



**StoreNext**  
Looking Forward



# סיכום פברואר 2018

**מגמות מרכזיות בשוק מוצרי הצריכה בישראל**

## **בסיס הנתונים**

הנתונים מtabססים על קהיליה של **C- 2,150 חניות** המורכבת מרשומות ארכיות, סופרמרקטים,

מינימרקטים וחניות נוחות **המשדרות נתוני מכוראמתמן הקופות** ל-StoreNext

והמהוות **C- 80%** מסך המכור בשוק ה- FMCG המבורקד בישראל

(הנתונים אינם כוללים נתוני קצביה, מאפיית, פירות וירקות וסיגריות)

על בסיסן ובאמצעות מודל סטטיסטי מתקדמי מבוצעת

**אקסטרפולציה סטטיסטית לכלל 100%**

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

# מה שקרה, בקצרה



❖ חודש פברואר רושם עלייה של 4.5% ביחס לפברואר המקביל אשתקד ובכך נמשכת מוגמת הצמיחה מתחילת השנה, המסתכמת ב- 4.2% מול התקופה המוצטברת בשנה שעברה



❖ מדד המוצרים של StoreNext רושם בתקופה המוצטברת עלייה של 0.7 נקודות מדד ביחס לתקופה המוצטברת אשתקד. מחודש נובמבר 2017 ועד היום המדד שומר על יציבות יחסית



❖ העולמות המרכזיים הבולטים הם: יין בירה ומשקאות חריפים, חטיפים ועולם השוקולד, הרושים צמיחה ניכרת בחודש פברואר השנה לעומת אשתקד, עקב הקניות לחג הפורים

# שינויי במכירות ומדד המוצרים

כל ה-GFMCG, ינואר-פברואר 2018 בהשוואה לינואר-פברואר 2017



+0.7%

שינויי מדד מוצרים



+4.2%

+ 275 מיליון ₪



+3.5%

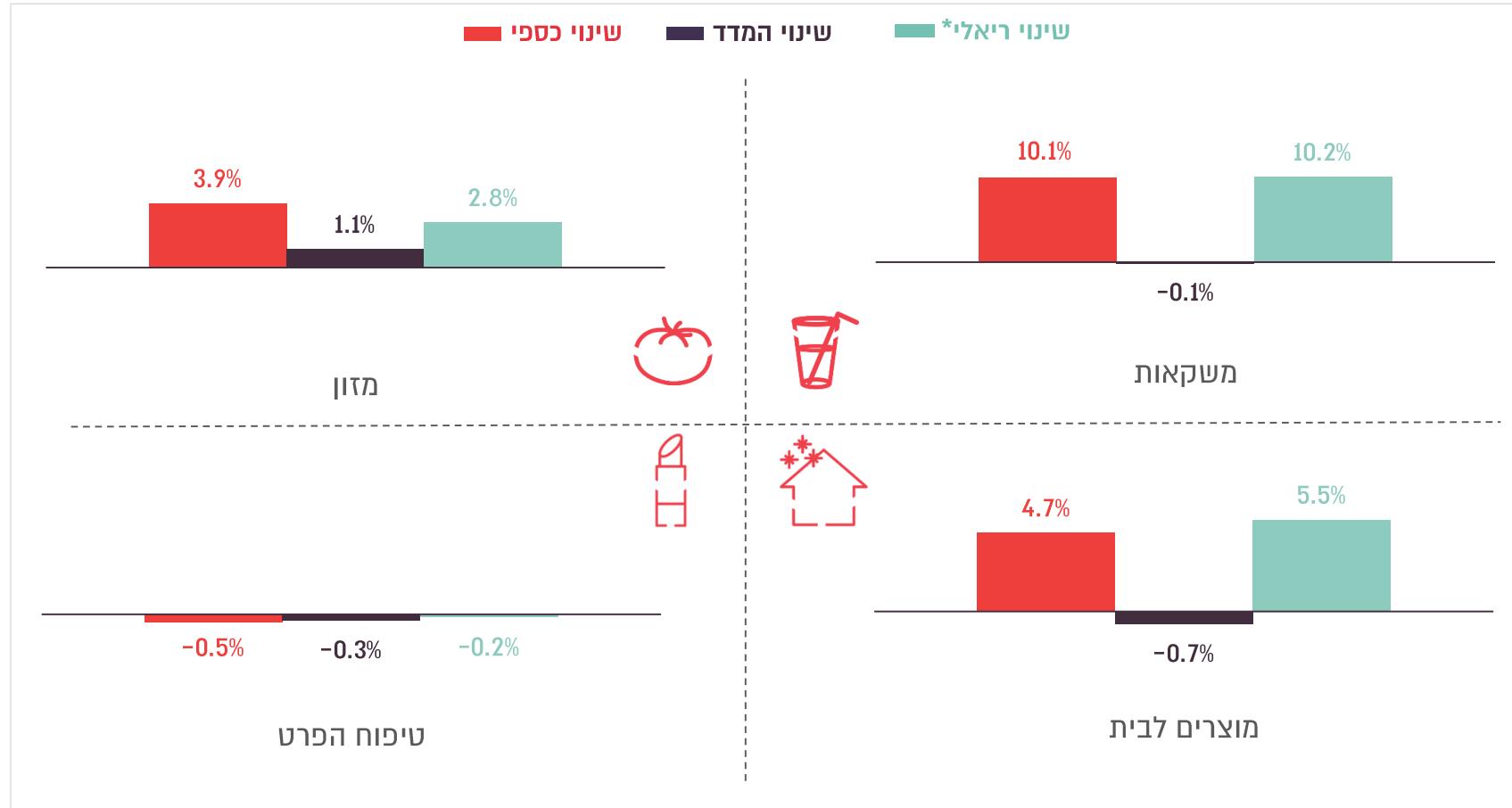
שינויי ריאלי\*

שינויי מכור כספי

\* שינוי ריאלי - צמיחה כספית בניכוי השינוי במדד המוצרים (המנוגה מהשפעות תמהיל) בין התקופות

# שיעור שינוי YTD (ינואר-פברואר)

תחום המשקאות רושם את הגידול הכספי והריאלי הגבוה ביותר, בעקבות תזמון חג הפורים שחל השנה בסוף פברואר לעומת חודש מרץ בשנה שעברה. בתחום המזון רושם אף הוא גידול כספי וריאלי, לצד עלייה במדד המוצרים



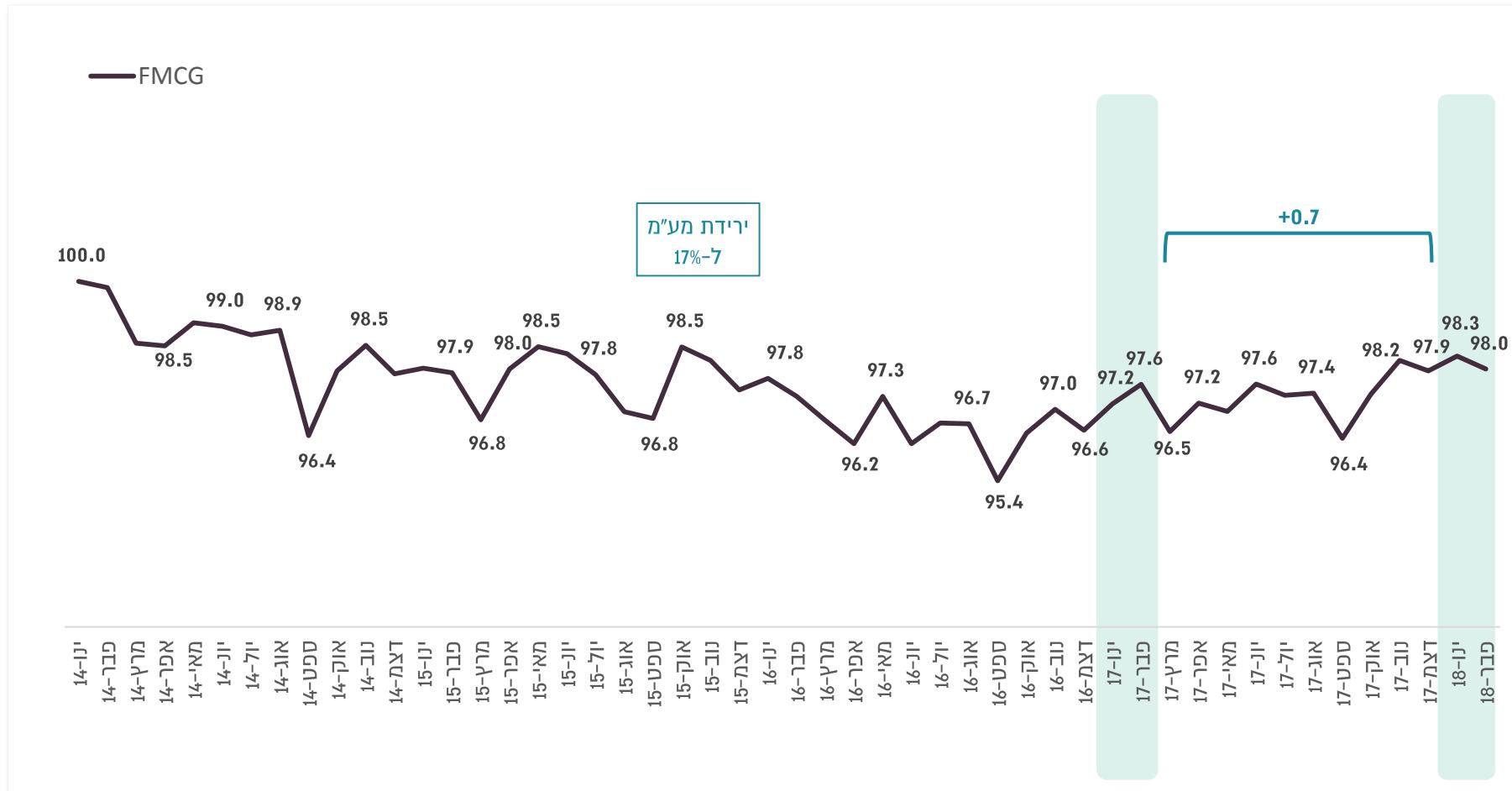
\* שינוי ריאלי - צמיחה כספית בניכוי השינוי במדד המוצרים (המנוגה מהשפעות תמהיל) בין התקופות



# מדד המוצרים של StoreNext

מדד המוצרים של StoreNext מודד את השינוי במכירות המוצרים בኒקיי שינוי תמהיל

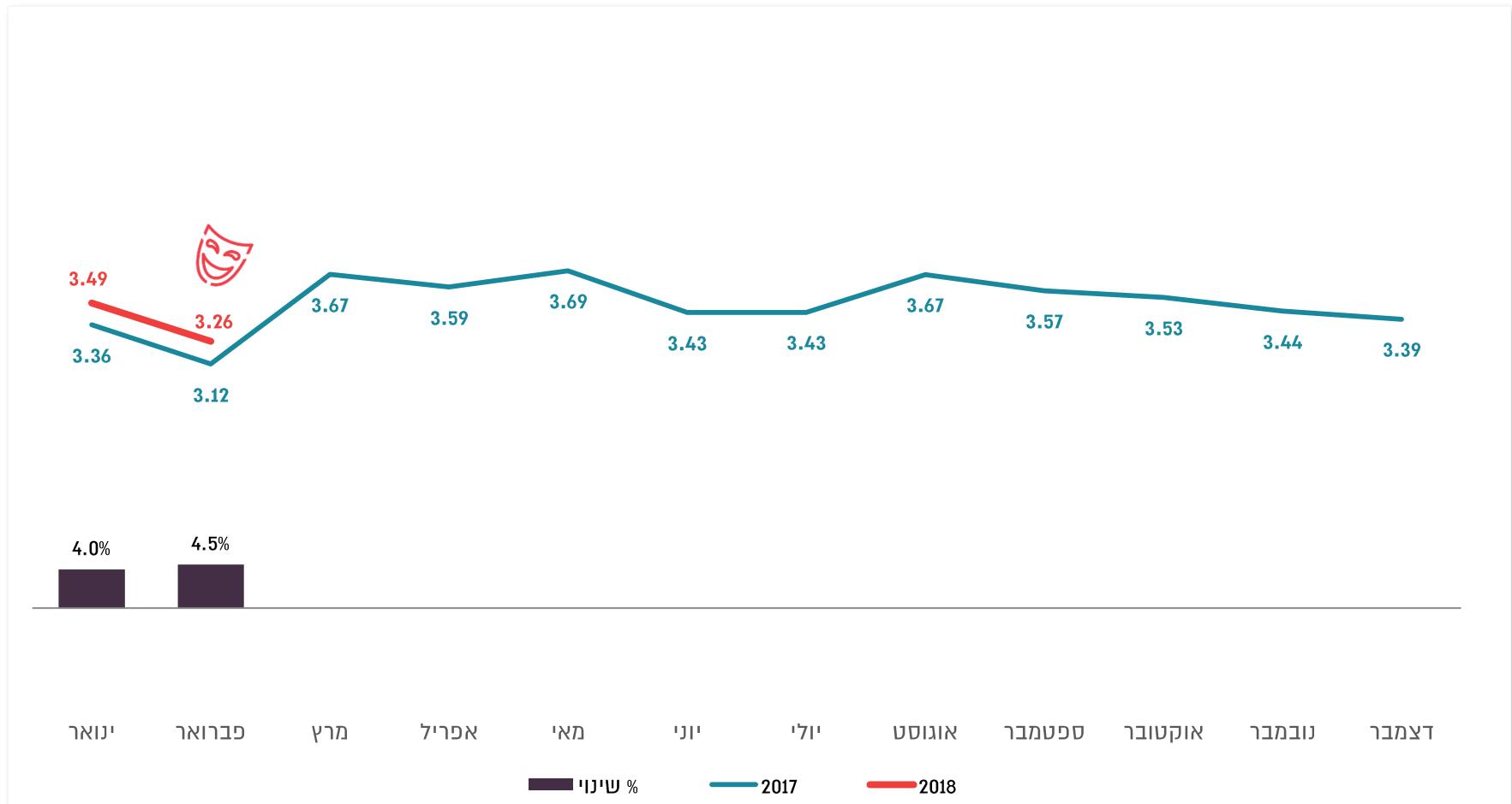
מדד המוצרים המצטבר של StoreNext רשם גידול של כ-0.7 נקודות מדד ביחס לתקופה המקבילה אשתקד, בחודש נובמבר 2017 נרשמה עלייה במדד ומازהו שומר על יציבות יחסית



# מגמת מכיר חודשית

מכיר כספי FMCG , מיליארדי ₪

חדש פברואר רושם עלייה של 4.5% ביחס לפברואר המקביל אשתקד ובכך נמשכת מגמת הצמיחה מתחילת השנה, המסתכמת ב- 4.2% מול התקופה המוצטברת בשנה שעברה



סיכום פברואר 2018

# מגמת מכיר בחודש פברואר

מכיר כספי FMCG, מיליון ₪

הפער במכיר בין חודש פברואר השנה ביחס לחודש פברואר שנה שעברה הטעם עם הקربה לחג הפורים והגיע לכדי 10.9% בשבועו האחרון של חודש פברואר, בו חל החג



פברואר - שבוע 1

01-07/02

פברואר - שבוע 2

08-14/02

פברואר - שבוע 3

15-21/02

פברואר - שבוע 4

22-28/02

פבר-18 ■ גבר-17 ■ % שינוי כספי

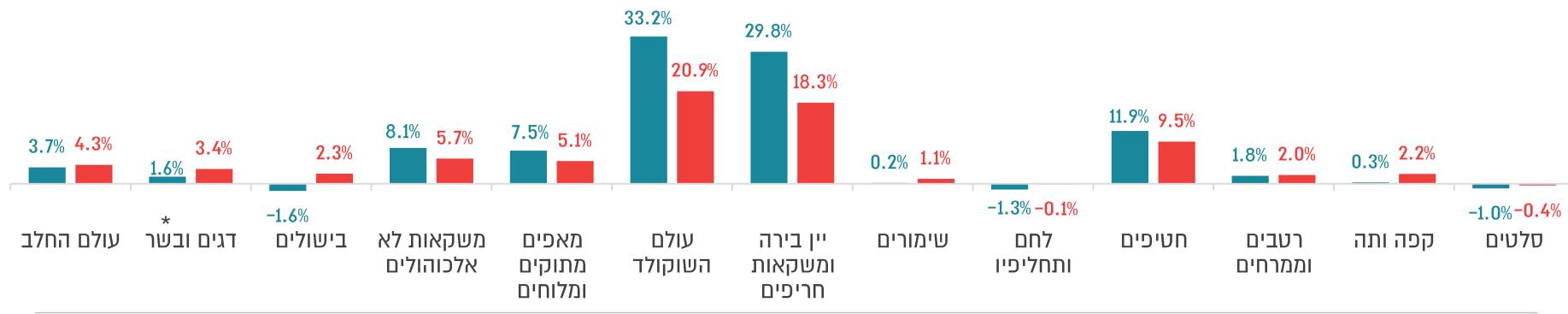
# השינויי הכספי בעולמות מרכזיים

בהתוואה ל-2017-2018

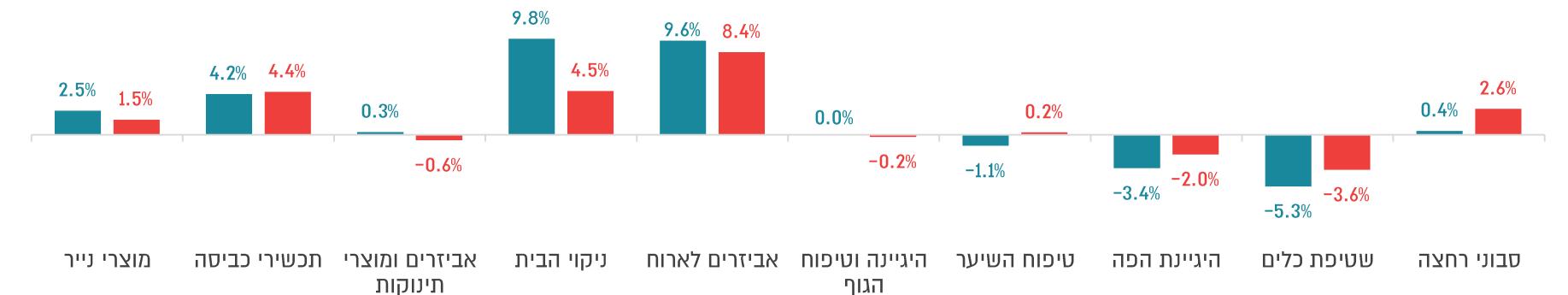
רובה העולמות המרכזיים רושמים צמיחה בתקופה המוצברת לעומת התקופה המקבילה אשתקד.  
החדש בולטים בשיעורי הצמיחה עולמות האלכוהול, חטיפים ועולם השוקולד, הנובעים מכך שהג

■ שינוי צמיחה מצבר 2017-2018 ■ שינוי צמיחה חדש 2017-2018

מזון ומשקאות



טיפוח הבית והפרט

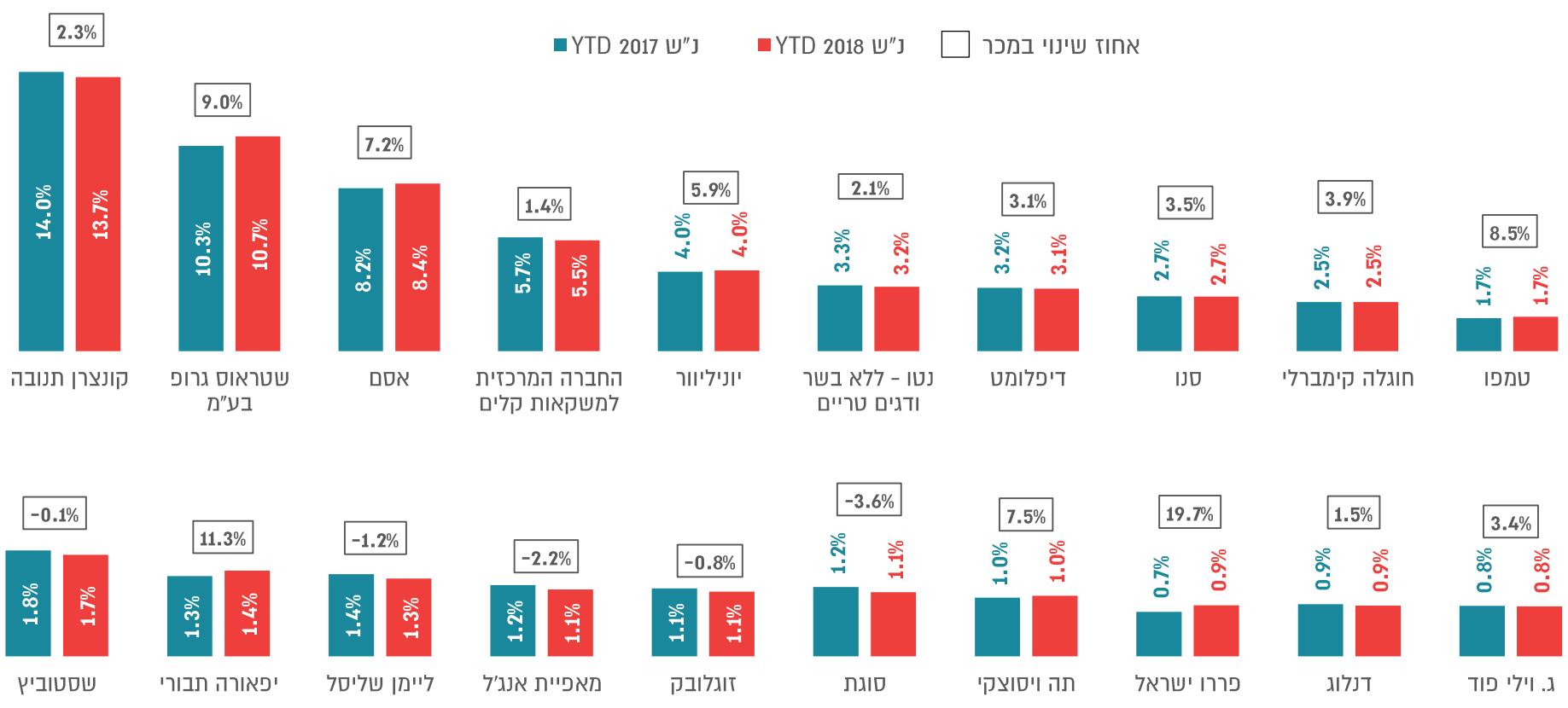


\* לא כולל קצביה ודגימות טריים

# נתח שוק וצמיחה ספקים

נתח שוק כספי מכלל ה-GMC

נתח השוק של עשרת הספקים המוביילים עומד על 55.6% בחודש פברואר השנה, לעומת 55.3% בחודש פברואר אשתקד. לעומת התקופה המוצטברת, נתח השוק של ספקים אלו מציג עלייה של 0.3 נקודות לעומת התקופה המוצטברת אשתקד



הנתונים אינם כוללים נתוני קצביה, מאפיית, פירות וירקות וסיגריות

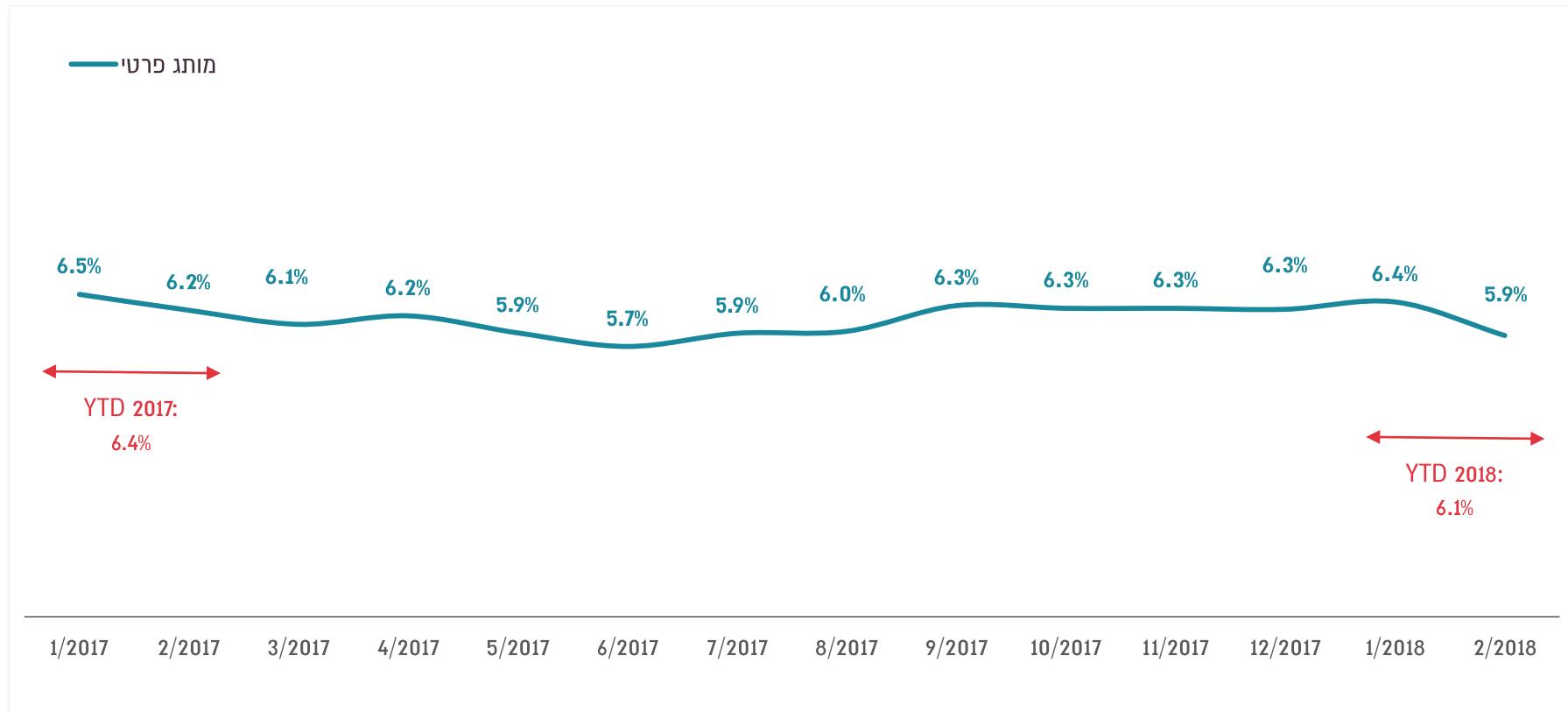
סיכום פברואר 2018



# נתח המותג הפרסטי מסך ה-FMCG

נתח שוק כספי חודשי

נתח השוק של המותג הפרסטי רושם ירידה של 0.5 נק' נתח שוק בחודש פברואר ביחס לחודש קודם, ומציג ירידה של 0.3 נקודות נתח שוק עבור התקופה המוצטברת ינואר – פברואר, ביחס לתקופה המקבילה אשתקד





תודה!

StoreNext  
Looking Forward