

# ISRAEL BRANDS 2025

## המותגים הישראליים שיכנבו ב-2025



לאחר שיחות ובדיקות עם עשרות מנהלות שיווק, מנהלות מותג, חברות מיתוג, לקוחות, מכוני מחקר, להלן הרשימה של ה-Brand Academy למותגים הישראליים או של חברות ישראליות, שכדאי לעקוב אחריהם ב-2025.

# Incense

## מותג בשמים ישראלי פרימיום



לפני כשנה הושק בארץ מותג הבישום הישראלי Incense במטרה לייצר מתחרה מקומית חזקה למותגי הבישום הבינלאומיים. עם סיפור מותג ייחודי, מוצר מעולה ומיתוג חדשני ובולט המגיע מעולם התרופות המותג מגדיר עצמו צרפתי – ישראלי, שכן הוא נרקח, מופק ומופץ על הקו שבין שתי המדינות. הניחוחות וחומרי הגלם נרקחים בצרפת על ידי אנשי ונשות הבישום המובילים בתחום. והמוצרים מיוצרים במפעל ייחודי בארץ ממנו משווקים למגוון נקודות ואתרי סחר גדולים. בשנה מאז נוסד הצליח למצב את עצמו כמוביל בתעשייה המקומית והחל להימכר גם בטרמינל איקס. שנת 2025 יכולה בהחלט להיות השנה שלו, הם נוקטים בשיטות שיווק ייחודיות הנשענות על כמויות מוגבלות, ושיתופי פעולה עם רוקחים צרפתיים.

# Instead

## הסדרה הטבעונית של עוף הגליל



חברת עוף הגליל יוצאים עם סדרה טבעונית, בשם INSTEAD המיובאת מהולנד ונחשבת ברמה איכותית מאוד גבוהה. בהחלטה אסטרטגית הם בחרו לבנות את המותג הזה באופן עצמאי ולא כעוד מותג של עוף הגליל. למותג יש אתר נפרד המציג את כל המוצרים, סיפור המותג, מתכונים, ועושה רושם שהם באו ליצור קהילה ולתפוס מובילות של קטגוריית תחליפי הבשר הטבעוניים.

## גרופר המשקה שיגרום לכם לחחח



am Natan

המשקה הישראלי שנמצא איתנו כבר 5 שנים, הכולל מים, גז ופרי סחוט, ללא כל תוספות. המותג אשר ב-2024 עלה לראשונה על שלטי חוצות עם החידוש הגדול – פחיות המשקה, אפשר לציבור להכיר יותר את תפוחה, לימונדה, פטלה יעשה לדעתינו את הקפיצה הגדולה השנה.

למה? כי הוא מוצר אמיתי עם ערך, בריא וטעים, ועם מיתוג ושפה ייחודית. שנת 2025 תהיה שנת הגרופר, ומי שלעדיין לא טעם. שווה טעימה.

על כל שפת המותג אחראית מעצבת הבית: ליאן ברונשטיין.

# Naot

## זה רק מתחיל



טבע נאות יצאה עם המיתוג החדש, אשר מעבר לטון והסטייל והמיצוב האופנתי והחדשני, שומר ומדגיש את הקשר למלאכת היד, העבודה בחומרים שורשיים ואיכותיים. והם רק בהתחלה, חנויות בעיצוב חדשני וחוויתי, מוצרים חדשים, 2024 היתה רק יריית הפתיחה.

על המיתוג אחראים חברת Notable מחו"ל וחברת Firma בישראל.



# MOLET

## מותג הרהיטים בני הקיימא



החברה לייצור רהיטים ממוחדשים אשר הוקמה ב 2018 , צוברת עוד ועוד תאוצה , הן בקרב ובזכות האנשים והתנועה לשימור הסביבה והקיימות , והן בגלל הייחודיות העיצובית של הרהיטים . MOLET משמעו MOdulate your palLET , מציעים דרך מחשבה חדשנית על ייש להם קיטים להרכבה, סדנאות למבוגרים וילדים , ולארגונים , והלוגו הטבוע בפינת כל רהיט שלהם , הצליח לבסס ערך , ואמירה , שזה לא עוד עץ ממוחזר אלא עץ ממוחזר של מולט .

# סדרת Artizenali

## המהלך הנועז של יקב תבור



יקב תבור אחד מהיקבים הגדולים בארץ, הרגיש שהמותג תבור לא מספיק גבוה, והחליט ללכת למהלך אסטרטגי נועז של העברת השם תבור לאחור, ובניית מותג פרימיום חדש בשם Artisenail פירוש המילה בעברית שנעשה ביד אומן, שיוצר במלאכת יד, לא תעשייתי. לזקני כפר תבור השינוי קשה לעיכול אך מדובר מהלך אמיץ ביותר ליון משובח עם סיפור מותג חזק. על המיתוג אחראית חברת ברוך נאה

# סבוקאלם שנת הקאמבק



בשנת 2022 נרכש המותג סבוקאלם ע"י חברת ש. שסטוביץ'. חברת שסטוביץ' /לקראת שנת 2025, השיקו בסבוקאלם מיתוג חדש: האריזות עברו מתיחת פנים, מגוון המוצרים חולק לשלוש סדרות חדשות, הלוגו התחדש. והם נראים ומרגישים לא פחות טוב מקליניק. ב-2025 הם אמורים לצאת עם קמפיין השקה למיתוג החדש, ומוצרים חדשים.

על המיתוג אחראית חברת Open



**LOADZ**

ה-UBER של הכביסה

# Meet Loadz

Laundry Done,  
Life Unpaused



Save Time And Energy

תארו לכם, שיותר אינכם צריכים לדאוג לכביסה שלכם, השכנה שלכם תעשה זאת במקומכם כי אינכם צריכים יותר ללהעביר למכבסה אלא לשכנה שלכם מקומה רביעית, שתיקח את הכביסה ותחזיר לכם, מקופלת ונקייה, ובמחיר יותר אטרקטיבי. מתאים? אז זה בדיוק הרעיון של אפליקצית LOADZ הישראלית. 2025 הוא יוצא לאוויר ובדיוק כמו UBER או AIRBNB מדובר על כלכלה שיתופית קלאסית המחברת בין אנשים המעוניינים בהכנסה נוספת לבין כאלה המחפשים מחיר ונוחות. על המיתוג והקידום אחראים sivan group.

# Air Haifa

## לטוס מהצפון זה פשוט



חברת התעופה החדשה, הישראלית הרביעית, שאחד מבעליה הוא ניר צוק המייסד של פאלו אלטו, חרטה על דגלה להיות חברת תעופה אחרת, פשוטה וידידותית לסביבה, כרגע יש לה 3 יעדים, כמובן שכולם מחיפה: לרנקה, אילת ואתונה. מי שנכנס לאתר שלהם פוגש חברה ידידותית, ירוקה ופשוטה. וכך הם כותבים על המותג שלהם: אנו מאמינים שצריך להיות פשוט לטוס לחו"ל, ואנו פועלים כדי להפוך זאת למציאות יומיומית. האצטרובל, בלוגו שלנו, משקף את השאיפה שלנו ליצור עתיד ירוק ובר-קיימא לתעופה בישראל ובמקביל מסמל את היער ואת הטבע השופע של אזור הצפון על המיתוג אחראית חברת Open

# סופרטל

## כל יום מחדש

פתוחים משש  
עד חצות,  
כל יום מחדש



אנחנו כאן,  
בשבילכם,  
כל יום מחדש



כל יום מחדש, רשת הסופרים שתעשה בית ספר לכולם. כולם מכירים את רני צים, הבעלים לשעבר שמכר את כמעט חינם ב 350 מיליון ומאז הקים אימפריה של מרכזי קניות והשקעות נוספות. ובכן, ב-2024 האחרונה הולכים ונפתחים סופרמרקטים חדשים, בבעלותו. והם אחרים. אמנם המחירים שלהם זולים, אך הם באומץ רב הלכו על מותג המבטיח לכם סחורה איכותית כל יום מחדש.

כל יום מגוון חדש, כל יום מוצרים חדשים, כל יום טריות, כל יום התרגשות חדשה. וסופרטל שונה בהכל, החל מהשם זה לא חצי חינם או בול, או boom או סטופמרקט זה פשוט סופרטל. הרשת בראש ובראשונה רוצה לעשות טוב. היא על שם האח, טל צים, אשר סבל מבעיות בריאותיות והוא חרש, אבל מקצוען אמיתי בקימעונאות, והוא הרוח החייה מאחורי המותג האנושי, וטוב הלב הזה.

אשר יודע בדיוק מה בדיוק אנו הצרכנים רוצים. לצאת עם חיוך, איכות ומחיר. ואם תצפו בסרטון שלהם שבאתר, תבינו למה הם יהיו מותג פורץ דרך ב 2025.

# קפה בוקה

## אל תקראו להם מותג



אל תקראו להם רשת, ואל תקראו להם מותג, אין להם יומרות, הם פשוט בית שמארח, אבל עם טויסט, הכל טעים ומוגש טיפה אחרת, ותמיד יחייכו אליך ולא סתם, חיוך מאולץ, באמת. ויש ספות, ויש ריהוט ועיצוב אקלקטי, ואין שפה ויש שפה של אין שפה. ויש מותג בית קפה קהילתי אמיתי, ב-2025 אנחנו רואים איך עוד סניף ועוד סניף נפתח, לא בגלל שהם רוצים להיות ענקים, בגלל שהם באו לעשות טוב



## מועדון החברים של מלון גורג



איך, איך לעזאזאל, לא רק שהצליחו לפתוח בית מלון ייחודי במיקום בעייתי, אלא גם הצליחו לצד המצב שכל חללי העבודה נאבקים על שכירויות לפתוח מועדון חברים של גורג, בתשלום של 15,000 ₪, ואנשים נרשמים, וזה נחשב ונחשק. שאפו למיתוג שעשו Brave ושאפו לבעלי המלון שלא הסתפקו רק במלון ורצו גם מועדון חברים. ב-2025 המועדון ילך ויגדל, ומי יודע אולי יוולד עוד גורג קטן וחדש. על המיתוג אחראית חברת Brave

# נוביקס

## מיצוי צמחי מרפא אמיתי



צמחי מרפא ישראלים, חברה שמחברת בין שתי משפחות המביאות בצורה מדוייקת ואמיתית, עמוקה את הסגולות הייחודיות של צמחי מרפא. הם מגדלים בעצמם את הצמחים, הכל מגיע משלה השתילה עד הבקבוק. מוצר איכותי לשיפור איכות החיים. בשילוב מיתוג יפהפה, המכיל את כל הקריריונים של בניית מותג אמיתי: יתרון אמיתי, אתר שהוא מותג, צבע אחד, עיצוב מדוייק, יצירת קהילה, שפה ורבלית מיתוגית.

# Sweetango

## לא להאמין שעד עכשיו זה לא פרץ



המותג סוויטאנגו עשה עלייה לארץ לפני 10 שנים, ממתיק סוויטאנגו עשוי מרכיבים מן הטבע, אריתריטול וסטיביה, המעניקים טעם מתוק במיוחד ומאופיינים עם 0 סוכרים ו-0 קלוריות וכל זה ללא טעמי לוואי. הוא בטוח גם לחולי סוכרת ומאושר על ידי האגודה הישראלית לסוכרת, שכן הוא בעל אינדקס גליקמי של אפס ואינו משפיע על רמות הסוכר בדם.

ב-2022 הוא עבר מיתוג מחדש מדהים ע"י סטודיו מיכל סודאי וכיום הוא מציע מגוון מוצרים העונים על מגוון צרכים והעדפות. בין אם אתם מחפשים תחליף סוכר לבן או חום קלאסי, אבקת סוכר למאפים שלכם, שוקולד צ'יפס לעוגיות שלכם, ממרח שוקולד או חלבה לטוסט שלכם, לסוויטאנגו יש הכל.

על המיתוג אחראי סטודיו מיכל סודאי



# Get package

## לא רק בארץ



# נכה שולחים היום. להיום.

החברה הישראלית שנוסדה לפני 8 שנים עושה סימנים ש 2025 תהיה שנת הפריצה שלה. גט פקג' אינה עוסקת באוכל כמו בוולט אלא בהעברת חבילות לעסקים ופרטיים בזמן המהיר ביותר תוך יום ויש גם אקספרס תוך חצי שעה. משלוח של מהיום להיום עד למרחק של 300 ק"מ עולה כ 35 ₪ כולל מע"מ. ב 2025 עם השקעות בפרסום חיצוני שהחלו כבר ב 2024 ועם שינוי מיתוגי, יותר בולט וחוצפני אנו מאמינים שגט פקג' תעשה את הפריצה שלה גם בחו"ל.



# Spareat

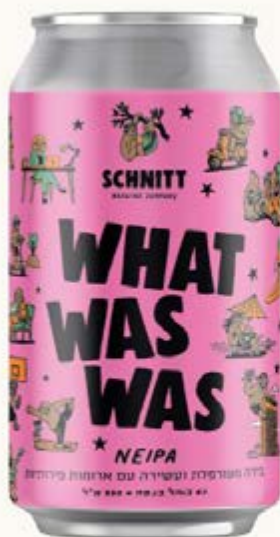
## חוסכים ואוכלים



הרעיון מאחורי אפליקציית SparEat מבריק: המשתמשים יכולים לקנות ממסעדות מנות שלא נמכרו עד סוף היום - בחצי המחיר. היתרון ברור: הלקוחות חוסכים, המסעדות מרוויחות במקום לזרוק מזון לפח, ועל הדרך כולם דואגים לכדור הארץ. תוך זמן קצר גייסה האפליקציה כ-300 מסעדות, חנויות ירקות ואלפי לקוחות שמרגישים שעשו משהו טוב. אבל יש גם חסרונות: לא ניתן לדעת מראש איזה מנות יישארו, ובמרבית המקרים ההזמנות נמסרות רק בשעת הסגירה. האם יהיו מספיק משתמשים כדי להפוך את המיזם לרווחי? המייסדים לטיסיה יסנר ויונתן פישר טובול בטוחים שכן (ynet 15.4.2024 ליאור אוחנה) אנחנו צופים לאור יוקר המחייה שיתפוס תאוצה ב-2025 שזו תהיה השנה שלהם.

# בירה SCHNITT

## לא תישארו אדישים



### WHAT WAS WAS

NEIPA

מעורפלת ועשירה, עם ארומות פירותיות



### WHY LIKE THIS

DRY HOPPED BLONDE

בהירה, קלילה וארומטית



### YES YES NO NO

BAVARIAN WHEAT

חיטה לא מסוננת בסגנון בווארי

בירה Schnit היא מותג בירה ישראלי שהוקם על ידי שותפות צעירים, והיא מכוונת למגזר הצעיר והמודרני. הבירה מתאפיינת באופי קליל ופירותי, ומתמקדת בעיקר בבירות עשויות ממוצרים איכותיים. בירה Schnit זכתה לתשומת לב בשוק לחדשנות שלה, עם טעמים מגוונים שכוללים להקות חמוצות ופירות טרופיים. המותג שואף לחדש ולהציע חוויות ייחודיות לאוהבי הבירה, בעל מיתוג מטורף ויוצא דופן מכל מה שהכרתם על בירות.

# רשת SWEETIME

## עם שוקולד דובאי ב-69 ₪



אומנם היא קיימת שנים, אך עם המיתוג החדש שעשתה בשנים האחרונות, ההופך כל ביקור בסניף אצלה לחוויה מדהימה, המגדירה מחדש את חנויות המתקים. ובמיוחד החוכמה שבה היא מפתחת בתחום של ממתקים מוצרים חדשים, להיטי רשת בטיק טוק, כמו שוקולד דובאי בייצור עצמי אשר מכרו אותו ב 69 ₪ לחפיסה אחת, ועכשיו הם תפסו את הטרנד של סוכריות קריסטל ומוכרים אותם במחיר של 20 ₪ לסוכריה אחת קטנה. אך החוויה הלא פחות גדולה הינה באתר שלהם המציע מוצרים שאין לאחרים, כולל סוויטבוקס, טרנדים ואתגרים. אנו צופים שהדבר הבא יהיה מותג מתוקים בשם Sweetime



FRE

הגיע הזמן לעוף גבוה

Normal Skin



המותג FRE הוקם ע"י מיכאל בן סעדון ומיכאל אזולאי, ישראלים צרפתיים. והייחודיות שלהמותג הוא שהוא פונה לצעירות העוסקות בספורט, ומגן ומונע נזקי שמש. המותג מצטיין בעיצוב רענן, מודרני, צעיר וייחודי, בעיקר פונה לשוק בארצות הברית.

הוא קיים כעשור, בעקבות הקורונה הוא קצב הגדילה ובשנה האחרונה הוא בעל נוכחות גבוהה מאוד ברשת. 2025 יכולה להיות שנת הקפיצה שלהם.



# PROMISE COSMETICS

## חווית מותג און ליין ועד הבית



הוקמה לפני 8 שנים ע"י אסף דקל מוצרים פעילים ואיכותיים עם רכיבים טבעיים, שמטרתם להביא לתוצאות ברורות עם רכיבים שיביאו לשינוי ותוצאה בעור הפנים. הרעיון היה לשווק את זה חוסך המון עלויות, וגם מקבלות חווית שירות שונה. המותג מצליח גם בחו"ל ומשקיע הרבה בפעילות ברשתות. נראה ומרגיש בינלאומי. 2025 הגיע הזמן לפרוץ.

# ARGANIA

## המותג שמסגוע את הרשת



המותג שפרץ ברשת בשנת 2023 מתמחה במוצרי טיפוח המבוססים על שמן ארגן מרוקא. שמן הארגן ידוע בתכונותיו המזינות והמרפאות לעור. המיתוג הייחודי האוריינטלי, נראה בתחילה כהימור מסוכן שיכול למצב אותו נמוך, הצליח לייצר ייחודיות ובולטות, ובעיקר ערך מוסף אמיתי!

# PRI PRO

## משקאות טבעיים עם חלבון



פריניב יוצאת בראשית 2025 עם סדרת מוצרים חדשה, ברוח משקאות החלבון שכבשה את הארץ, מיצים טבעיים, של 400 מ"ל עם 24 גרם חלבון. אין ספק שיש למוצרים אלו את הפוטנציאל להיות הלהיט של 2025 על מיתוג הפרימיום בעל ניחוחות של חו"ל אחראית חברת ברוך נאה.



# POP STAR

## פופקורן צבעוני



מותג הפופקורן האיקוני Pop Star משיק סדרת חטיפים בטעמים מפתיעים: טופי מקורמל, תות פיצוץ וצ'דר ספלאש. בעיצוב האריזות בחרנו שפה ויזואלית נועזת בהשראת תרבות הפופ האמריקאית, עם צבעוניות דינמית וקומפוזיציות ייחודיות, המייצרות חוויית מדף יוצאת דופן. האריזות לא רק פונות לילדים ולנוער, אלא גם מייצרות דיאלוג חדש בין טעם לעיצוב – כזה שמותיר רושם מתמשך ומעלה חיוך בכל מפגש. על המיתוג אחראית חברת Fly Branding



**אם עשיתם מהלך מיתוג מדהים,  
אם כתבתם מאמר בנושא מיתוג,  
אתם מוזמנים לשלוח אלינו ואנו בהתאם  
לעניין והרלוונטיות נדאג להעלות  
אותו ב-brandnews הבא**

**מוזמנים לשלוח**

**[info@brandacademy.co.il](mailto:info@brandacademy.co.il)**

**או לווואטסאפ ב-050-4302430**

**THE POWER IS IN  
YOUR BRAND**

**BRAND ACADEMY**

**[brandacademy.co.il](https://brandacademy.co.il)**