בחירת הצרכנים
Israel Superbrands
2021

עוסקים בנתינה

ארגון Superbrands ו"ידיעות אחרונות" יעניקו זו השנה החמישית ברציפות פרס על מעורבות חברתית יוצאת דופן ותרומה משמעותית לקהילה. הפרס יוענק על שמה של פולה מוזס ז"ל, רעייתו של נח מוזס ז"ל, העורך האחראי הראשון של "ידיעות אחרונות".
הכירו את החברות והארגונים המועמדים לפרס

אתי וגבי רוטר, מנכ"לים משותפים של קסטרו, זוכי הפרס בשנת 2017, עם אתי עמיעד, מנכ"לית סופרברנדס | צילום: פרי מנדלבוים

כיתוב תמונה בפונט נרקיס בלוק כיתוב תמונה בפונט נרקיס בלוק

אירים ליפשיץ־קליגר

מדי שנה מעניק בישראל ארגון Superbrands הבינלאומי אותות הצ־טיינות על הישגים משמעותיים, המו־ענקים למנהלים בכירים במשק על מנהיגותם השיווקית ועל תרומה יוצאת דופן לתחום המו־תוג. בחמש השנים האחרונות מועניק בשיתוף "ידיעות אחרונות" גם פרס מיוחד לארגונים שתרמו תרומה משמעותית לקהילה והפגינו מעורבות חברתית יוצאת דופן. הפרס קרוי על שם פולה מוזס ז"ל, אשתו של העורך האחראי הראשון של "ידיעות אחרונות", נח מוזס ז"ל.

"אנחנו ב־Superbrands רוצים לפעול ביחד עם מותגי־העל של ישראל כדי להיות מעורבים יותר בקהילה. ולכן, כחלק משיתוף הפעולה שלנו עם קבוצת 'ידיעות אחרונות' אנחנו מעניקים גם השנה פרס מיוחד למותגי־העל שבשנה האחרונה תרמו לדעת ועדת ההיגוי שלנו תרומה גדולה ומשמעותית לקהילה, ובמיוחד בתקופה מאתגרת זו של התמודדות עם משבר הקורונה", אומרת אתי עמיעד, מבעלי קבוצת "בראבו", המנהלת את פעילות Superbrands בישראל.

הזוכה ייבחר על ידי ועדת ההיגוי של Superbrands, המורכבת מ־17 דקאנים של בתי ספר למנהל עסקים וראשי חוגים לשיווק במכללות ובאוניברסיטאות המובילות. בראש הוועדה עומד פרופ' יעקב הורניק מאוניברסיטת תל־אביב.

אז מי המועמדים שלנו השנה?

סודהסטרים
דו־קיום עם תושבי הנגב

חברת סודהסטרים עוסקת מזה שנים רבות בקידום הדו־קיום בנגב. ביישוב כסיפה הוקם מפעל מכשירי הגזה המספק תעסוקה לעשרות נשים בדואיות שאינן יכולות לצאת משטחי היישוב למקום עבודה אחר בשל מגבלות מסורת. מרביתן לא התפרנסו לפני כן מעולם.

בנוסף הכריזה החברה כי בכל יום חמישי ועד סוף משבר הקורונה היא תרכוש לעובדי המפעל שי תוצרת עסקים ישראליים ברדיוס הארץ: מפרחים, דרך דברי מאפה ועד שמן זית כחלק מהניסיון לתרום לכלכלה בישראל ולהגיע אותה.

דלתא ישראל
ייצוג ונראות של בעלי צרכים מיוחדים

יצרנית הפיג'מות וההלבשה התחתונה דלתא משקיעה השנה בייצוג ונראות בעלי צרכים מיוחדים במרחב הציבורי. במסגרת קמפיין צי־לומי האופנה והפרסום של החברה דלתא משלבת דוגמנים עם ובלי צרכים מיוחדים, המדגמנים יחד את קולקציית המותג. הציולומים מקודמים בקמ־פיינים דיגיטליים, ברשתות החברתיות, בשילוט חוצות וברשת החנויות. המסרים המלווים את התמונות מתמקדים בקולקציה ובקידום מכירות ולא בנושא הצרכים המיוחדים, זאת על מנת ליצור שילוב טבעי ואותנטי.

בנוסף, ביחד עם תנועת הנוער "כנפיים של קרמבו" דלתא משלבת את חניכי התנועה בצי־לומי האופנה של דלתא וכן מוכרת בחנויות מוצרים שהתכנסות מהם יוקדשו לפתיחת סניפים חדשים של "כנפיים של קרמבו".

מלונות דן
פרויקט "מלונות הקורונה"

במארס 2020, עם פרוץ מגפת הקורונה, ול־מרות שנאלצו להפסיק פעילות מלונאית, לנ־קוט בצמצומים מיידיים ולהוציא אלפי עובדים לחל"ת, החליטו במלונות דן לרקום שת"פ ייחודי ראשון עם המדינה, במטרה להשמיש "מלונות קורונה" לאירוח חולים ומבודדים המודרים מה־קהילה ולאפשר המשך העסקת חלק מהעובדים. למרות החשש הבריאותי והסיכון למוניטין הח־ליטו בהנהלת הרשת להיות הראשונים בישראל להפעיל מלונות קורונה, מתוך שליחות ורצון טוב להעניק למחלימים ולמבודדים שהורחקו ממשפחותיהם.

הפרויקט חייב בין היתר הדרכות ומיגון לעובדים שנרתמו למשימה, והתאמת המלונות לייעודם החדש. בעקבות היזומה החלוצית של הרשת, ששימשה כמודל מבורך לחיקוי, גם מלונות אחרים הצטרפו לפרויקט.

כאל
מיזמי "כאל בקהילה"

תחום האחריות החברתית בכאל מתבסס על שני עקרונות: האחד, חיבור לליבה העסקית (כדוגמת פרויקט "עיגול לטובה"); השני מבוסס על הקצאת משאבים כספיים לצד משאבים אנו־שיים המשלבים פעילות התנדבותית (כדוגמת פעילויות להגשמת חלומות של נוער בסיכון, חיילים בודדים, קשישים וניצולי שואה).

בתקופת משבר הקורונה כאל גייסה את עוב־דיה לעשייה התנדבותית מרחוק על מנת להפיג את בדידותם של קשישים וניצולי שואה באמ־צעות שיחות טלפוניות שבועיות, וכן בהשקת מיזם "אפייה חברתית", שבמהלכו עובדי כאל אפו וארזו עוגות וחילקו אותן לבתי דיור מוגן. העובדים גם העניקו סיוע לתלמידים בהכנת שיעורי בית באמצעות שיחות ויידאו, ואפילו פעלו למען בעלי החיים ואימצו כלבים וחתולים שננטשו בזמן המשבר.

בנק הפועלים
למען הקהילה

עם פרוץ המשבר נרתם הבנק לסייע כלכ־לית לבתי חולים ולצוותים הרפואיים, לתמוך באוכלוסיות ובמשפחות שנפגעו מהשלכות המ־שבר, ולתת ייעוץ וליווי להתנהלות פיננסית נכונה לעמותות ולמשפחות. כך, למשל, הבנק תרם 750 אלף שקל להקמת מחלקות קורונה, סייע לגייס 2 מיליון שקל למד"א באמצעות כפ־תור תרומות ייעודי באפליקציית bit, וגם תרם 1.1 מיליון שקל לארגונים חברתיים המסייעים לקשישים, ניצולי שואה ומשפחות במצוקה. בנוסף, גייס באמצעות ביט 8.5 מיליון שקל לע־מותות שמסייעות למשפחות ולעסקים שנפגעו מהמשבר, ואף תרם 3 מיליון שקל עבור מיזמים שמעניקים כלים, ידע וליווי אישי המסייע למו־בטלים לשוב למעגל התעסוקה. בנק הפועלים סייע גם ל־300 ארגונים חברתיים בייעוץ ובכלים כדי לאפשר להם לצלוח את המשבר, לצד הכ־שרת 2,230 ילדים בקורס אונליין חינמי שהכין אותם להיות "המנהלים הצעירים של המחר". בנוסף הוקם מוקד מומחים כדי לסייע לציבור באתגרים הקשורים בניהול כלכלת המשפחה.

מגדל חברה לביטוח
התנדבות בזמן קורונה

במהלך משבר הקורונה החברה דאגה לביטחונם הבריאותי והתעסוקתי של העובדים, הקדימה תשלומים לספקים ולסוכנים, וידאה שקצבאות מקבלי הגמלה לא תיפגענה מהירידות בשוק ההון, שמרה על זכויות הלקוחות שהוצאו לחל"ת וסיפ־קה פתרונות ביטוח לעסקים קטנים. 20% מתקציב ההשקעה החברתית של מגדל הופנו לתוכניות חירום, בכללן תרומה להצטיידות ולשיפור המיגון של צוותים רפואיים, תמיכה בעמותות מקומיות המטפלות באנשים מבוגרים בקהילה, ועוד.

אנגלו סכסון
פרויקט מחשב לכל ילד

המעבר ללמידה מרחוק בשל הקורונה הוביל לצורך קריטי במחשב לכל תלמיד. באנגלו סכסון מציינים כי כיום יש בישראל כ־150,000 ילדים שז־קוקים למחשב, ולכן החליטה החברה לתרום מחשב לכל ילד. הפרויקט החל ביוזמה של ענת ריינברג, זכיינית סניף נתניה. הנהלת הרשת התחברה ליוזמה שתואמת את חזון המותג והחליטה להשיק אותו בהיקף הארצי, כשמתוך עמלת התיווך של עסקאות מכירת נכסים הרשת מממנת רכישת מחשב.

מזרחי טפחות
"מזרחי טפחות בקהילה"

הבנק פעל בזמן הקורונה בשני ערוצים עיקריים: האחד – מתן מענה לפניות לסיוע לאוכלוסיות שנפגעו במיוחד בגלל המשבר, כגון סיוע ברכישת וחלוקת סלי מזון, מחשבים, סיוע לקשישים, לאנשים עם מוגבלות, למרותקי בית, ועוד. השני – בחינה מחודשת של כל הפרויקטים ושיתופי הפעולה הקיימים וביצוע התאמתות הנדרשות כדי להבטיח רציפות גם בימי הקורונה.

בנוסף, מעבר להקצאת התרומות הושם דגש בפעילות הקהילתית של הבנק על מציאת פת־רונות יצירתיים ומומקרים לצרכים ייחודיים של גופים עימם מתקיימים שיתופי פעולה לאורך השנה. כך, למשל, הקימה "מודחי טפחות בקהילה" בנחרת ממנטורים מתוך אנשי הבנק שתסייע בייעוץ מקצועי למיזמים חברתיים שנ־קלעו למשבר כתוצאה מהקורונה.

דרך נוספת בה הבנק תמך וסייע לעמותות ולארגונים במגפה היא באמצעות עידוד התנד־בויות של מנהלי ועובדי הבנק ובני משפחותיהם במשימות שונות, רכישת מתנות מעמותות וע־סקים חברתיים, ועוד.

מזרחי טפחות
"נותנים בחזרה לקהילה"

עם פרוץ משבר הקורונה בישראל יום מפעל הפיס, יחד עם השלטון המקומי, פעילויות סיוע לקהילה, ביניהן ניתן למנות את היזוק מערך הרפואה בישראל באמצעות תרומה של 36 מי־ליון שקל ל־26 בתי חולים. הושק פרויקט "מד"א בקהילה" שמטרתו צמצום דרמטי של הפונים לחדרי מיון בבתי החולים. בנוסף, הוקצו 1.7 מיליון שקל לשובת בניית חדרי מנוחה ורגיעה לצוותים הרפואיים והפרה־רפואיים. במקביל הושק מהלך נוסף שנועד לסייע לעולם התרבות הישראלי באמצעות הקצאת כספים ופרויקטים כדוגמת "תרבות פיס ברחוב", שסיפק תעסוקה לכ־300 אמני רחוב ומוזיקאים, ביחד עם מימון הופעות ואמנות בגנים הלאומיים של רשות הטבע והגנים. מפעל הפיס גם חבר לאפליקציה איזי, להקמה משותפת של מיזם "ישראלים ליש־ראלים" שתומך בקהילה, ויצא בקמפיין "זה הרגע לקנות ישראלי" – לעידוד קנייה כחול־לבן.

RE/MAX
עם הצלחה לא מתווכחים

רי/מקס
שת"פ עם עמותת "גדולים מהחיים"

רשת רי/מקס מנהלת שותפות ארוכת שנים עם עמותת "גדולים מהחיים", הכוללת מספר רבדים, החל מתרומות כספיות של הנהלת הרשת ועד לתרומות כספיות של חברי הרשת, סוכנים וזכיינים, התורמים מתוך עמלות התיווך שהר־וויחו. כנגד התרומה הנהלת הרשת מנפיקה תעו־רדת הוקרה ללקוח. בנוסף, חברי הרשת מקדישים מדי שנה שעות רבות של התנדבות לעמותה, במוקדי שידור, באירועים, בהתרמות, ועוד.

מפעל הפיס
"נותנים בחזרה לקהילה"

עם פרוץ משבר הקורונה בישראל יום מפעל הפיס, יחד עם השלטון המקומי, פעילויות סיוע לקהילה, ביניהן ניתן למנות את היזוק מערך הרפואה בישראל באמצעות תרומה של 36 מי־ליון שקל ל־26 בתי חולים. הושק פרויקט "מד"א בקהילה" שמטרתו צמצום דרמטי של הפונים לחדרי מיון בבתי החולים. בנוסף, הוקצו 1.7 מיליון שקל לשובת בניית חדרי מנוחה ורגיעה לצוותים הרפואיים והפרה־רפואיים. במקביל הושק מהלך נוסף שנועד לסייע לעולם התרבות הישראלי באמצעות הקצאת כספים ופרויקטים כדוגמת "תרבות פיס ברחוב", שסיפק תעסוקה לכ־300 אמני רחוב ומוזיקאים, ביחד עם מימון הופעות ואמנות בגנים הלאומיים של רשות הטבע והגנים. מפעל הפיס גם חבר לאפליקציה איזי, להקמה משותפת של מיזם "ישראלים ליש־ראלים" שתומך בקהילה, ויצא בקמפיין "זה הרגע לקנות ישראלי" – לעידוד קנייה כחול־לבן.

שירותי בריאות כללית
תמיכה במתמודדי נפש

במאי 2020 המרכז לבריאות הנפש "שלוותה" הציף את נושא התמיכה במתמודדי הנפש, כדי להעלות לתודעת הציבור את נושא בריאות הנ־פש באופן מעורר אמפתיה. המרכז העלה קמפיין תחת הסיסמה "אל תשאירו אותנו לבד, עזרו לנו לחזור לחיים", במטרה להגיע לקהל רחב ככל הניתן ולסייע למתמודדי הנפש באתגר חשוב זה.

סופר־פארם
קמפיין למיגור הסטיגמה בבריאות הנפש

הסטיגמה בנוגע להפרעות נפשיות גורמת לחולים ולבני משפחותיהם להתבייש, להסתיר את המחלה ואף להימנע מטיפול, עד כדי פגיעה בסיכויי ההחלמה והשיקום. אחד מארבעה ישרא־לים סובל מהפרעה נפשית, אבל הסטיגמה המ־תלווה למחלה הופכת את העול לכבד עוד יותר.

סופר־פארם, בשיתוף עמותת ידידי בית החו־לים נהה, השיקה קמפיין שמטרתו להיאבק בר־עות הקדומות. במסגרת הקמפיין הוצגו ראיונות עם ידוענים על התמודדותם האישית עם קשיים נפשיים ועם הסטיגמה. בנוסף, סופר־פארם הצי־עה למכירה בקבוקוני פלסטיק ב־10 שקלים ובהם 30 מגנטים עם מילים להעצמה אישית, וההכנסות נתרמו לעמותת ידידי בית החולים.

לוריאל ישראל
תוכנית הסולידריות

בתקופת הקורונה חברת "לוריאל" נרתמה לסייע לצוותי קורונה ולאוכלוסיות בסיכון. הח־ברה תרמה עשרות אלפי יחידות אלכוג'ל רפואי לצוותים רפואיים, לעובדי מד"א ולקשישים. בנו־סף, נאספו פריטי לבוש, חשמל, צעצועים, ריהוט, ועוד על ידי עובדי החברה כתרומה לקהילה, והנהלת לוריאל תרמה אלפי חבילות שי עם מוצרי החברה לצוותים הרפואיים. כמו כן הושקה "קרן לוריאל" למען נשים שמסייעות למי שנפגעו כלכלית וחברתית מהמשבר, זאת לצד תוכנית הקיימות החדשה "לוריאל למען העתיד", שנותנת גם מענה לאתגרים החברתיים והסביבתיים של העולם, שהתגברו במהלך הקורונה.

בנק לאומי
"עוזרים לסבא וסבתא"

בתקופת הקורונה יזם בנק לאומי מהלכים לטובת אוכלוסיית הגיל השלישי. כך, למשל, ביחד עם עמותת "מחשבה טובה" בנבו מערכי שיעור בזום המותאמים לגיל השלישי בנושא כלים וערוצי התקשרות דיגיטליים; ונולד גם נוהל שת"פ עם קהילת "סבא סבתא – הסי־פור האמיתי" בפייסבוק, המונה כבר למעלה מ־40,000 חברים. במסגרת השת"פ סופק תוכן שהפיג במעט את הבדידות. בנוסף, הונגשו שי־רותים דיגיטליים ופיננסיים לקשישים באמצעות בנקאים שיצאו לבתי אבות ודיור מוגן והעניקו שירות בנקאי מלא ואישי. בסניפי הבנק ובמוקד הטלפוני ניתן תעדוף לאוכלוסייה המבוגרת, והותאמו שירותים לסקייפ ולזום. עובדי הבנק בעצמם נרתמו לעשייה חברתית, ביקרו בבתיהם של קשישים בודדים והצטרפו למערכי שיחות שבועיות להפגת הבדידות של ניצולי שואה.

האגודה למלחמה בסרטן
תגבור קבוצות תמיכה בכל מדיה אפשרית

האגודה למלחמה בסרטן בישראל תמכה בשנה האחרונה בכ־75 מחקרים שמטרתם למנוע ולרפא מחלות סרטן, מנהלת את פרויקט הסריקה הארצי בממוגרפיה לגילוי מוקדם של סרטן, מפעילה תוכניות לגילוי מוקדם של סרטן המעי הגס ומקיימת את שבוע המודעות לסרטן העור. בזמן הקורונה, שבה חולי הסרטן עלולים להיות בסיכון מוגבר, תיגברה האגודה את הפעילות במדיה הדיגיטלית והיא כוללת כיום קבוצות תמיכה, עדכונים שוטפים ומענה רציף ומקצועי במוקדי המידע והתמיכה הטלפוניים.

שטראוס
מסייעים לנפגעי הקורונה

שטראוס יזמה בשנה האחרונה פעולות רבות, דוגמת הוצאת משאית מזון שעברה ב־70 בתי חולים ונקודות מד"א. בנוסף, המותג "מילקי" הרים אירוע קיץ באוויר הפתוח כדי לייצר פרנסה למאות עובדי ועובדות במה ולאפשר למשפחות לצאת יחד וליהנות, כשכל ההכנסות נתרמו לארגון "לתת". שטראוס מים (תמ"י 4) פיתחה ותרמה 100 עמדות סניטציה לבתי חולים, ובנוסף, יחד עם ארגון "לתת", נוהל הפרויקט "יחד עושים טוב" במסגרתו 10,000 משפחות קיבלו מדי חודש שוברי קנייה בשווי 200 שקל. מיזם מבורך נוסף היה "מתוק לנשמה", במסגרתו נתרמו מרכיבים להכנת עוגה, ומתנדבים הכינו מהם עוגות שחור־לקו לקשישים ולחולים. שטראוס אף אימצה את העסק החברתי "האריה והתרנגול" – מיזם שמכ־שיר בני נוער משכונת התקווה במקצוע הקולי־נריה: החברה תרמה ארוחות בשווי 50 אלף שקל שהוכנו על ידי המיזם ונשלחו לבי"ח איכילוב.