגדלת התחרותיות בשוק ריכוזי מאד אשר כיום נשלט כיום ע"י שתי חברות ענק.**

1. **תמלוגים**

**שים לב! במידה והתאגיד אינו חב בתשלום תמלוגים בגין תיק זה עבור לסעיף 15**

|  |  |
| --- | --- |
| **#** | **14.1 מוצרים וטכנולוגיות לתשלום [תמ](http://www.economy.gov.il/Legislation/Procedures/Pages/ChiefScientist200-04.aspx" \o "למעבר לקרן תמורה ותקנות התמלוגים לחץ כאן)****[ל](http://www.economy.gov.il/Legislation/Procedures/Pages/ChiefScientist200-04.aspx" \o "למעבר לקרן תמורה ותקנות התמלוגים לחץ כאן)****[ו](http://www.economy.gov.il/Legislation/Procedures/Pages/ChiefScientist200-04.aspx" \o "למעבר לקרן תמורה ותקנות התמלוגים לחץ כאן)****[גים](http://www.economy.gov.il/Legislation/Procedures/Pages/ChiefScientist200-04.aspx" \o "למעבר לקרן תמורה ותקנות התמלוגים לחץ כאן):**  פרט את הטכנולוגיות והמוצרים, לרבות מוצרים שימכרו כשרות, עבורם ישולמו התמלוגים בגין התכנית |
| **1.** | \*\*להבנת חטיפי הכפר, החברה עונה לתנאי הפטור מתשלום תמלוגים בהקשר לתכנית זו |
| **2.** |  |
| **3.** |  |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **14.2 [תיקים המ](http://www.moital.gov.il/NR/exeres/9E18C41A-72E4-433D-9BB8-A306FE5607AC.htm" \o "כל תיק אשר בטכנולוגיה ו/או במוצרים ו/או בתוצרים שפותחו במסגרתו ו/או בחלק מהם, נעשה שימוש במו)****[שויכים לתכנית:](http://www.moital.gov.il/NR/exeres/9E18C41A-72E4-433D-9BB8-A306FE5607AC.htm" \o "כל תיק אשר בטכנולוגיה ו/או במוצרים ו/או בתוצרים שפותחו במסגרתו ו/או בחלק מהם, נעשה שימוש במו)**  רשום את מספרי התיקים השייכים לתכנית זו: | | | | | |
| הגשה ראשונה (ל.ר.) |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |

1. **[הצהרת מקום ייצור ושיעור הערך המוסף של מוצרי התכנית](#הגדרות_כלליות" \o "להצהרת מקום היצור רלוונטיות לגבי שיעור ההשתתפות במימון התכנית ולגבי העברת ייצור מחוץ לישראל מעבר לאמור בה )**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **15.1 הצהרת מקום הייצור ו[שיעו](http://www.economy.gov.il/Legislation/Procedures/Pages/chiefScientistDefinitions.aspx" \o "לחץ למעבר להגדרת המונח שיעור הערך המוסף)****[ר](http://www.economy.gov.il/Legislation/Procedures/Pages/chiefScientistDefinitions.aspx" \o "לחץ למעבר להגדרת המונח שיעור הערך המוסף)** **[הער](http://www.economy.gov.il/Legislation/Procedures/Pages/chiefScientistDefinitions.aspx" \o "לחץ למעבר להגדרת המונח שיעור הערך המוסף)****[ך המוסף](http://www.economy.gov.il/Legislation/Procedures/Pages/chiefScientistDefinitions.aspx" \o "לחץ למעבר להגדרת המונח שיעור הערך המוסף) הכולל לגבי כלל מוצרי התכנית:**  [1] היקף הייצור הכולל של מוצרי התכנית בכל מדינה; [2] הערך המוסף הכולל בישראל של כלל מוצרי התכנית  **שים לב! אם לגבי כל מוצרי התכנית ותוצריה אין ייצור (כגון: תוכנה, רישיונות וכד'), יש לציין: "אין ייצור"**  **שים לב! טבלה זו תועתק כלשונה על ידי הבודק/ת המקצועי/ת לחוות הדעת ותוצג בפני חברי ועדת המחקר** | | | | | | | | |
| **כלל מוצרי התכנית** | **[אר](http://www.economy.gov.il/Users/yishai.THEMIR/Google%20Drive/המדען%20הראשי/Dictionry.htm)****[ץ](http://www.economy.gov.il/Users/yishai.THEMIR/Google%20Drive/המדען%20הראשי/Dictionry.htm)** | **ישראל** | | **ציין את שם המדינה** | | **ציין את שם המדינה** | **ציין את שם המדינה** | **.........** |
| [היקף הייצור הכולל (%)](#היקף_היצור_הכולל_141" \o "באחוזים [%]. יחושב לגבי כל מדינה על פי עלויות היצור של כלל המוצרים במדינה ביחס לסך עלויות היצור  של כלל המוצרים בכלל המדינות.) | 100 | |  | |  |  |  |
| [הערך המו](http://www.moital.gov.il/NR/exeres/9E18C41A-72E4-433D-9BB8-A306FE5607AC.htm" \o " באחוזים [%]. יחושב על פי הגדרת הערך המוסף רק לגבי ישראל ביחס לכלל המוצרים נשואי התוכנית המיוצרים בישראל. לחץ כאן להגדרת הערך המוסף)[סף ה](http://www.moital.gov.il/NR/exeres/9E18C41A-72E4-433D-9BB8-A306FE5607AC.htm" \o " באחוזים [%]. יחושב על פי הגדרת הערך המוסף רק לגבי ישראל ביחס לכלל המוצרים נשואי התוכנית המיוצרים בישראל. לחץ כאן להגדרת הערך המוסף)[כ](http://www.moital.gov.il/NR/exeres/9E18C41A-72E4-433D-9BB8-A306FE5607AC.htm" \o " באחוזים [%]. יחושב על פי הגדרת הערך המוסף רק לגבי ישראל ביחס לכלל המוצרים נשואי התוכנית המיוצרים בישראל. לחץ כאן להגדרת הערך המוסף)[ולל (%)](http://www.moital.gov.il/NR/exeres/9E18C41A-72E4-433D-9BB8-A306FE5607AC.htm" \o " באחוזים [%]. יחושב על פי הגדרת הערך המוסף רק לגבי ישראל ביחס לכלל המוצרים נשואי התוכנית המיוצרים בישראל. לחץ כאן להגדרת הערך המוסף) | 80 | | --- | | --- | --- | --- |
| **ציין באם:** | | | **כן/לא** | | **פרוט אם התשובה שלילית** | | | |
| הפיתוח יבוצע ע"י תושבי ישראל | | | כן | |  | | | |

|  |
| --- |
| **15.2 הסיבות לייצור המוצרים בחו"ל:**  לגבי כל אחד מהמוצרים פרט ונמק את הסיבות לייצורו המלא או החלקי מחוץ לישראל |

**לא יבוצע ייצור בחו"ל**

1. **הצהרה לגבי ביצוע מחקר שאושר כמדעי**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **ציין באם:** | **כן/לא** | **פרוט אם התשובה חיובית** |
| התוכנית כוללת ביצוע מחקר שאושר כמחקר מדעי בהתאם לחוק מס הכנסה (הטבות להשקעה בניירות ערך שתמורתם נועדה למחקר מדעי), התשמ"ד-1983 | לא |  |

1. **הצהרות לגבי מימון התכנית על ידי גורם חיצוני**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **ציין באם:** | **כן/לא** | **פרוט אם התשובה חיובית** |
| התכנית תתבצע על פי הזמנה של אחר, תמורת תשלום מלא או חלקי הניתן כנגד מתן זכויות בעלות, חלקית או מלאה, בידע או [במ](http://www.moital.gov.il/NR/exeres/9E18C41A-72E4-433D-9BB8-A306FE5607AC.htm" \o "לחץ למעבר להגדרת המונח )[וצר](http://www.moital.gov.il/NR/exeres/9E18C41A-72E4-433D-9BB8-A306FE5607AC.htm" \o "לחץ למעבר להגדרת המונח )? | לא |  |
| התכנית או חלק ממנה ממומנת בידי אחר, שלא במסגרת הזמנה לפי הסעיף הקודם? | לא |  |
| עומד להתקבל ו/או התקבל, לשם ביצוע התכנית, סיוע מהממשלה או מרשות החדשנות (שלא לפי הוראות מסלול המשנה הרלוונטי)? | לא |  |
| ביחס לתכנית שת"פ בין לאומי - האם אחד מהצדדים לתכנית (התאגיד או מי מהשותפים הזרים) מעניק לצד האחר מימון בגין הוצאותיו בתכנית? | ל.ר. |  |

1. **הצהרות לגבי התאגיד ובעלי מניותיו**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **ציין באם:** | **כן/לא** | **פרוט אם התשובה שלילית** |
| התאגיד אינו בעל חשבונות מוגבלים ואינו נמצא בתהליך כינוס נכסים, הקפאת הליכים, פירוק, פשיטת רגל, הסדר נושים, הסדר חובות או כל הליך דומה אחר | כן |  |
| התאגיד וידא מול כל אחד מבעלי מניותיו כי הם אינם בעלי חשבונות מוגבלים ואינם נמצאים בתהליך כינוס נכסים, הקפאת הליכים, פירוק, פשיטת רגל, הסדר נושים, הסדר חובות או כל הליך דומה אחר | כן |  |

1. **הצהרה לגביי ייעוץ וליווי במילוי והגשת הבקשה**

בעת כתיבת בקשה זו התאגיד נעזר ביועץ חיצוני **לא.** במידה והתשובה היא כן- יש לפרט:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **שם היועץ** | **חברת ייעוץ** | **הסיבה לשימוש בייעוץ** |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

1. **הצהרה**

הריני מצהיר בזה כי המידע המופיע בבקשה זו הינו למיטב ידיעתי המידע הנכון, המעודכן ביותר והמלא המצוי בידי התאגיד ובידיעתי האישית וכי אני מתחייב להודיע לרשות החדשנות על כל מידע חדש שיהיה קיים בידי התאגיד ובידיעתי האישית ואשר יהיו בו כדי להשפיע על המוצר המפותח ויכולת התאגיד מכל היבט שהוא. למיטב ידיעתי, ונכון עד תאריך הגשת הבקשה, אין התאגיד נתבע ע"י צד שלישי בנושאי קניין רוחני, סכסוך עסקי או כל תביעה שהיא ואין בדוחותיו הכספיים בשנתיים האחרונות כל הערה משמעותית של רואי החשבון של התאגיד ביחס למצבו הכספי.

**במידה והאמור אינו נכון - יש לפרט:**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **תאריך** | **תפקיד** | **שם** | **מס' ת.ז.** |
| 15.08.18 | **מנכ"ל** | איתן גלילי | 123456789 |
| 15.08.18 | **מנהל המחקר והפיתוח** | גולן גולני | 112233445 |