

סיכום שנת 2018

מה נשתנה השנה?
כיצד חזרה הצמיחה?



אשר איריס

סמנכ"ל שירותי מידע סטורנקסט

בסיס הנתונים

הנתונים מתבססים על קהילייה של כ- 2,150 חנויות המורכבת מרשתות ארציות, סופרמרקטים, מינימרקטים וחנויות נוחות

המשדרות נתוני מכר אמת מן הקופות ל-StoreNext (כולל נתוני ה On Line)

והמהוות כ- 80% מסך המכר בשוק ה- FMCG המבורקד בישראל

על בסיסן ובאמצעות מודל סטטיסטי מתקדם מבוצעת

אקסטרפולציה סטטיסטית לכלל 100%

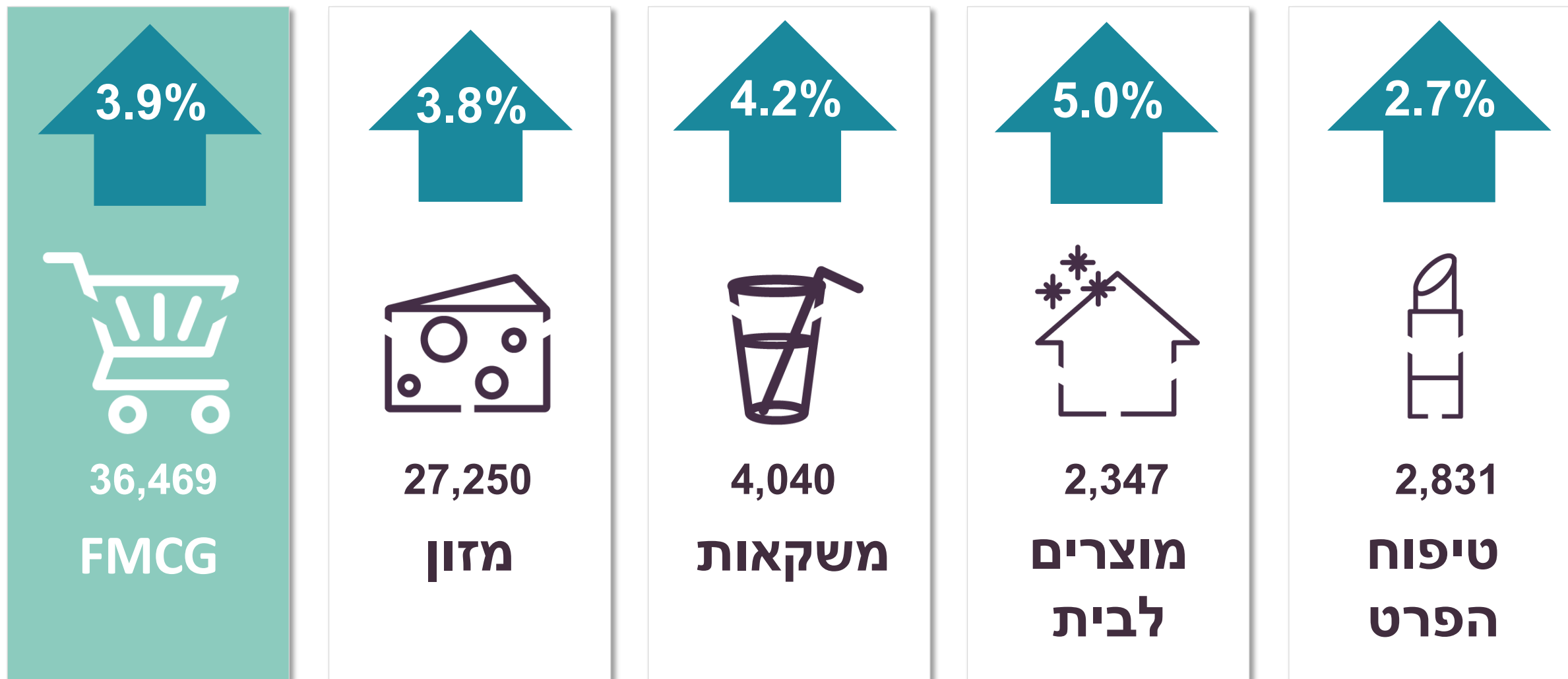
המכר בשוק הקמעונאי המבורקד בישראל, לא כולל פארמים, פיצוציות ומגזר ערבי.

▪ נתוני 2018 מבוססים על נתוני / קצב צמיחה ינואר-אוקטובר

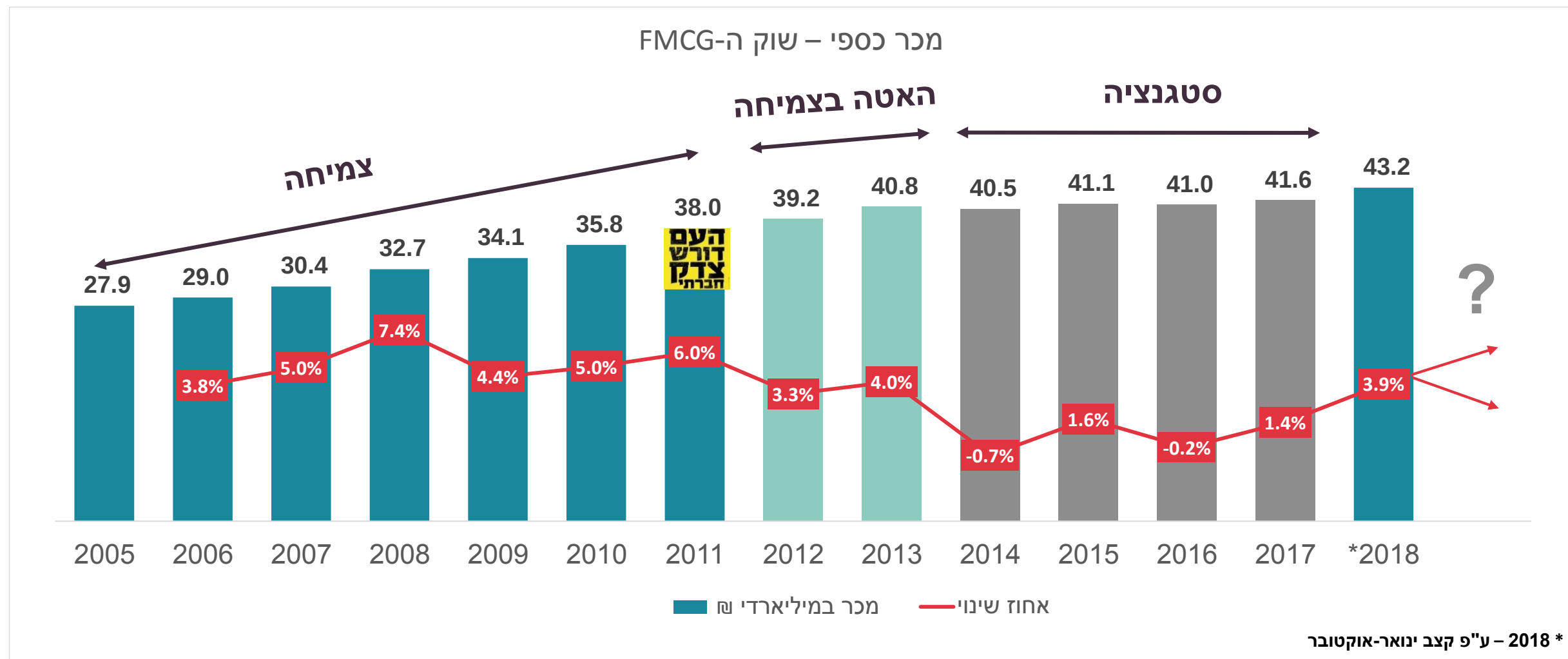
▪ נתוני המכירות – כספי במיליוני ₪



השנה נרשמת צמיחה של 3.9% במכר עולם ה-FMCG

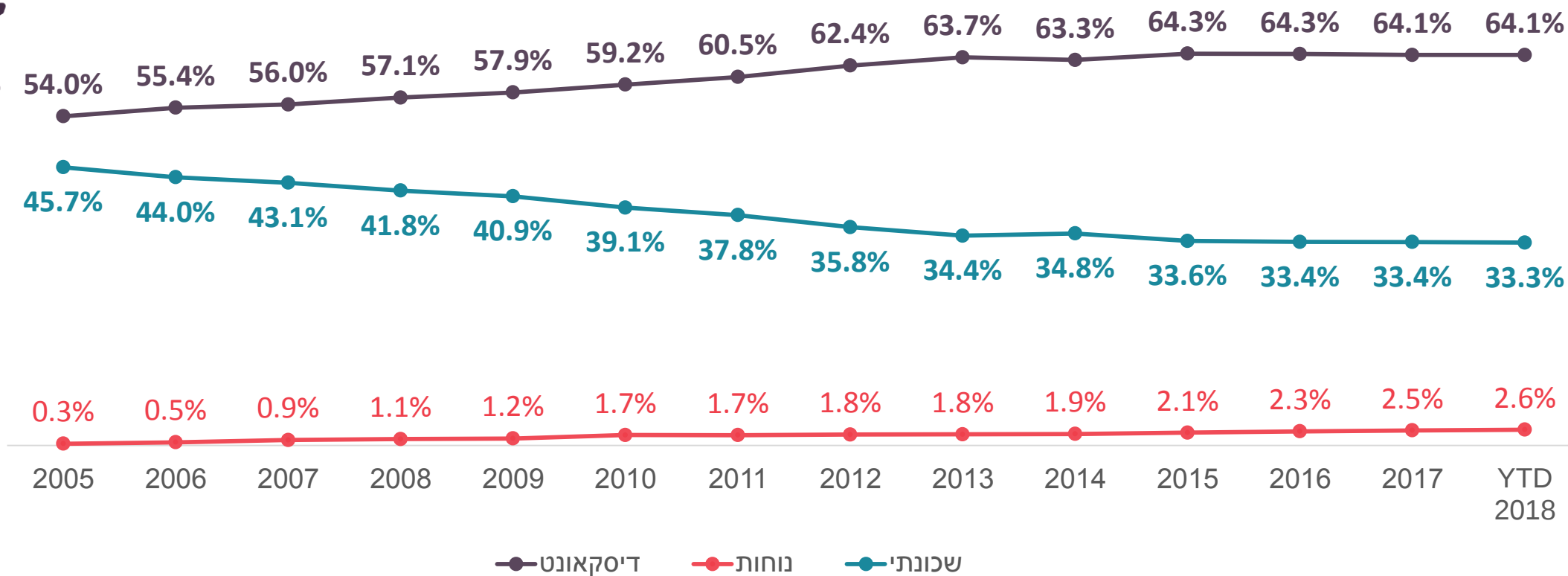


שנת צמיחה לאחר שנים של סטגנציה

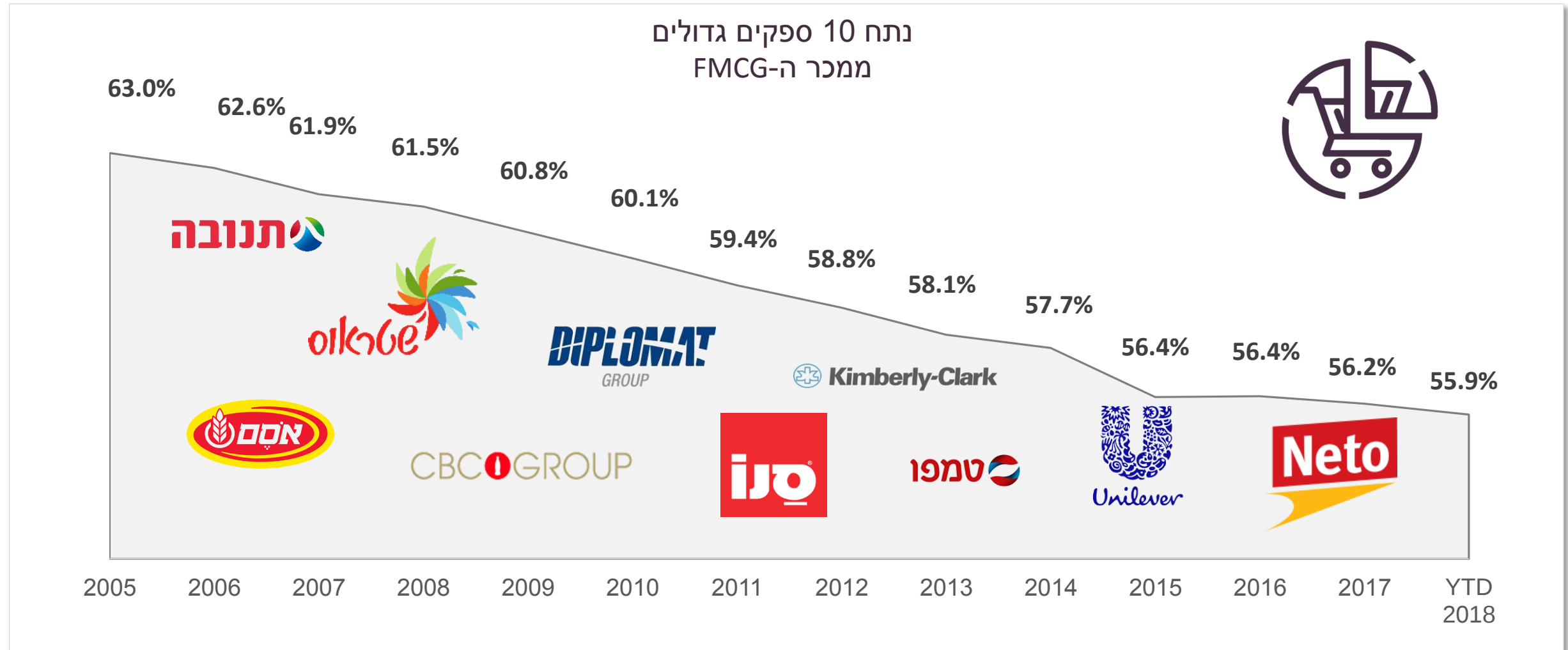


הצמיחה השנה מגיעה ללא שינוי משמעותי בתמהיל הערוצים

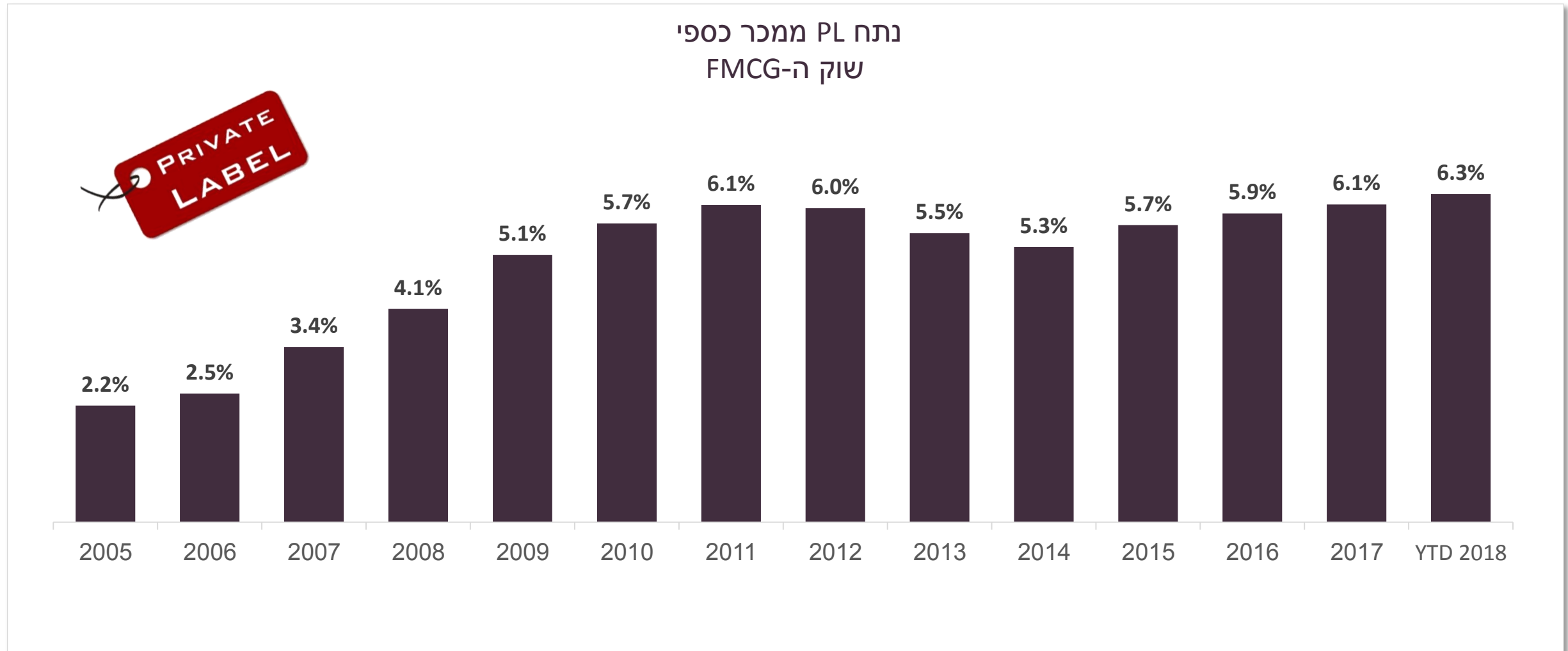
נתח ערוצים ממכר
שוק ה-FMCG



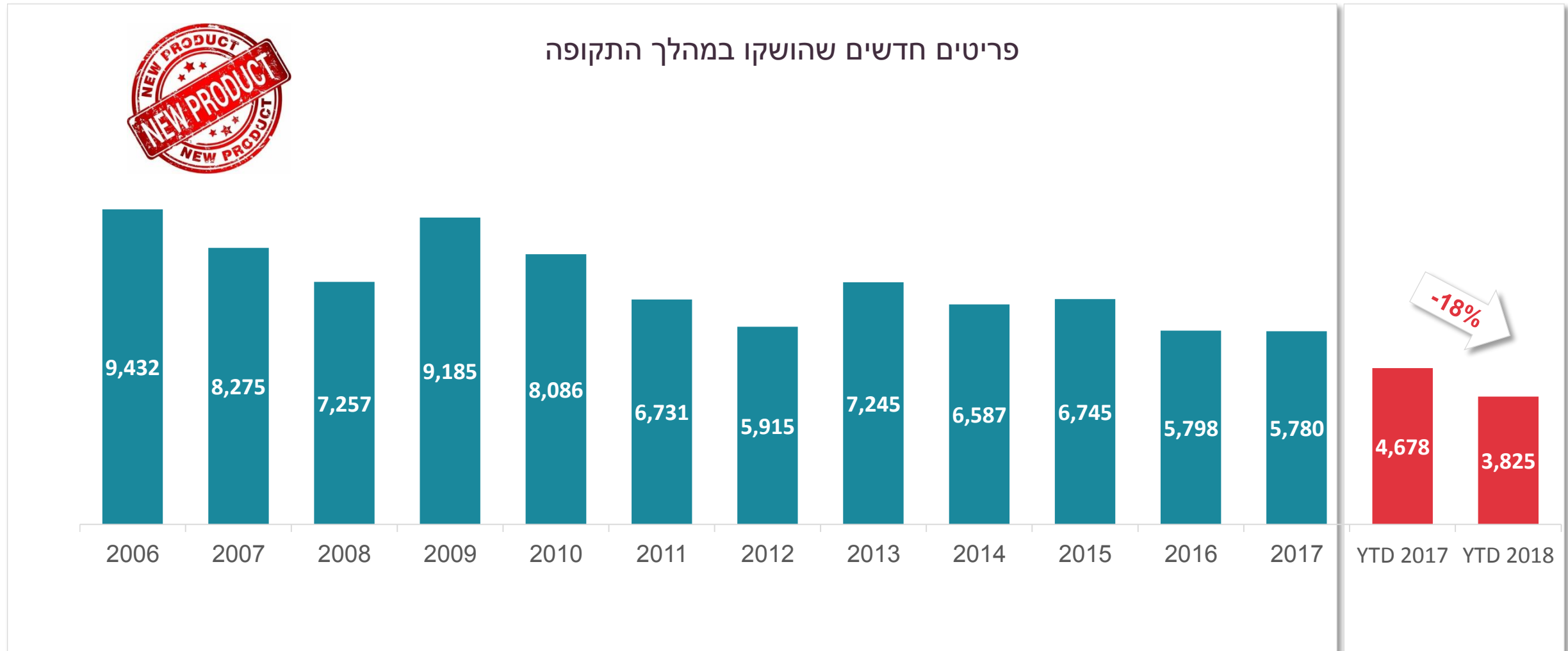
מבחינת התחרות - נמשכת השחיקה בנתח 10 הספקים הגדולים מחד



ומאידך המותג הפרטי ממשיך לצמוח בהדרגתיות



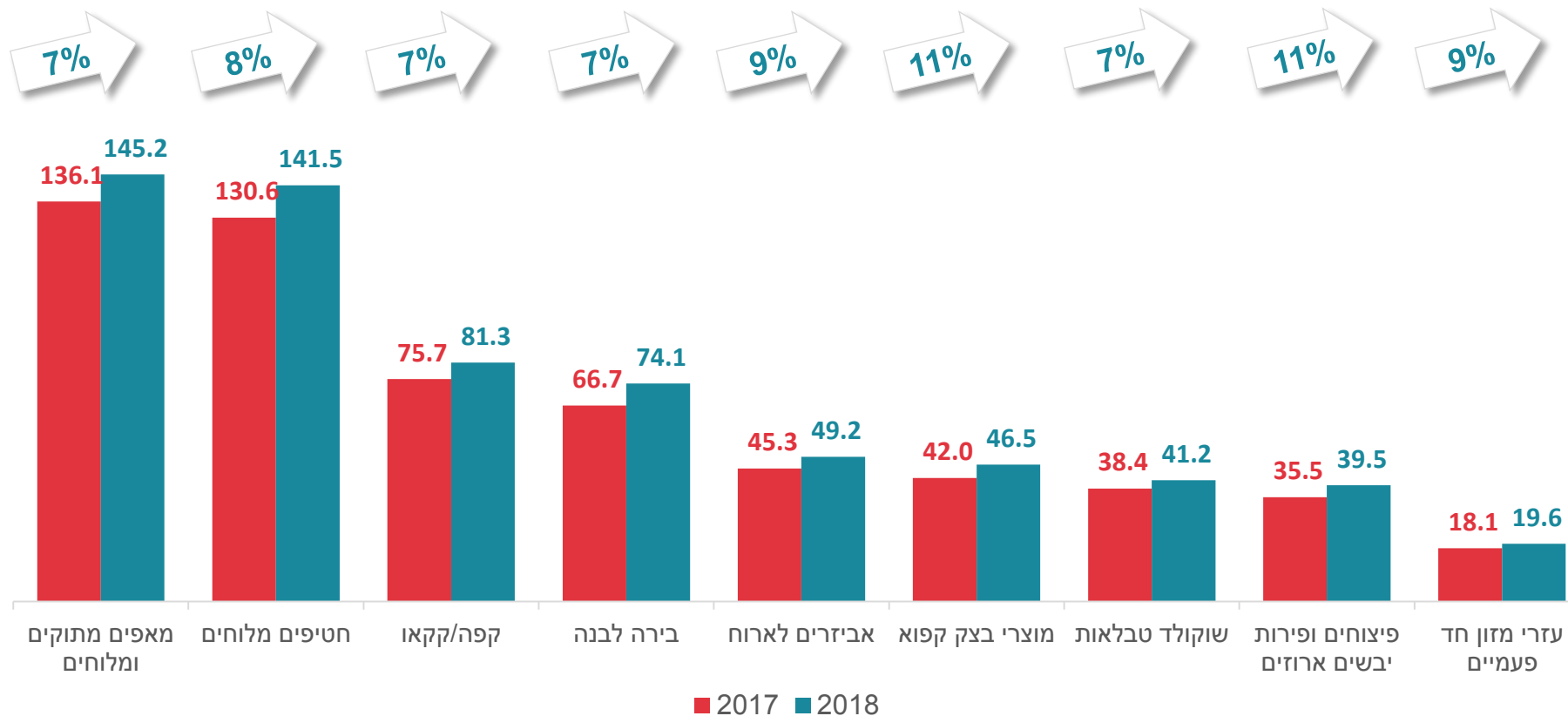
מספר הפריטים החדשים נמוך בהשוואה לשנה שעברה



משחקי הגביע העולמי התאפיינו בצמיחה חדה במכר

בתקופת המשחקים נרשם גידול של 5% במכר הכספי של השוק אל מול התקופה המקבילה אשתקד
התוספת המוערכת למכר בתקופה זו מול קצב הצמיחה השנתי הינה 45 מיל' ש"ח בלבד

מכר מחלקות נבחרות – תקופת המשחקים



■ 2017 ■ 2018

* תקופת המשחקים – שבועות 25 עד 29 2018 תקופת ההשוואה שבועות מקבילים אשתקד

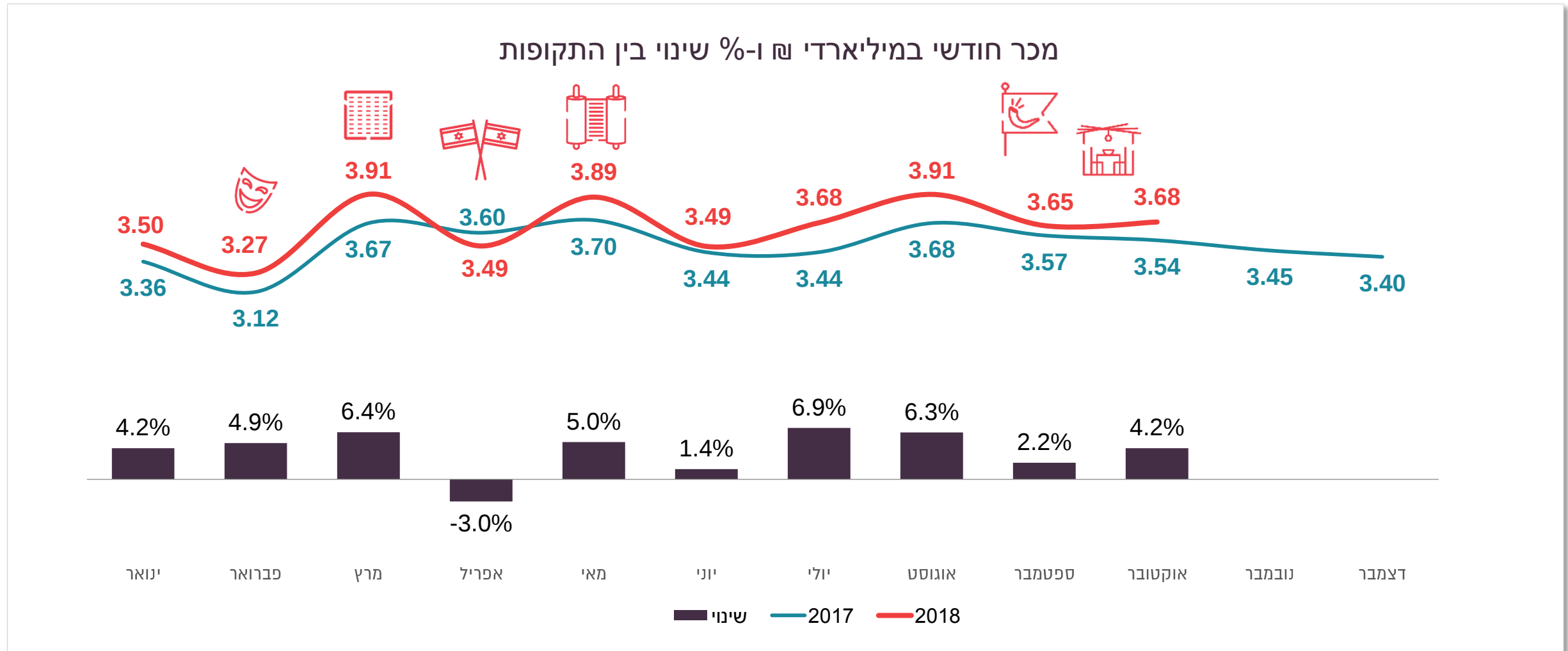
שיעור צמיחה במכר
כלל השוק
בתקופת המשחקים – 5%



FIFA WORLD CUP
RUSSIA 2018

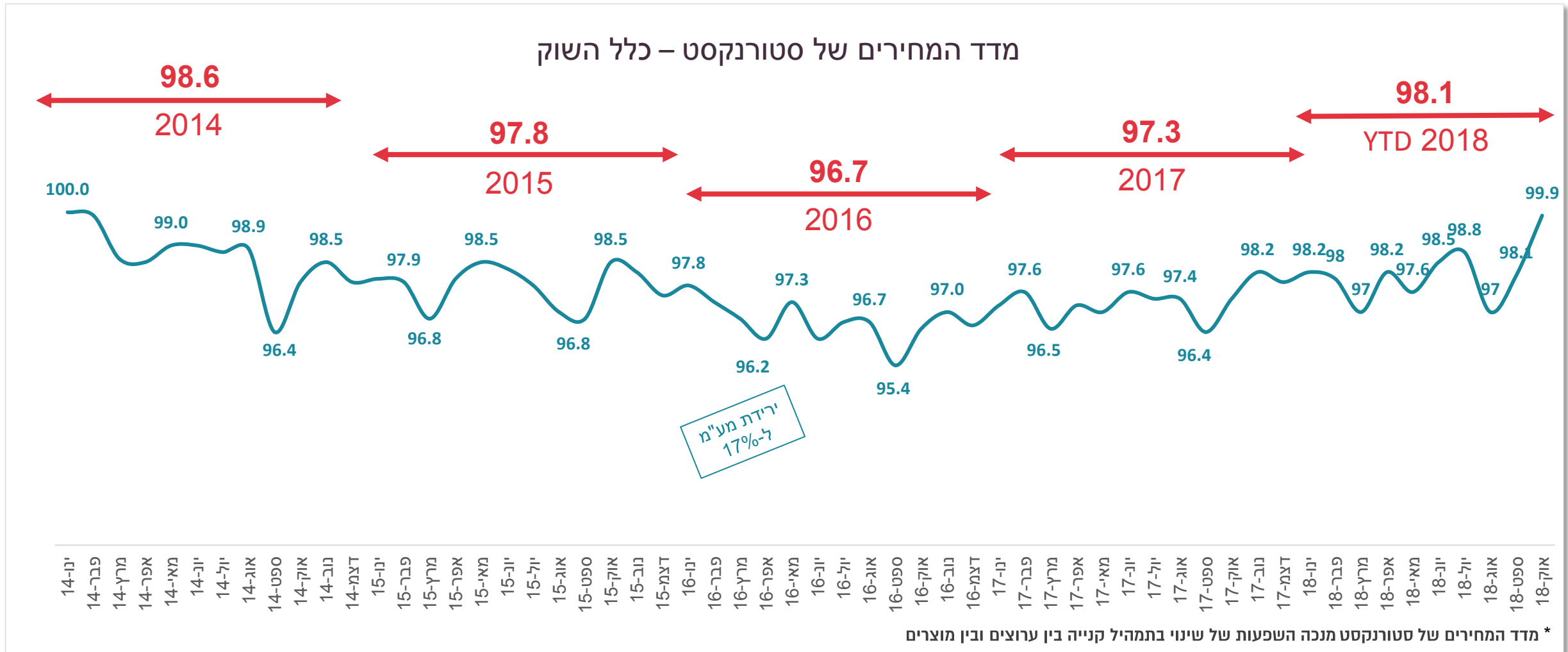
אולם לא ניתן לייחס את הצמיחה בשוק לאירוע חד פעמי כזה או אחר

9 מתוך 10 חודשים במהלך שנת 2018 הציגו גידול במכר מול החודש המקביל בשנת 2017



הצמיחה מגיעה במקביל לעליה במדד המחירים של סטורנקסט

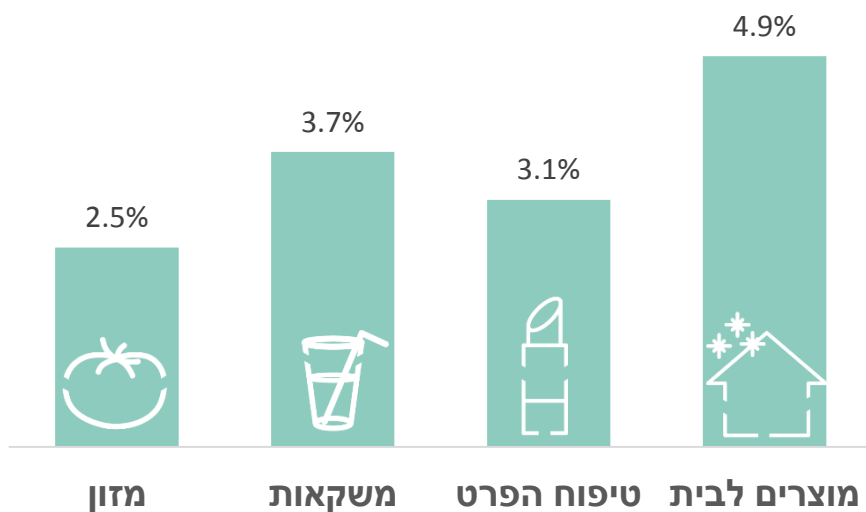
עם זאת מדובר בעליה קלה, והמחירים בשנת 2018 עדיין נמוכים מהמחירים בשנת הבסיס 2014



אך גם בנטרול עליות מחיר השוק רושם צמיחה משמעותית

רק כרבע מהצמיחה שנרשמת עד עתה בשוק ניתן לייחס לעליות מחיר

שינוי ריאלי* במכר תחומי ה-FCMG



נתוני צמיחה ומדד – YTD 2018



* שינוי ריאלי - צמיחה כספית בניכוי השינוי במדד המחירים (המנוכה מהשפעות תמהיל) בין התקופות

בסיכום 2017 הצגנו שלושה תחומים שנמצאים בצמיחה מהירה

מועשר
בחלבון



תחליפי
חלב



מוצרים
ללא גלוטן



76 מיל' ₪

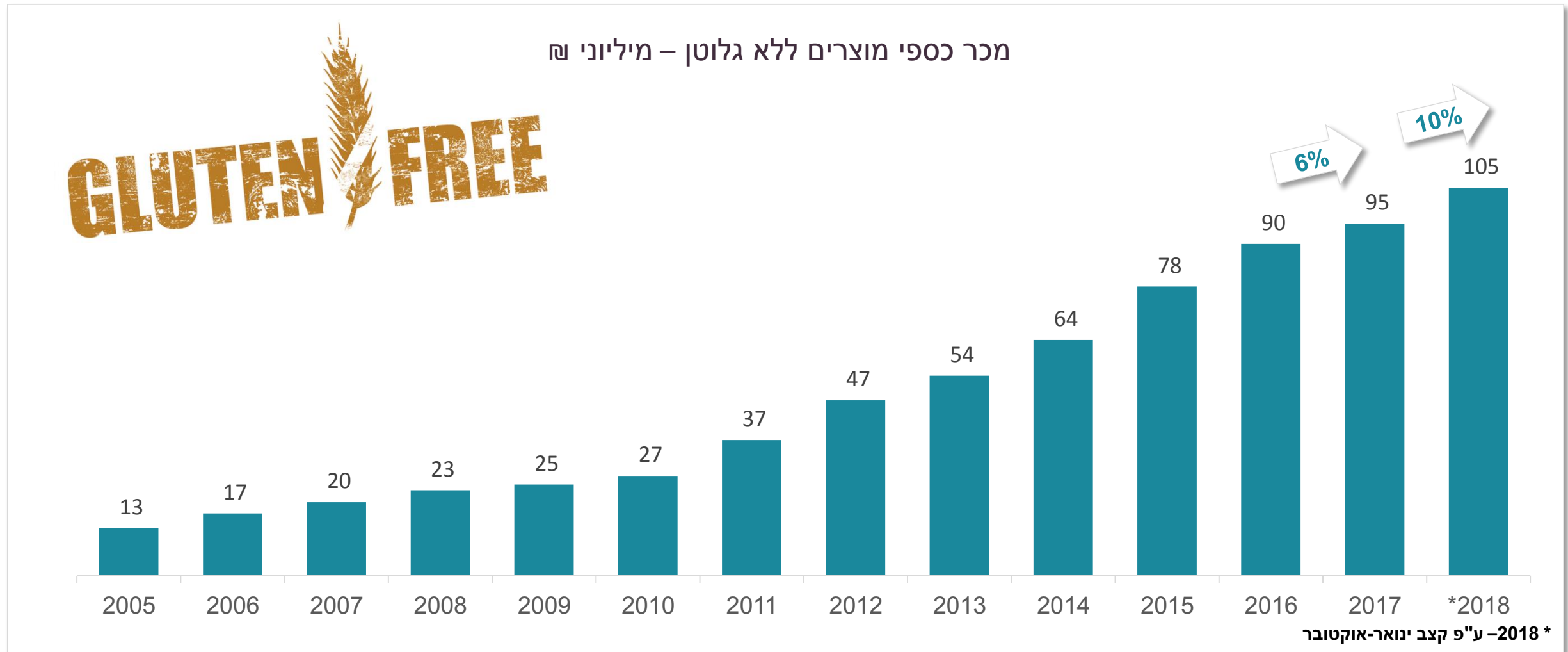
224 מיל' ₪

95 מיל' ₪

מכר כספי 2017

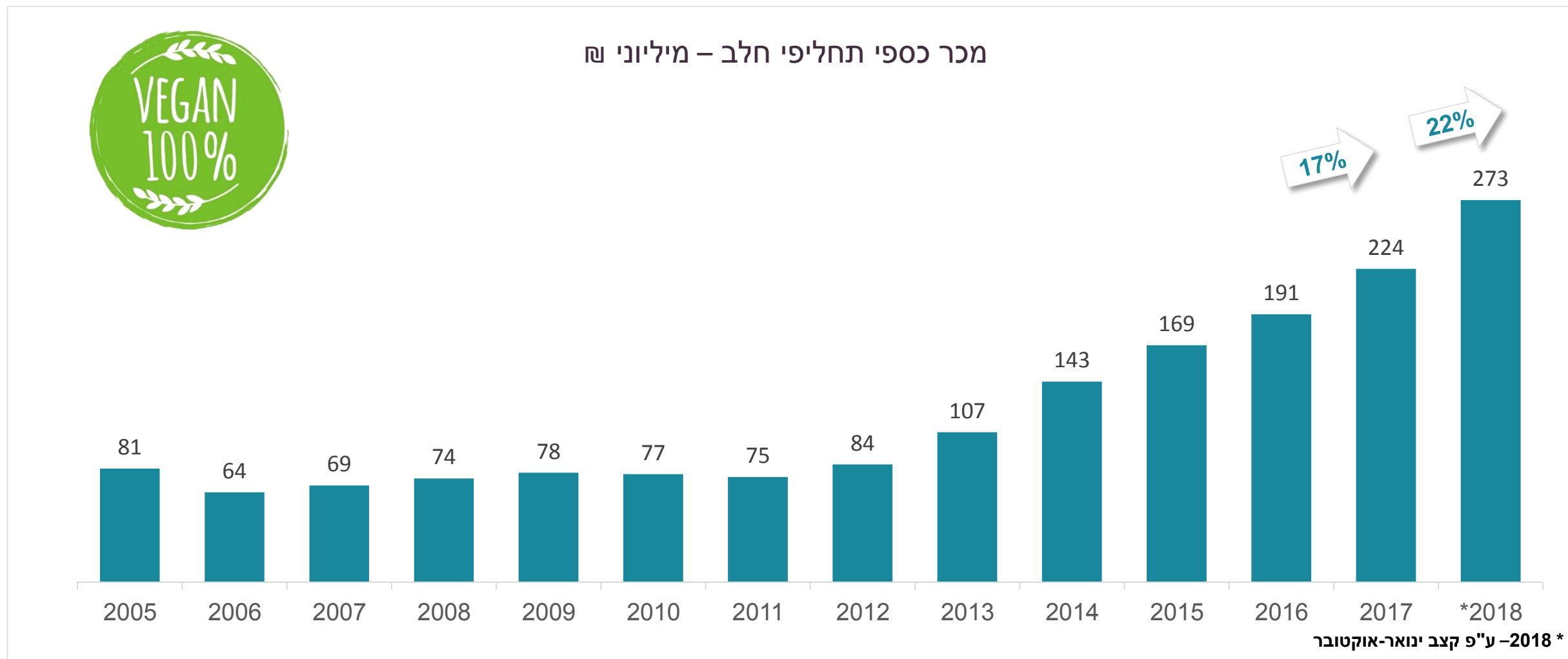
השנה נרשם גידול בשיעור הצמיחה של המוצרים ללא גלוטן

לאחר האטה מסוימת בשנת 2017 חוזר התחום להציג צמיחה בקצב דו ספרתי



תמונה דומה מתקיימת גם בקטגוריות תחליפי החלב

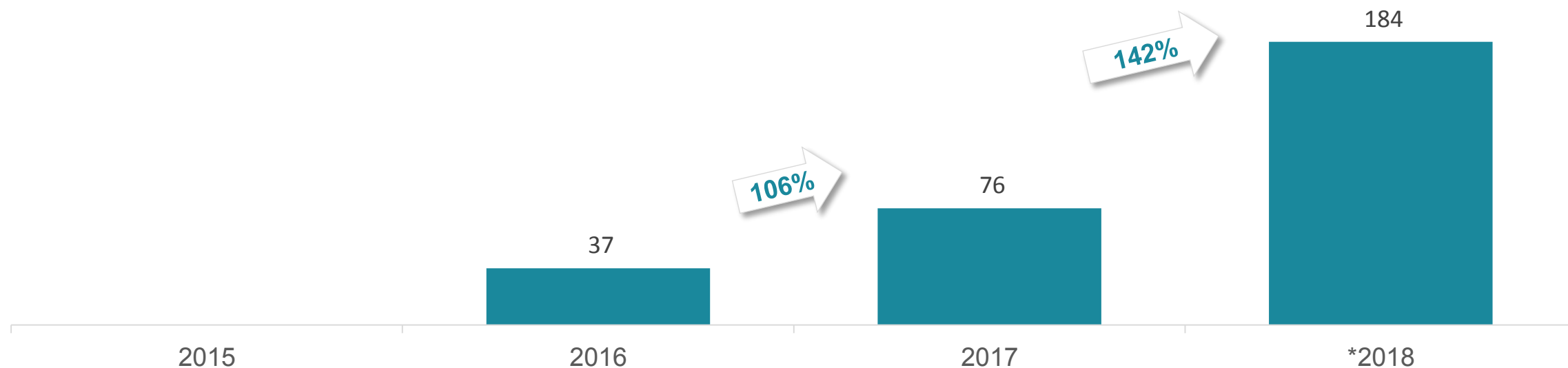
למעשה קצב הצמיחה בשנת 2018 הוא הגבוה ביותר שנרשם ב-4 השנים האחרונות



והעלייה החדה ביותר נרשמת במכר המוצרים המועשרים בחלבון



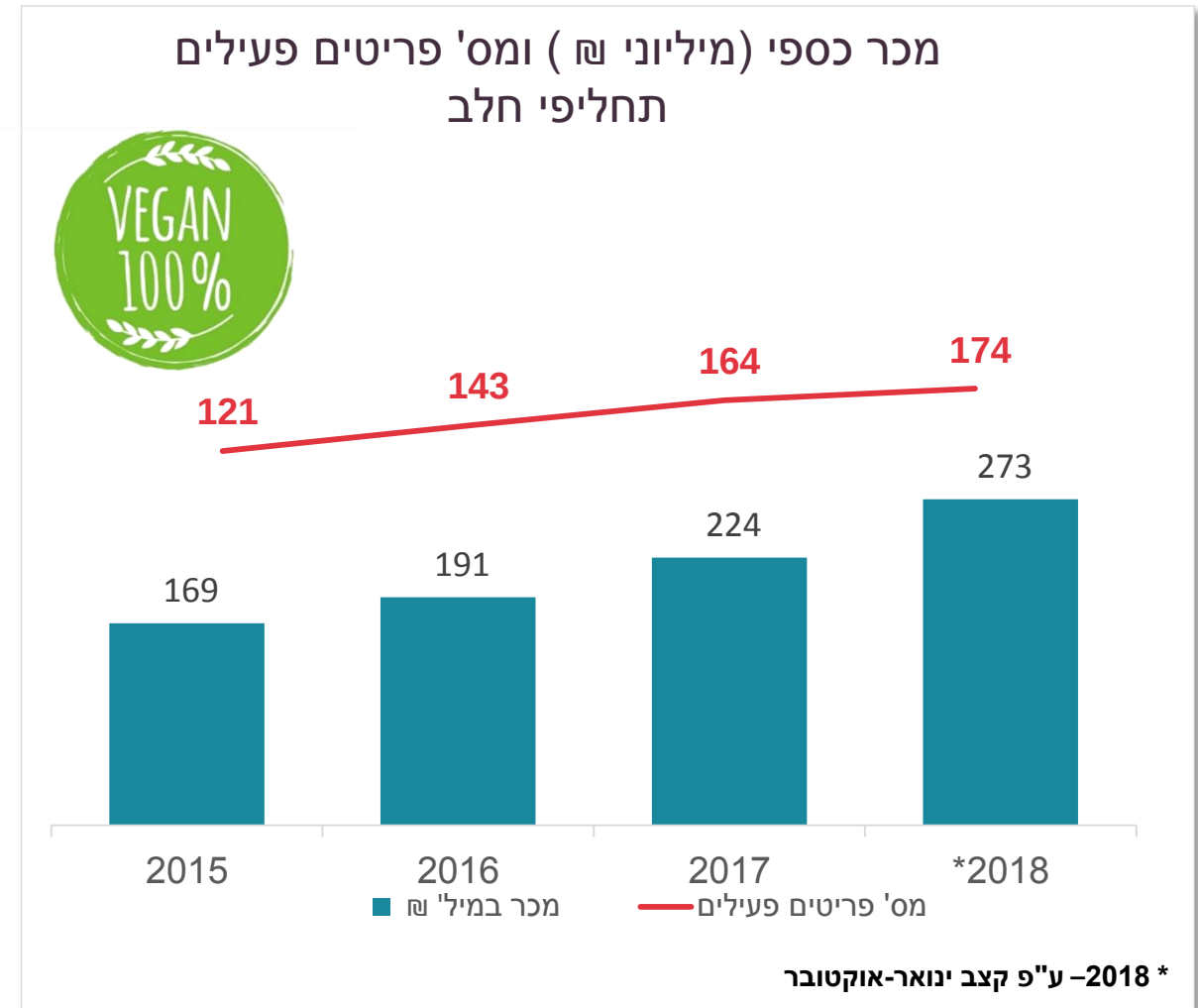
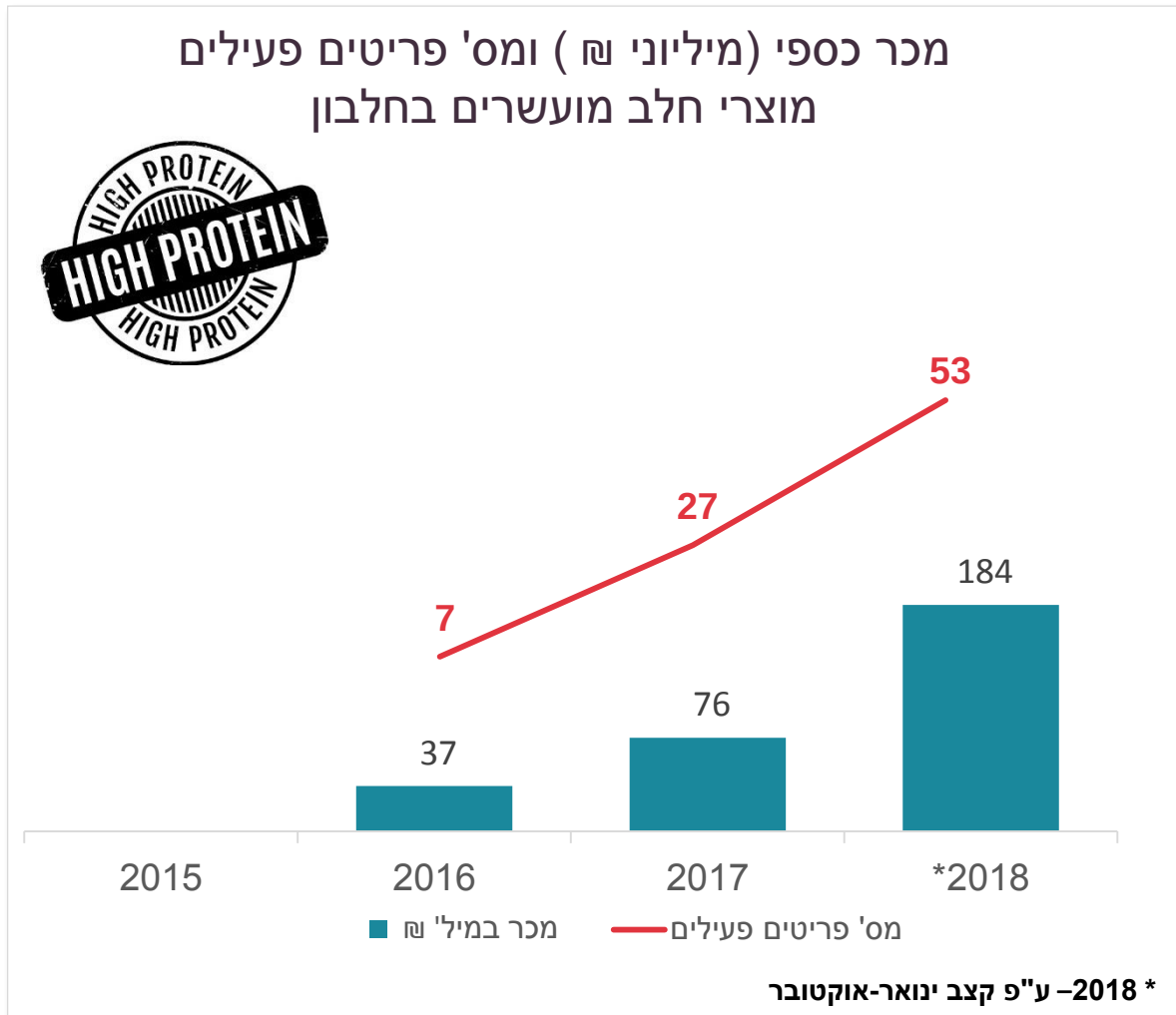
מכר כספי מוצרי חלב מועשרים בחלבון – מיליוני ₪



* 2018 – ע"פ קצב ינואר-אוקטובר

המגוון העומד בפני הצרכן באזורי הצמיחה המהירה נמצא בהרחבה מתמדת

בשני התחומים הצמיחה במכר מתרחשת במקביל לגידול במספר הפריטים הפעילים



שלושת התחומים ממשיכים להיות מנוע צמיחה משמעותי עבור השוק

מועשר
בחלבון



תחליפי
חלב



מוצרים
ללא גלוטן



76 מיל' ₪

224 מיל' ₪

95 מיל' ₪

מכר כספי 2017

184 מיל' ₪

273 מיל' ₪

105 מיל' ₪

מכר כספי 2018*
* 2018 – ע"פ קצב ינואר-אוקטובר

סה"כ צמיחה של 42% ותוספת צפויה של 167 מיל' ₪ למכר

בסיכום 2017 סימנו שתי מגמות כמנועי צמיחה – קולינריה ופרימיומיזציה

לסיכום

מגמות הפרימיומיזציה והקולינריה
הן ביטוי גם לצרכי הבריאות והדיאט
ולצורך של הצרכן לשפר את איכות חייו
ויכולות לשמש כמנועי הצמיחה של השוק

שתי המגמות מהוות נתח משמעותי מהמכר בשוק ה-FMCG

פרימיוםזציה



קולינריה



2.19 מיליארד ₪

2.51 מיליארד ₪

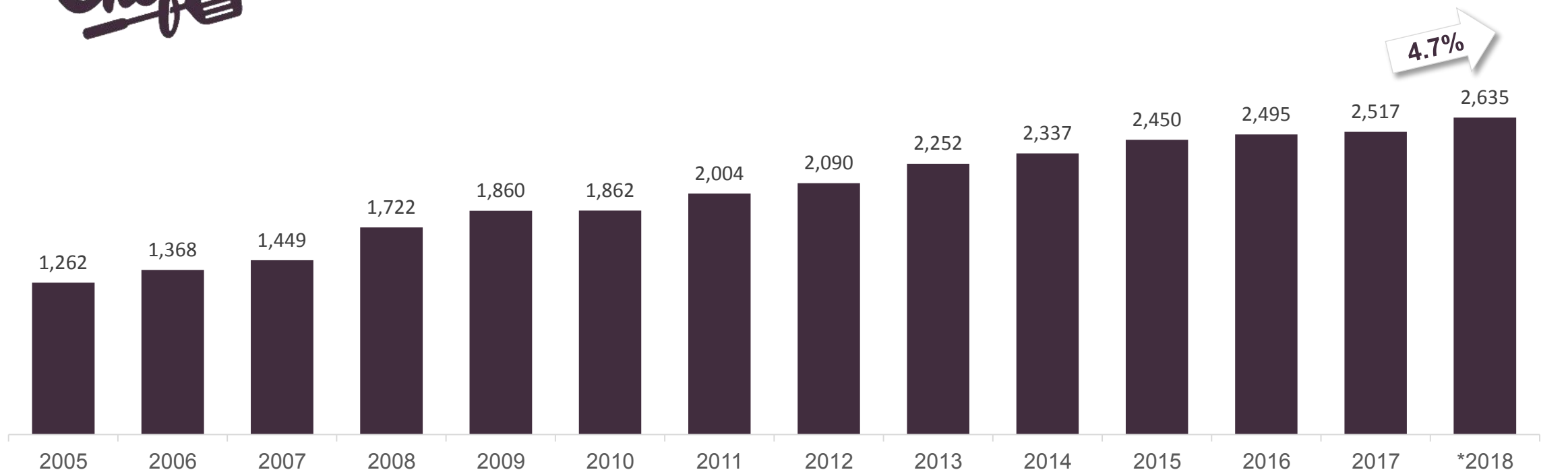
מכר כספי 2017

קטגוריות הבישול/קולינריה מציגות צמיחה גבוהה מצמיחת השוק

הצמיחה מגיעה לאחר צמיחה מתונה של 0.9% בלבד בשנת 2017
סך התוספת החזויה במכר של קטגוריות אלו – 118 מיל' ₪



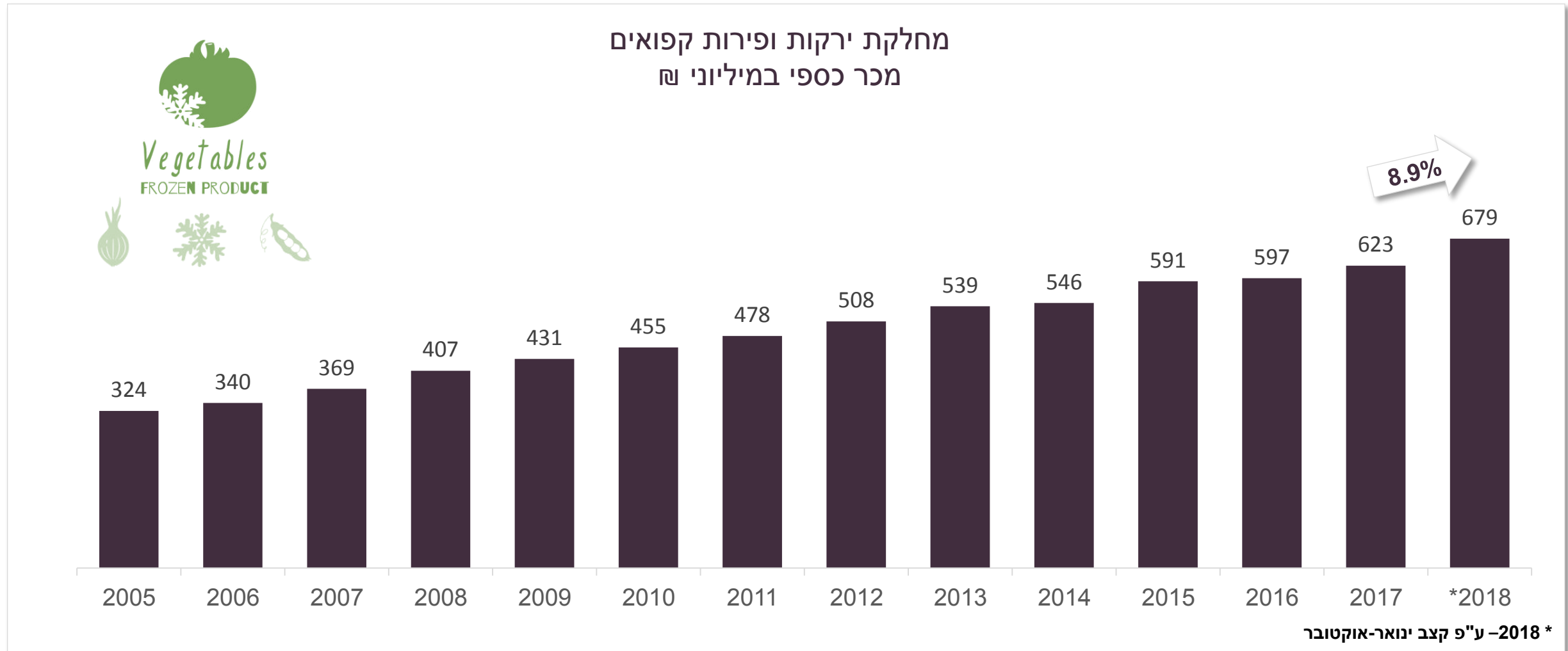
קטגוריות בישול/קולינריה
מכר כספי במיליוני ₪



*2018 – ע"פ קצב ינואר-אוקטובר

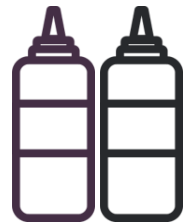
מחלקת ירקות ופירות קפואים מציגה צמיחה גבוהה משמעותית מצמיחת השוק

קצב הצמיחה של המחלקה בשנת 2018 הוא הגבוה ביותר מאז שנת 2009
קטגוריית הירקות הקפואים, המהווה כ-85% מהמכר במחלקה מציגה יציבות במחיר האפקטיבי לק"ג

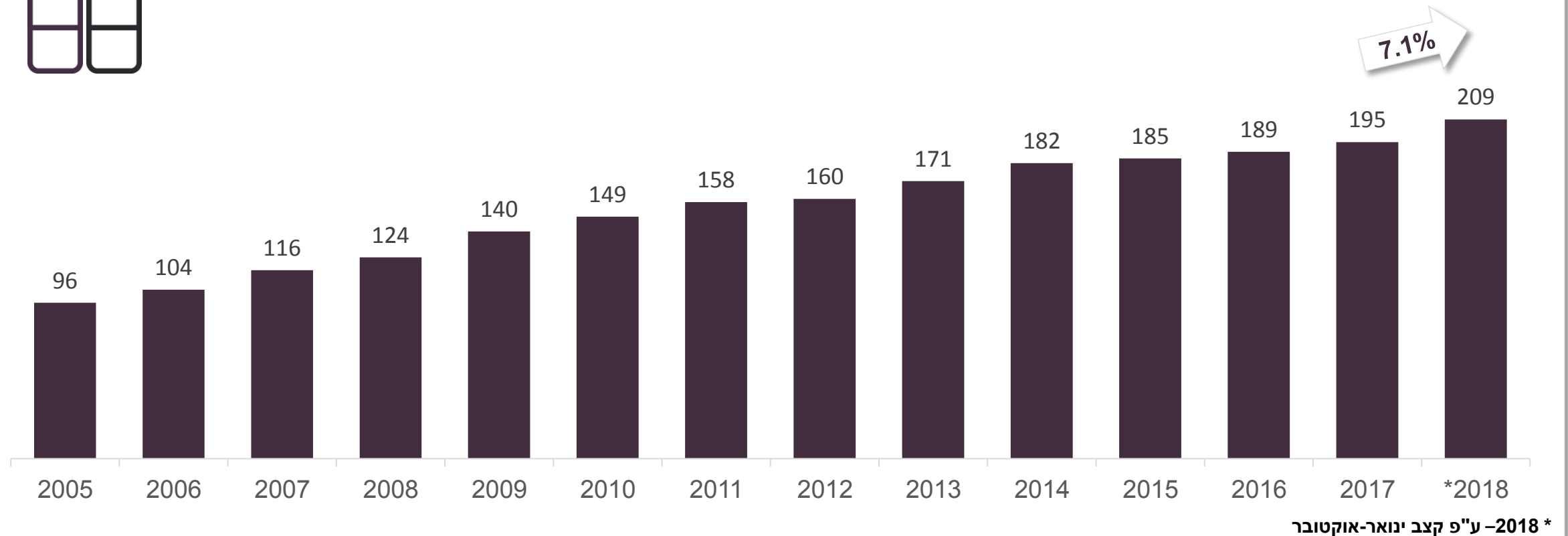


גם קטגוריות הרטבים לבישול מציגות צמיחה נאה

שיעור הצמיחה השנתי הוא הגבוה ביותר בקטגוריות אלו מאז 2008
המחיר האפקטיבי לליטר אינו רושם שינוי ב-4 השנים האחרונות



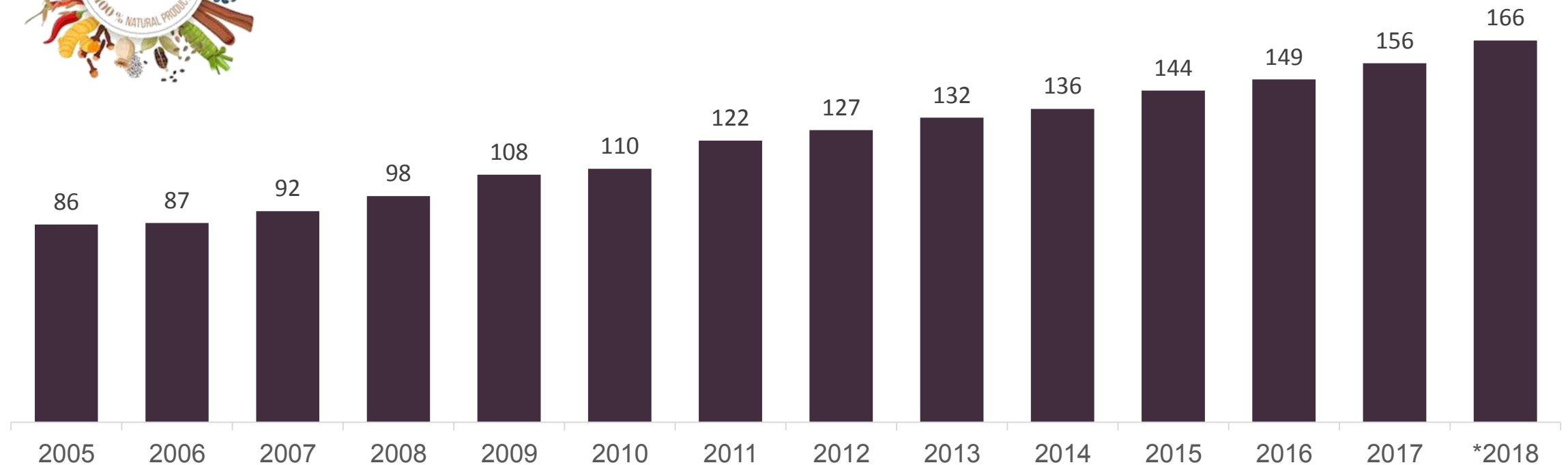
קטגוריות רטבים
מכר כספי במיליוני ₪



וכך גם הצמיחה במחלקת התבלינים

קצב הצמיחה של המחלקה בשנת 2018 הוא הגבוה ביותר מאז שנת 2010 גם במקרה זה לא קיימת עליית מחירים שיכולה להסביר את הצמיחה המואצת

מחלקת התבלינים
מכר כספי במיליוני ₪



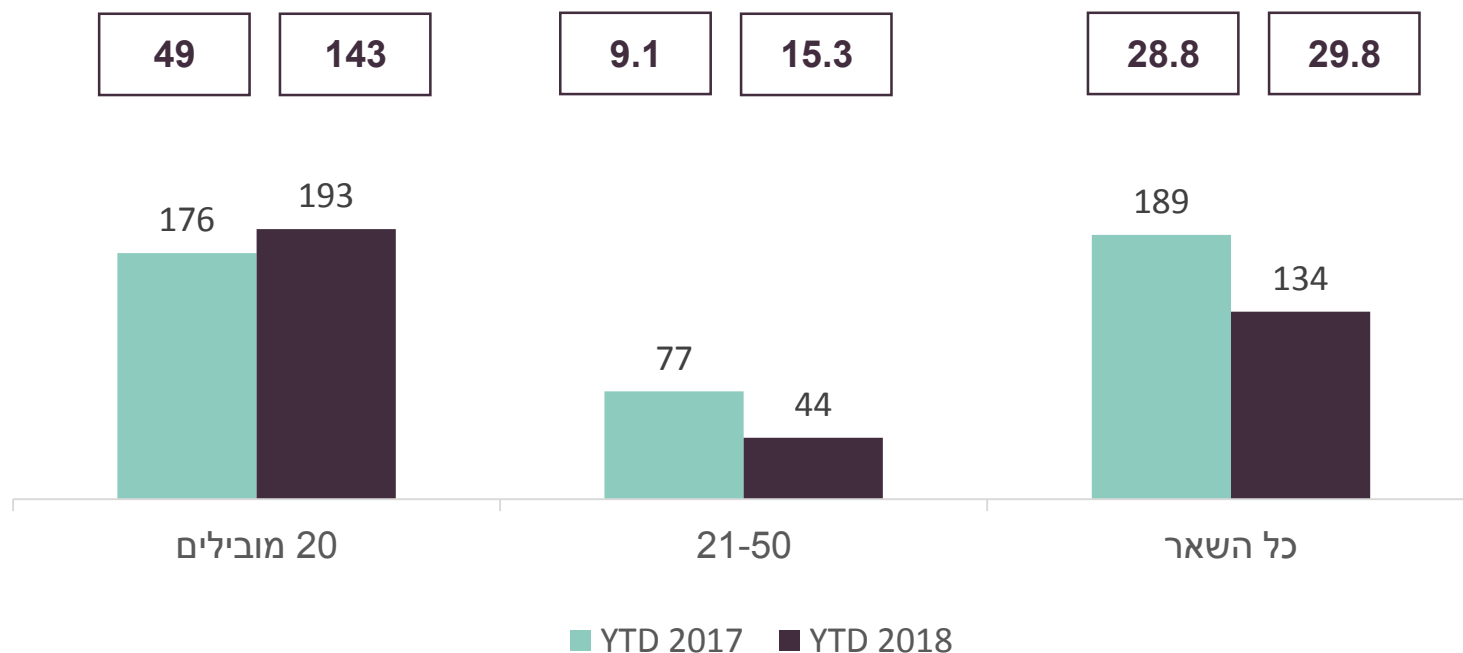
6.3%

*2018 – ע"פ קצב ינואר-אוקטובר

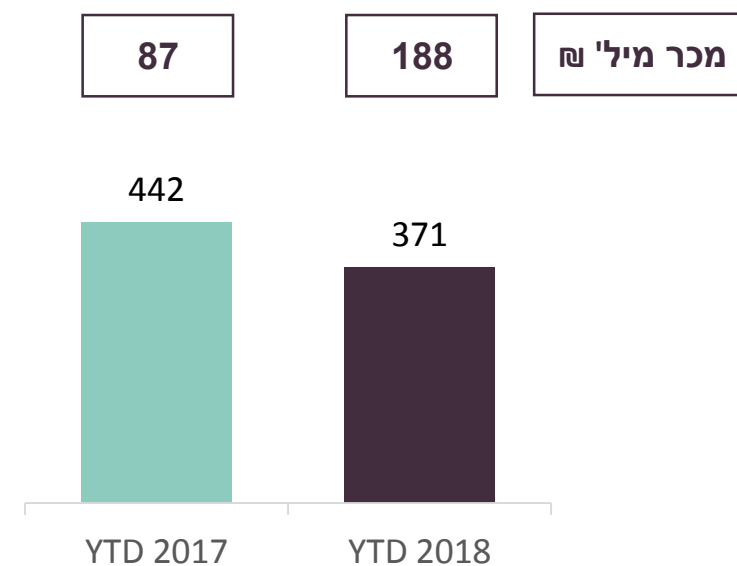
החדשנות בקטגוריות הבישול והקולינריה אפקטיבית יותר

בדומה למגמה הכללית בשוק גם בקטגוריות הבישול והקולינריה יש ירידה במספר הפריטים החדשים, אך למרות ירידה זו סך המכירות של הפריטים הללו נמצא בעלייה חדה. עיקר התוספת מגיעה מחדשנות של ספקים גדולים.

פריטים חדשים – קטגוריות בישול וקולינריה
לפי גודל ספק



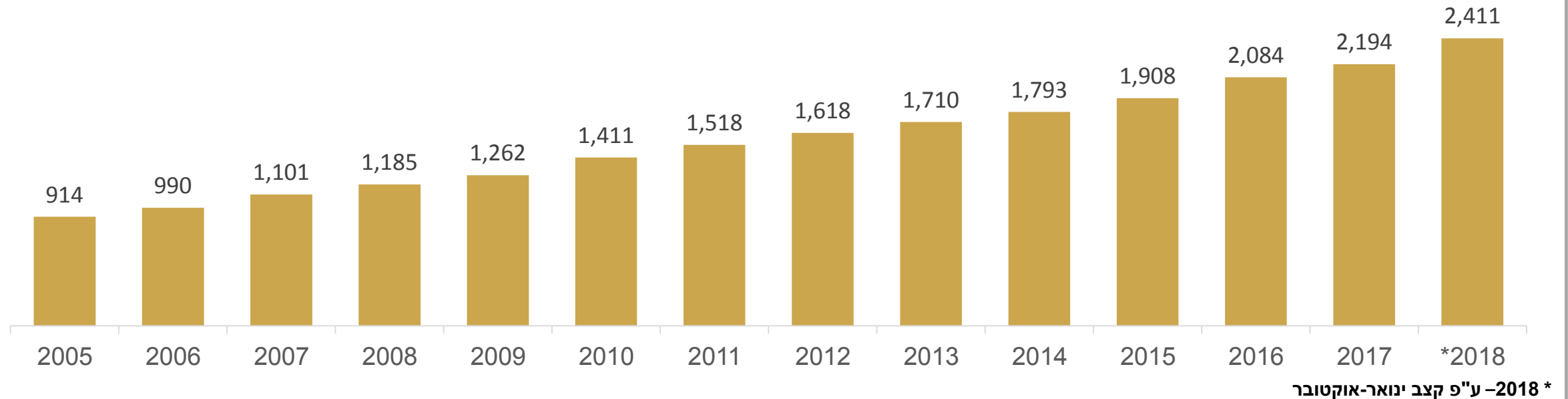
פריטים חדשים – מס' והיקף מכר
קטגוריות בישול וקולינריה



קטגוריות הפרימיום מציגות צמיחה חדה במכר

הצמיחה בקטגוריות הבישול והקולינריה גבוהה גם בהשוואה לצמיחה בשנת 2017 שעמדה על 5.3%
סך התוספת החזויה במכר של קטגוריות אלו – 217 מיל' ₪

קטגוריות פרימיום
מכר כספי במיליוני ₪

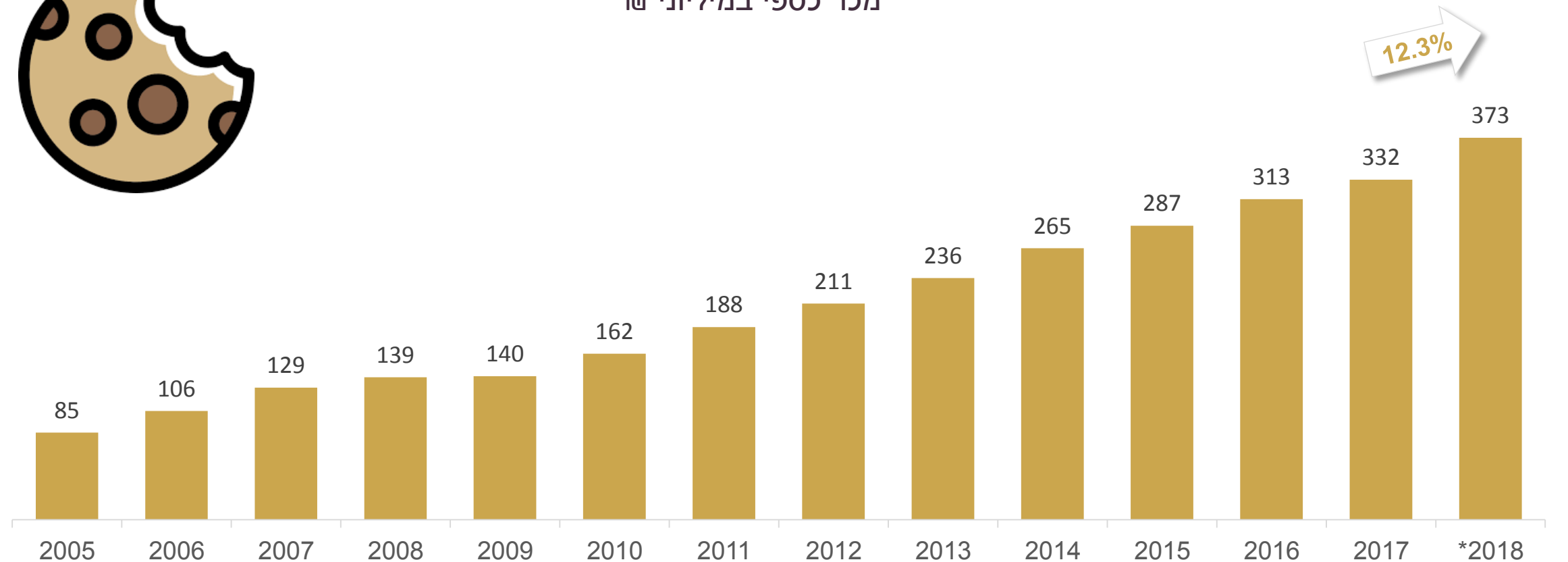


עוגיות הפרימיום מציגות שיעור צמיחה גבוה במיוחד

שיעור הצמיחה השנתי הוא הגבוה ביותר בקטגוריה מאז שנת 2014
המחיר האפקטיבי לק"ג ללא שינוי ב-4 השנים האחרונות



עוגיות פרימיום
מכר כספי במיליוני ₪



12.3%

*2018 – ע"פ קצב ינואר-אוקטובר

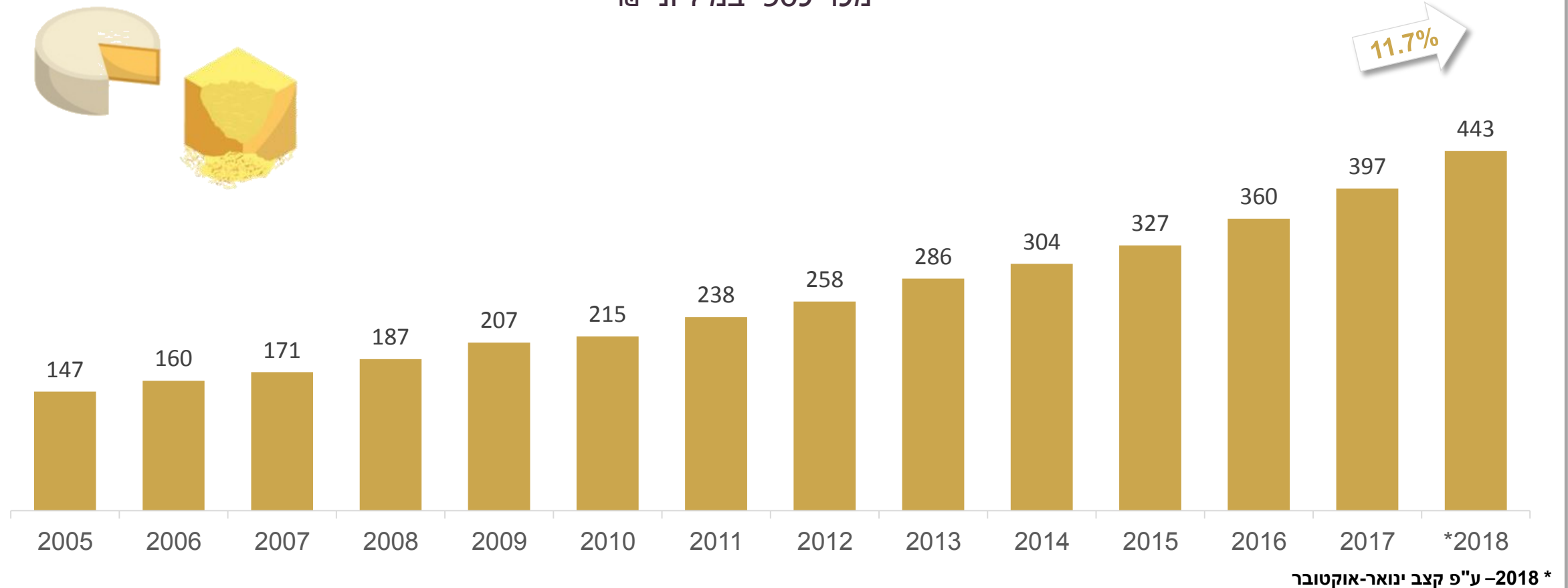


StoreNext
Looking Forward

הגבינות המיוחדות צומחות בשיעור של 12% גם הן

לאחר שנתיים של צמיחה בשיעור של כ-10% השנה קצב הצמיחה אפילו גבוה יותר
מדובר בשיעור הצמיחה השנתי הגבוה ביותר במהלך כל תקופת הבדיקה

גבינות מיוחדות
מכר כספי במיליוני ₪

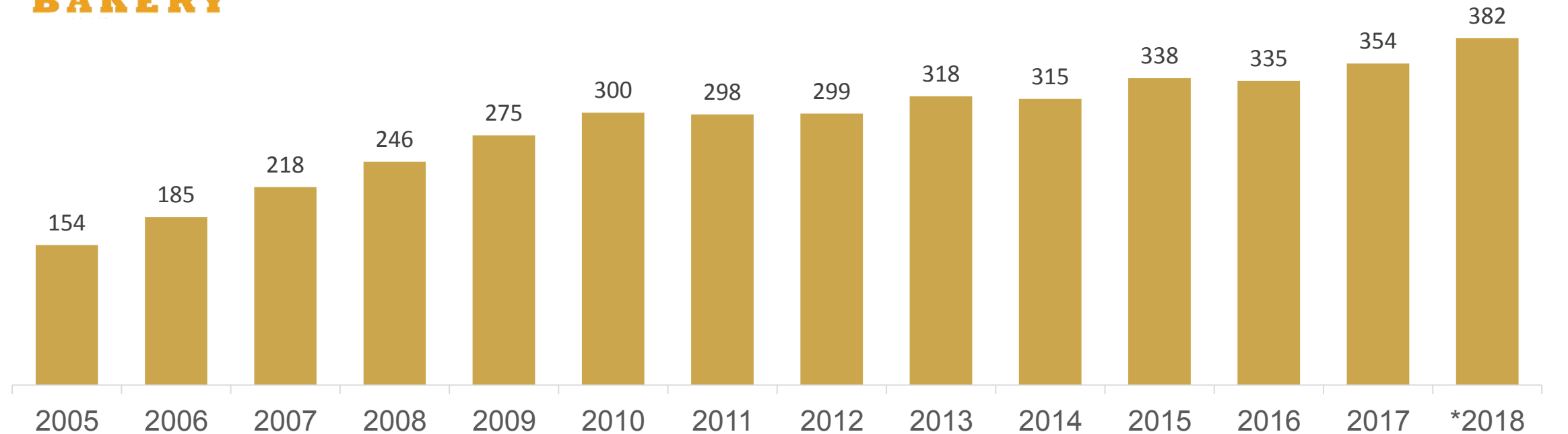


הלחם המיוחד צומח בכ-8%

שיעור הצמיחה השנתי הגבוה ביותר בקטגוריה מאז שנת 2010



לחם מיוחד ארוז
מכר כספי במיליוני ₪



7.9%

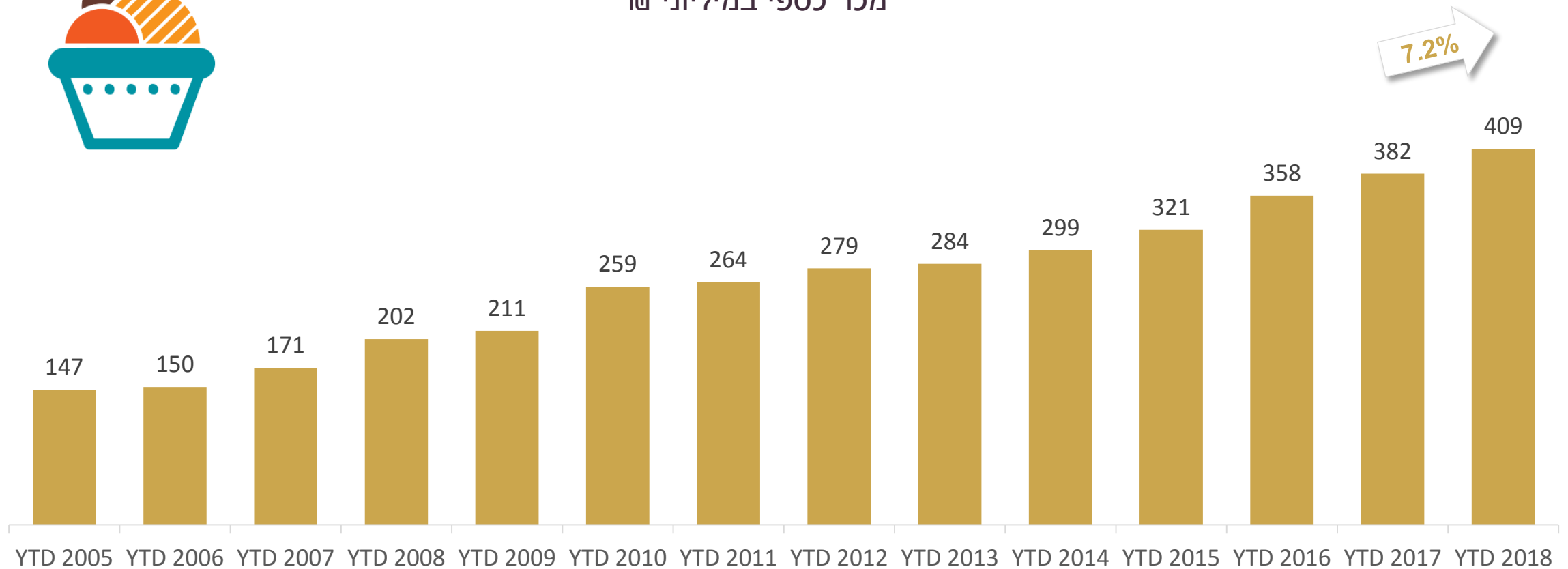
*2018 – ע"פ קצב ינואר-אוקטובר

וגם בעולם הגלילות הצעות פרימיום רושמות צמיחה נאה במכר

גלילות הפרימיום והסופר פרימיום מהוות כמחצית מהמכר הכספי במחלקה ובקטגוריית חבילות הבית – מותגי הסופר פרימיום מהווים כ-40% מהמכר



גלילות פרימיום וסופר פרימיום
מכר כספי במיליוני ₪



7.2%



ביטוי נוסף למגמה ניתן למצוא בעולם הפריכיות שם צומחות פריכיות החיטה

בקטגורית תחליפי לחם לנשנוש סגמנט פריכיות החיטה היקר יותר מציג צמיחה של 90% במכר הכספי. הסגמנט צומח במקביל לסטגנציה במכר של פריכיות האורז

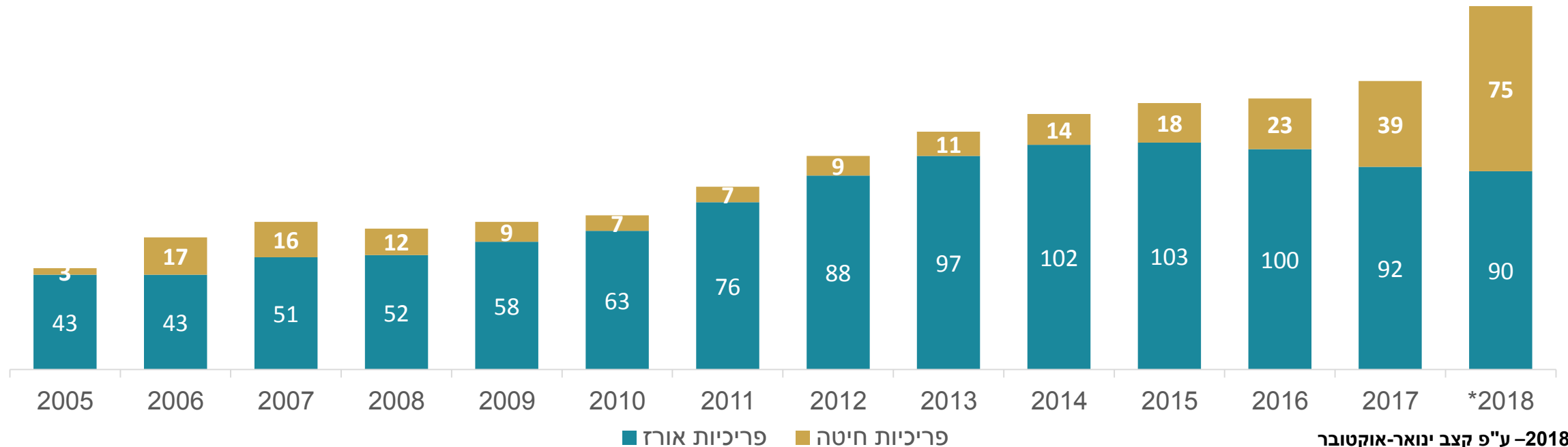


פריכיות אורז וחיטה
מכר כספי במיליוני ₪

מחיר לק"ג 2018

פריכיות אורז 47.7 ₪

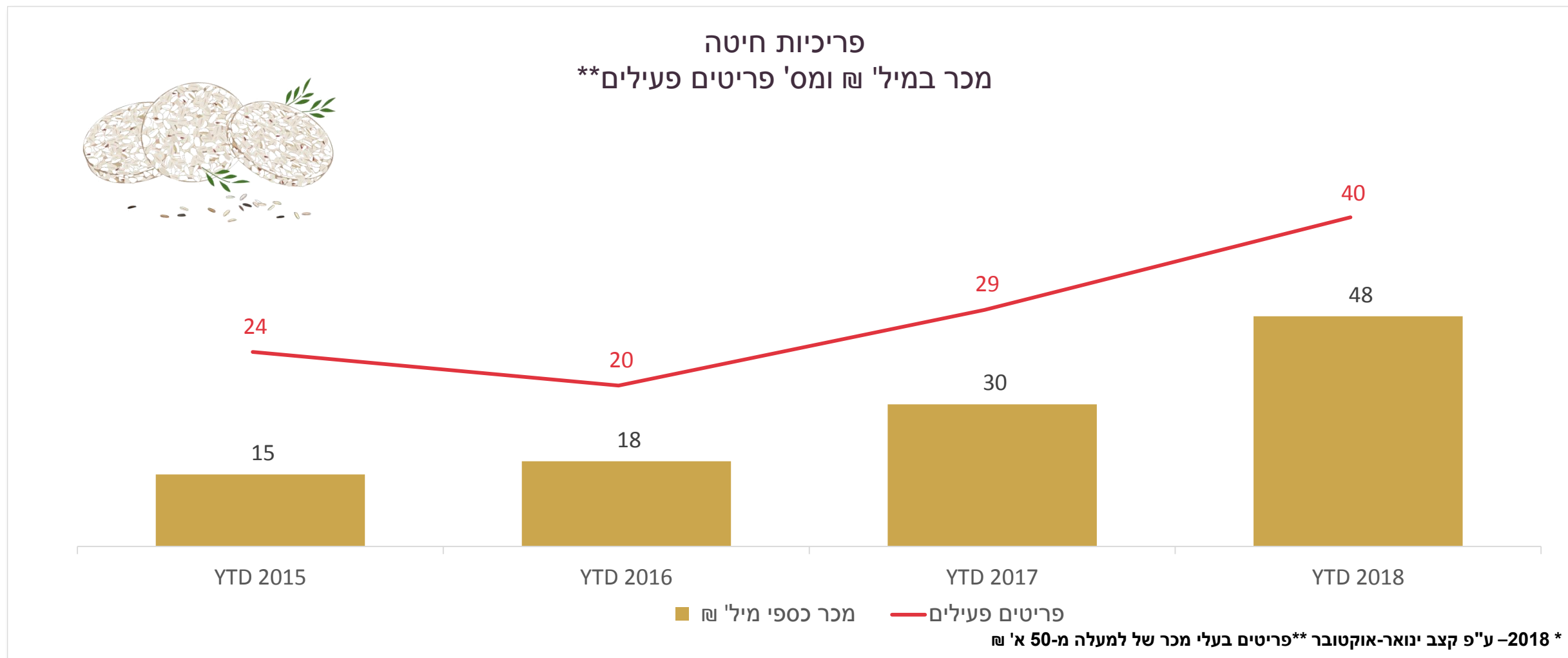
פריכיות חיטה 93.4 ₪



* 2018 – ע"פ קצב ינואר-אוקטובר

הצמיחה בפריכיות החיטה מגיעה על רקע הרחבת מגוון

בדומה לתחומי הצמיחה המהירה גם כאן הצמיחה במכר מתרחשת במקביל להרחבת המגוון הזמין לצרכן



גם בקטגוריית מוצרי בשר על האש לחדשנות פרימיום חשוב בחזרה לצמיחה

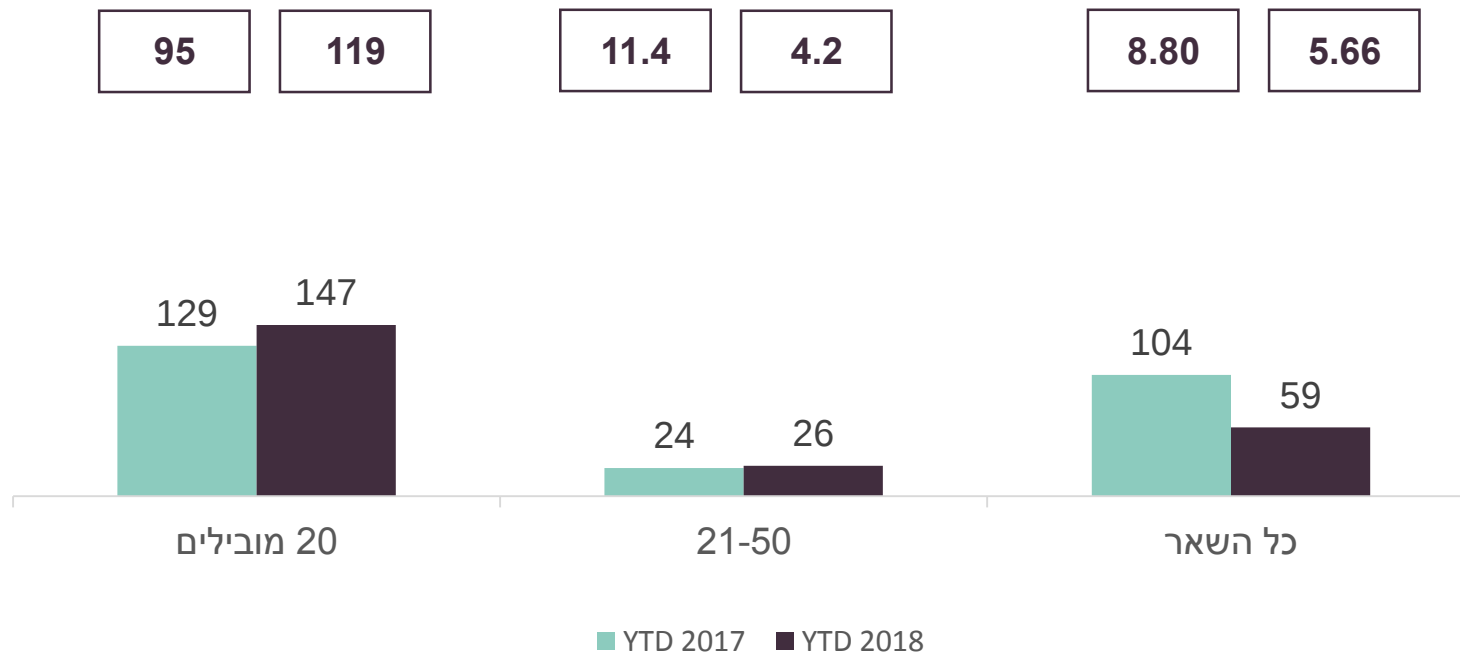
כלל הקטגוריה מתאוששת מהמשבר שפקד אותה על רקע המלצות ארגון הבריאות העולמי אך עיקר הצמיחה מול שנת 2015 כתוצאה מהשקת סגמנט פרימיום של "סטייק דק דק"



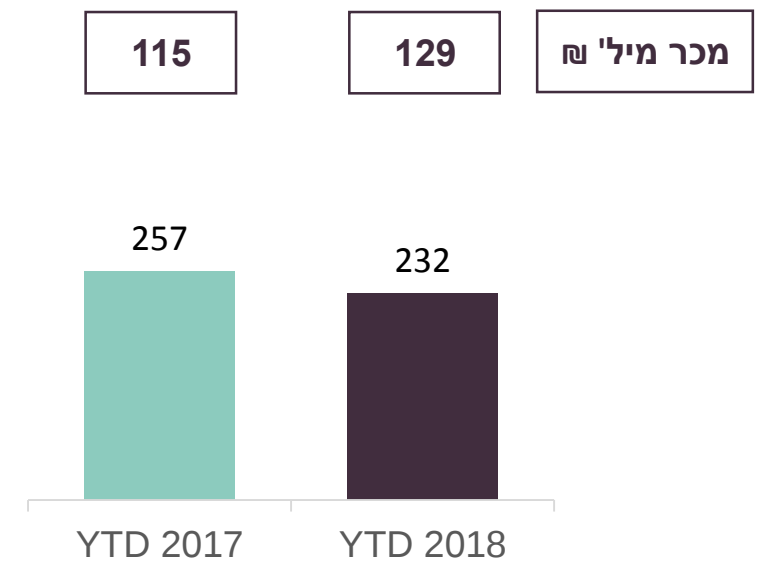
בקטגוריות הפרימיום הספקים הגדולים יותר חדשנות יותר אפקטיבית

בקטגוריות הפרימיום ישנה ירידה קלה יחסית במס' הפריטים החדשים לעומת הירידה בכלל השוק, כאשר מתמקדים ב-20 הספקים הגדולים ישנה אף עלייה במס' הפריטים ובהיקף המכר שלהם

פריטים חדשים – קטגוריות פרימיום
לפי גודל ספק



פריטים חדשים – מס' והיקף מכר
קטגוריות פרימיום



שתי המגמות ממשיכות להיות מנוע הצמיחה של השוק

פרימיום



קולינריה



2.19 מיליארד ₪

2.51 מיליארד ₪

מכר כספי 2017

2.41 מיליארד ₪

2.63 מיליארד ₪

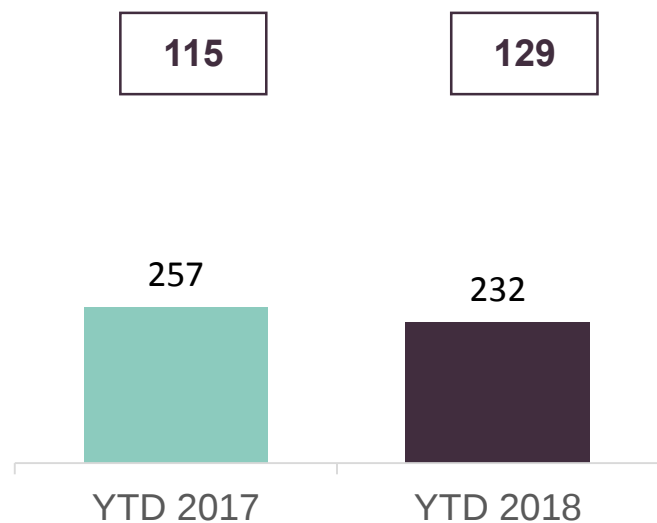
מכר כספי 2018*
* 2018 – ע"פ קצב ינואר-אוקטובר

סה"כ צמיחה של 7% ותוספת צפויה של 335 מיל' ₪ למכר

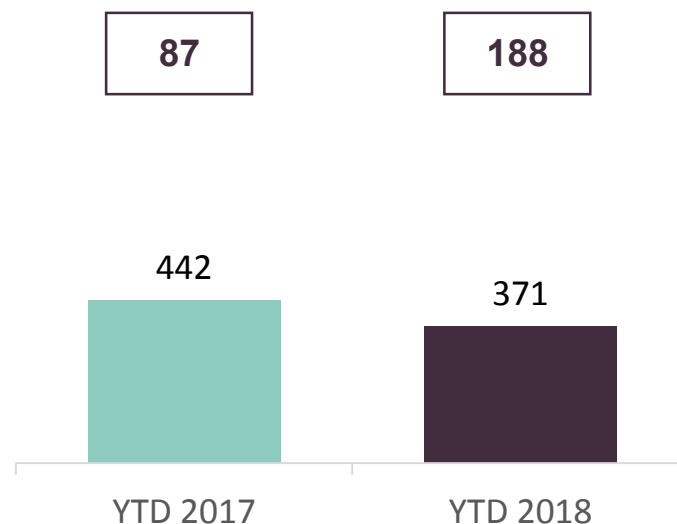
והן אחראיות לחלק ניכר מהשיפור באפקטיביות החדשנות בכלל השוק

מתוך תוספת כללית של 223 מיל' ₪ של מכר חדשנות בשנת 2018 115 מיל' ₪ מגיע משני עולמות התוכן המובילים, כאשר בשניהם נרשמת ירידה בסך הפריטים החדשים בין התקופות

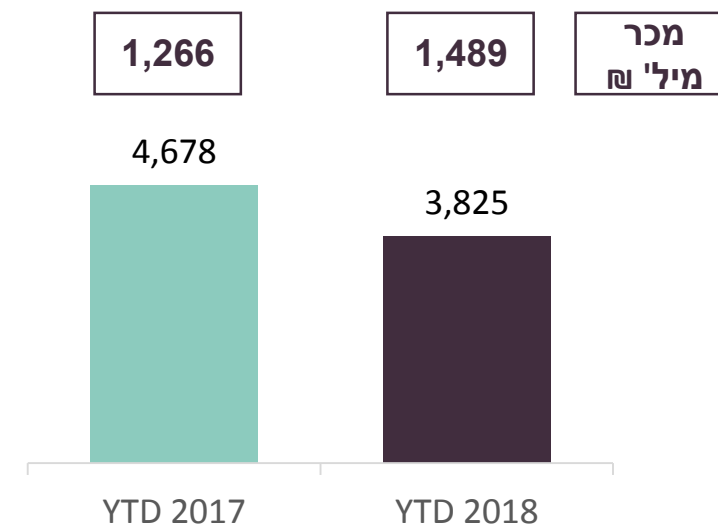
פריטים חדשים – מס' והיקף מכר
קטגוריות פרימיום



פריטים חדשים – מס' והיקף מכר
קטגוריות בישול וקולינריה



פריטים חדשים – מס' והיקף מכר
כלל השוק



לסיכום

**השוק חוזר לצמוח והצמיחה אינה נובעת מאירוע חד פעמי,
שינוי משמעותי בתנאי התחרות או מעליות מחירים**

**המכנה המשותף של מנועי הצמיחה הוא יכולתם לספק מענה לצרכים
המתפתחים של הצרכן הישראלי, שמציג העדפה הולכת וגוברת
להצעות ערך בשורה ארוכה של קטגוריות ועולמות תוכן**

**הספקים מגיבים לשינוי זה על ידי הרחבה הדרגתית של המגוון הזמין
בפני הצרכן בטווח רחב של קטגוריות צומחות**

**העלייה באפקטיביות של החדשנות השנה נובעת ממיקוד של הספקים,
בעיקר הגדולים שבהם, בחדשנות שתואמת את המגמות המרכזיות בשוק**



תודה!



StoreNext

Looking Forward