



סיכום דצמבר 2018

מגמות מרכזיות בשוק מוצרי הצריכה בישראל

בסיס הנתונים

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

מינימרקטים וחנויות נוחות המשדרות נתוני מכר אמת מן הקופות StoreNext-7

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

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

על בסיסן ובאמצעות מודל סטטיסטי מתקדם מבוצעת

אקסטרפולציה סטטיסטית לכלל 100%

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

מה שקרה, בקצרה



❖ בחודש דצמבר השנה נרשמת עליה של 3.2% במכר הכספי מול דצמבר אשתקד, ובכך נרשם שיעור צמיחה של 4.0% בעולם ה-FMCG בתקופה המצטברת ינואר עד דצמבר



❖ מדד המחירים של StoreNext רושם בתקופה המצטברת עליה של 1.1 נקודות מדד ביחס לתקופה המצטברת אשתקד, וירידה של 0.2 נקודות מדד ביחס לחודש נובמבר



❖ נתח השוק של עשרת הספקים הגדולים רושם ירידה מול דצמבר אשתקד, אך נותר ללא שינוי בתקופה המצטברת ינואר-דצמבר מול התקופה המקבילה אשתקד

שינוי במכירות ומדד המחירים

כלל ה-FMCG, ינואר-דצמבר 2018 בהשוואה לינואר-דצמבר 2017



+1.0%

שינוי מדד מחירים



+4.0%

+1.7 מיליארד ₪

שינוי מכר כספי



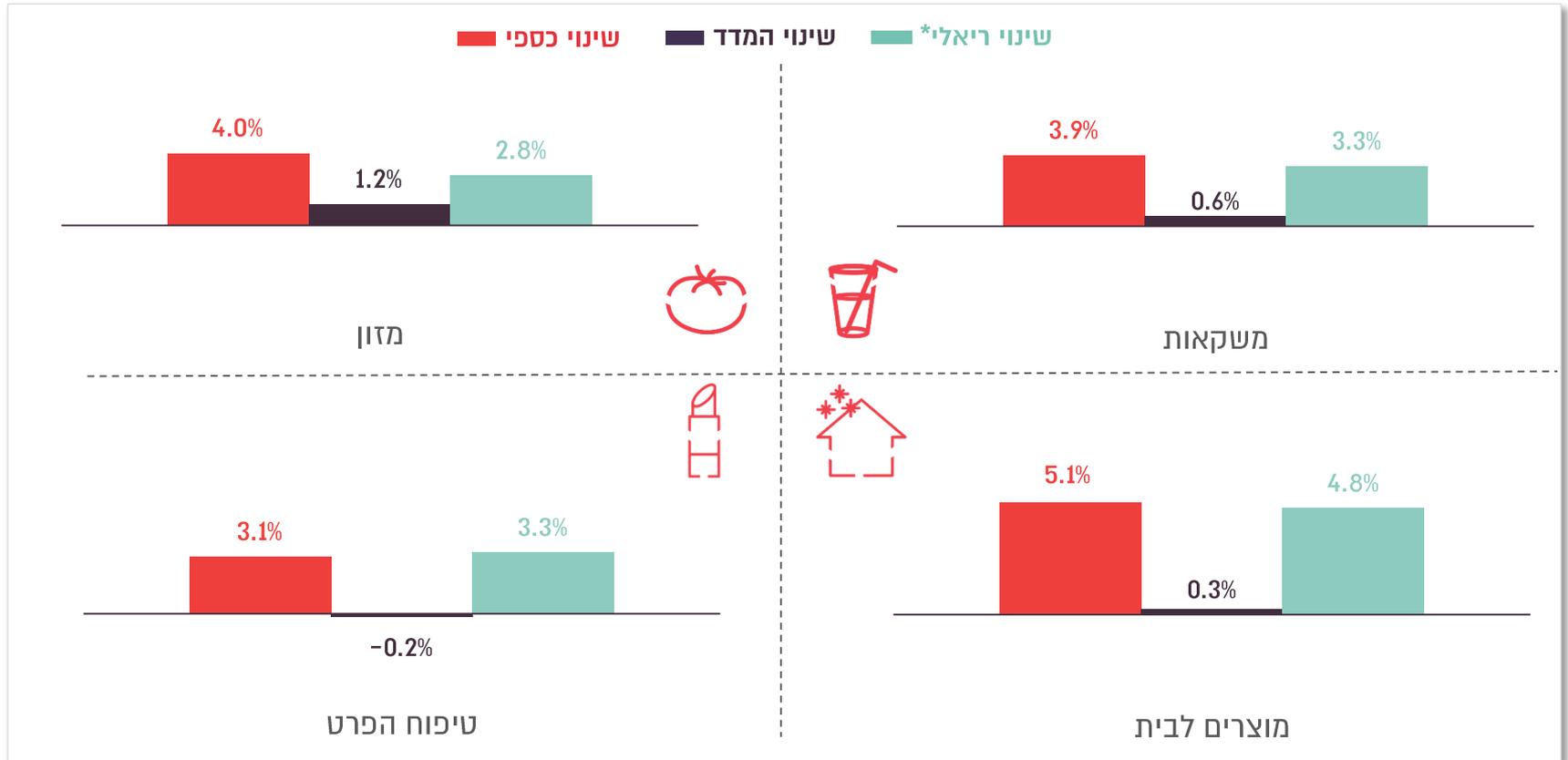
+3.0%

שינוי ריאלי*

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

שיעור שינוי YTD (ינואר-דצמבר)

כלל העולמות רושמים עליה כספית וריאלית בתקופה המצטברת הנוכחית בהשוואה לתקופה המצטברת אשתקד. בכלל העולמות, מלבד טיפוח הפרט, נרשמת עליה במדד המחירים



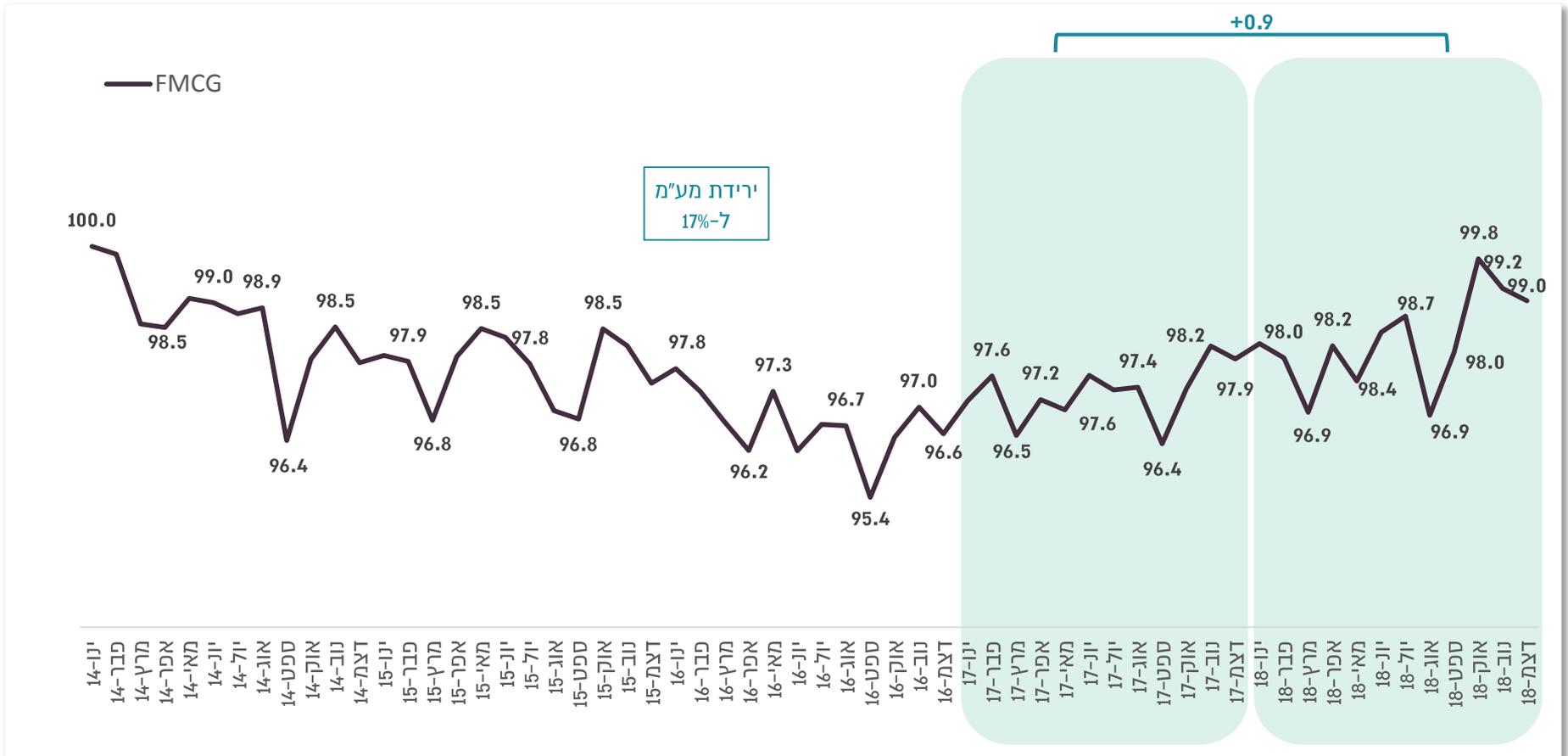
* שינוי ריאלי - צמיחה כספית בניכוי השינוי במדד המחירים (המנוכה מהשפעות תמהיל) בין התקופות



מדד המחירים של StoreNext

מדד המחירים של StoreNext מודד את השינוי במחירי המוצרים בניכוי שינויי תמהיל

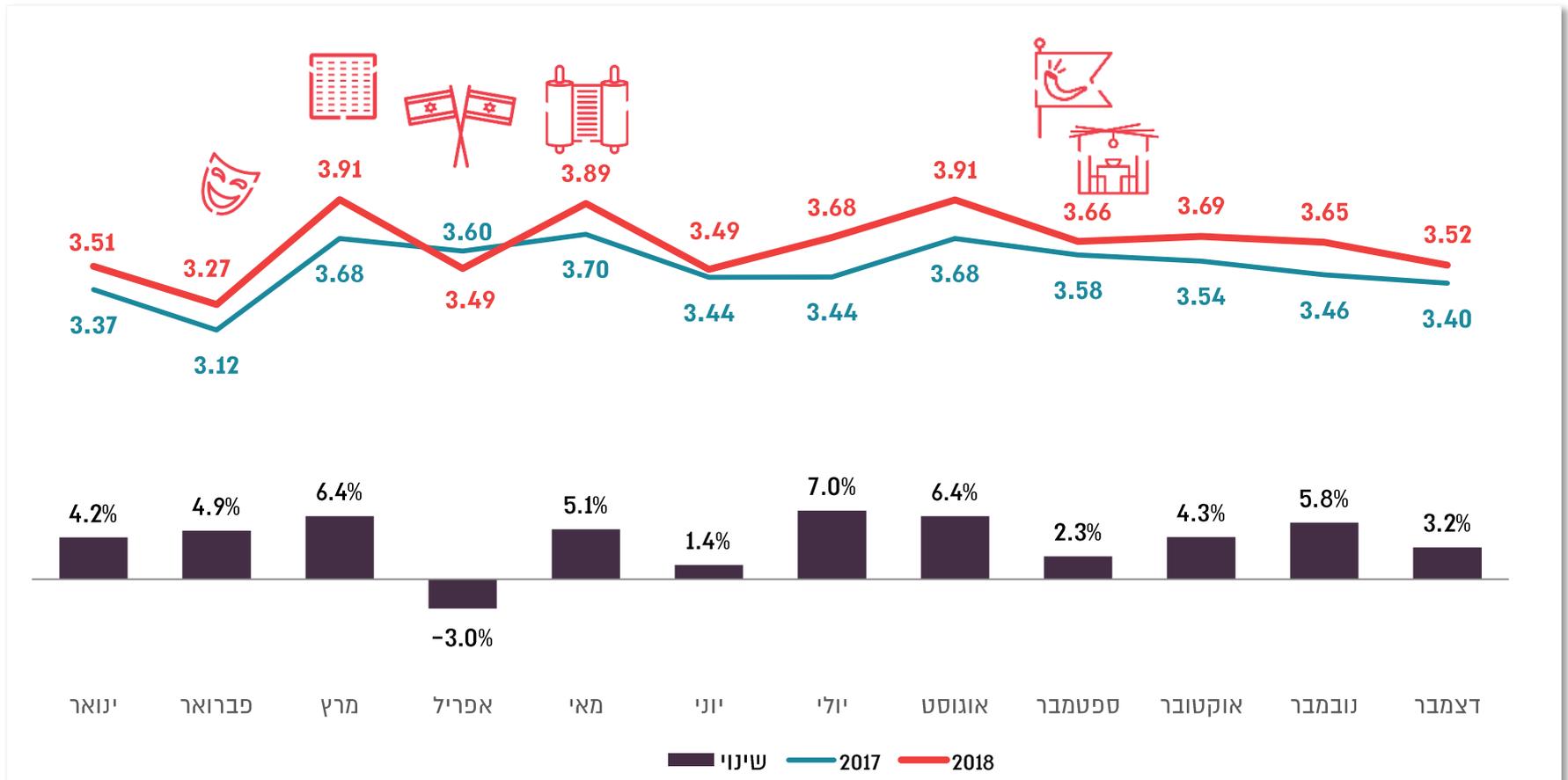
מדד המחירים של StoreNext רושם עליה של 1.1 נק' מדד בחודש דצמבר בהשוואה לחודש דצמבר אשתקד, לצד ירידה של 0.2 נק' מדד מול חודש קודם



מגמת מכר חודשית

מכר כספי FMCG, מיליארדי ₪

בחודש דצמבר הנוכחי נרשם גידול של 3.2% במכר עולם ה-FMCG ביחס לדצמבר אשתקד, כאשר בכלל התקופה המצטברת נרשם גידול של 4.0% בעולם זה. הגידול הינו בהתאם למגמה השנתית ובה בכל אחד מהחודשים בשנת 2018 (מלבד אפריל) נרשם מכר גבוה יותר מהחודש המקביל אשתקד

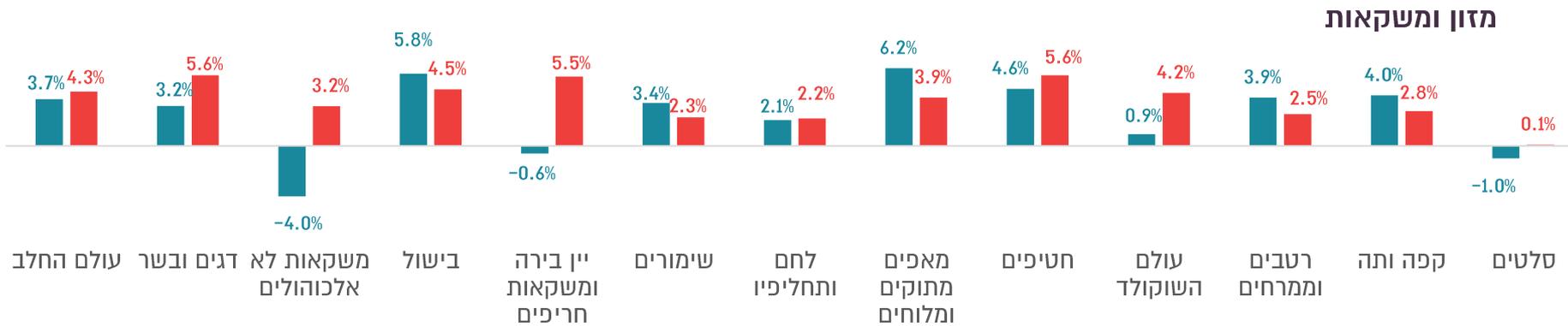


השינוי הכספי בעולמות מרכזיים

מצטבר 2018 בהשוואה למצטבר 2017

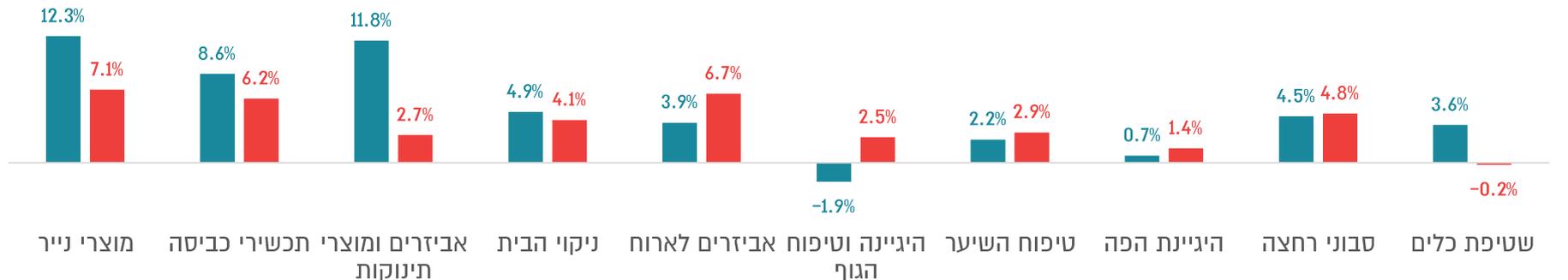
כלל העולמות (מלבד שטיפת הכלים) רושמים עליה במכר הכספי בתקופה המצטברת מול התקופה המקבילה אשתקד. עולמות משקאות לא אלכוהוליים, יין בירה ומשקאות חריפים, סלטים והיגינה וטיפוח הגוף רושמים ירידה מול חודש מקביל אשתקד, על אף הצמיחה שלהם בתקופה המצטברת. מוצרי נייר ואביזרים ומוצרי תינוקות הינן הקטגוריות הצומחות ביותר בדצמבר הנוכחי בהשוואה לדצמבר אשתקד

■ שינוי כספי חודש דצמבר 2017/2018 ■ שינוי כספי תקופה מצטברת 2017/2018



* לא כולל קצבייה ודגים טריים

מוצרים לבית וטיפוח הפרט



קטגוריות צומחות/יורדות

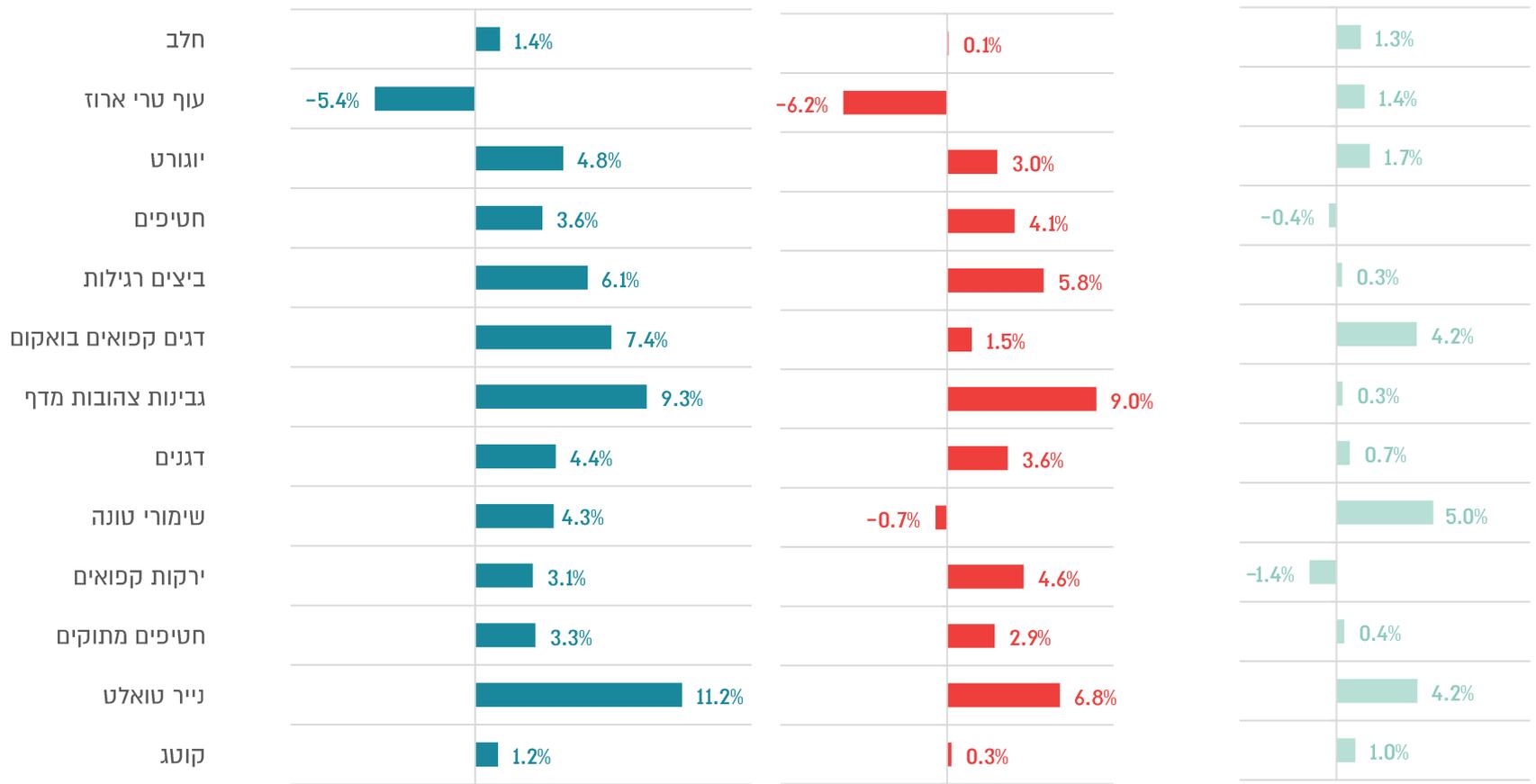
שיעור השינוי בין חודש דצמבר הנוכחי לבין החודש המקביל אשתקד

קטגוריית נייר טואלט ממשכיכה להיות הצומחת ביותר מבין הקטגוריות המובילות וזאת לצד גידול כמותי וגידול במחיר הממוצע. קטגוריית עוף טרי ארוז ממשכיכה לרדת במכר הכספי (מול חודש מקביל אשתקד), לצד ירידה כמותית

אחוז שינוי במכר הכספי

אחוז שינוי במכר הכמותי

אחוז שינוי במחיר הממוצע

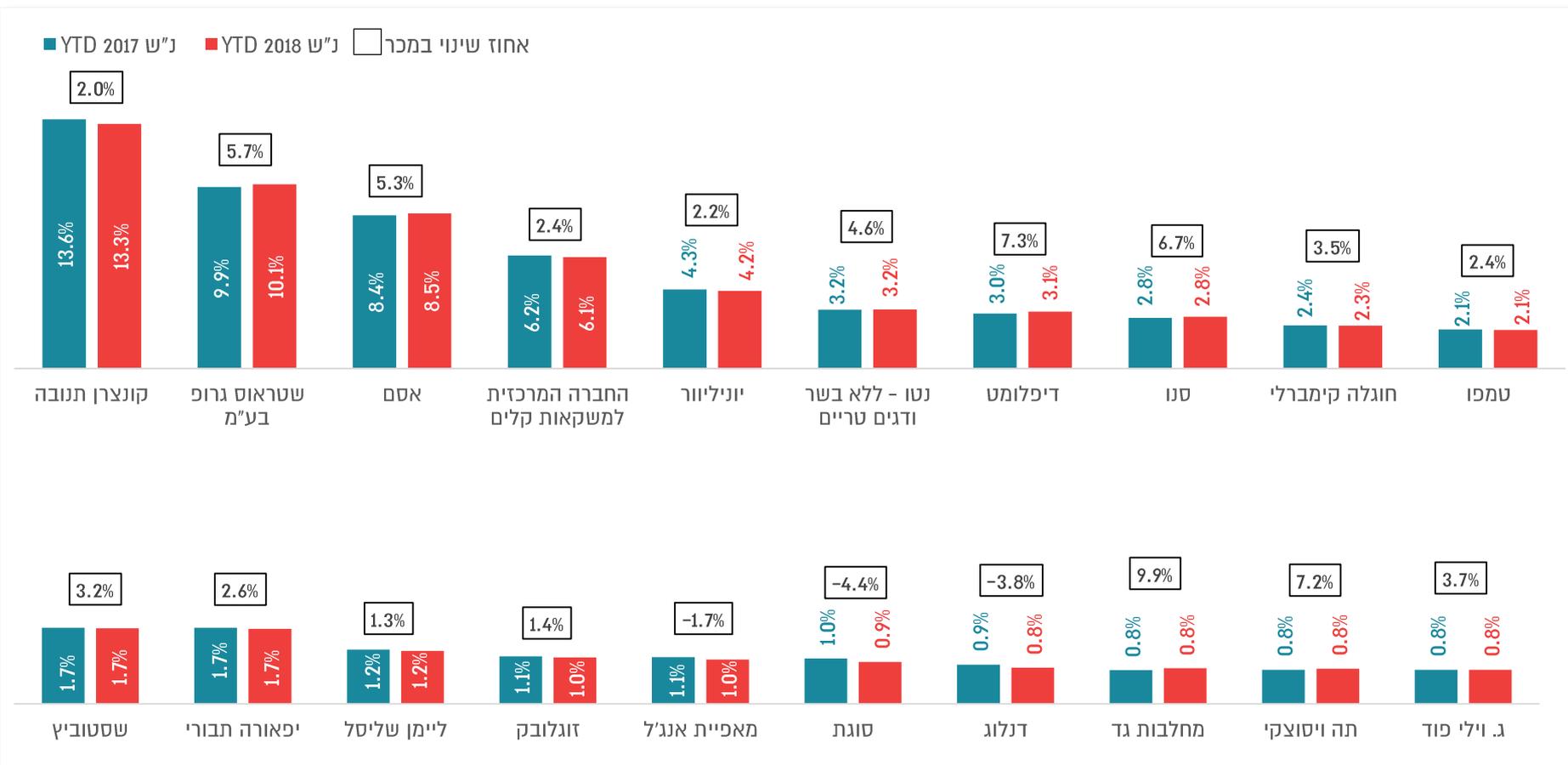


*מכר כמותי/מחיר ממוצע לפי משקל/נפח/יח' באריזה

נתח שוק וצמיחת ספקים

נתח שוק כספי מכלל ה-FMCG

נתח השוק של עשרת הספקים המובילים בחודש דצמבר השנה עומד על 54.4%, לעומת 54.7% בחודש דצמבר אשתקד. עבור התקופה המצטברת, נתח השוק של ספקים אלו מהווה 55.8% ונשאר זהה לתקופה המקבילה אשתקד



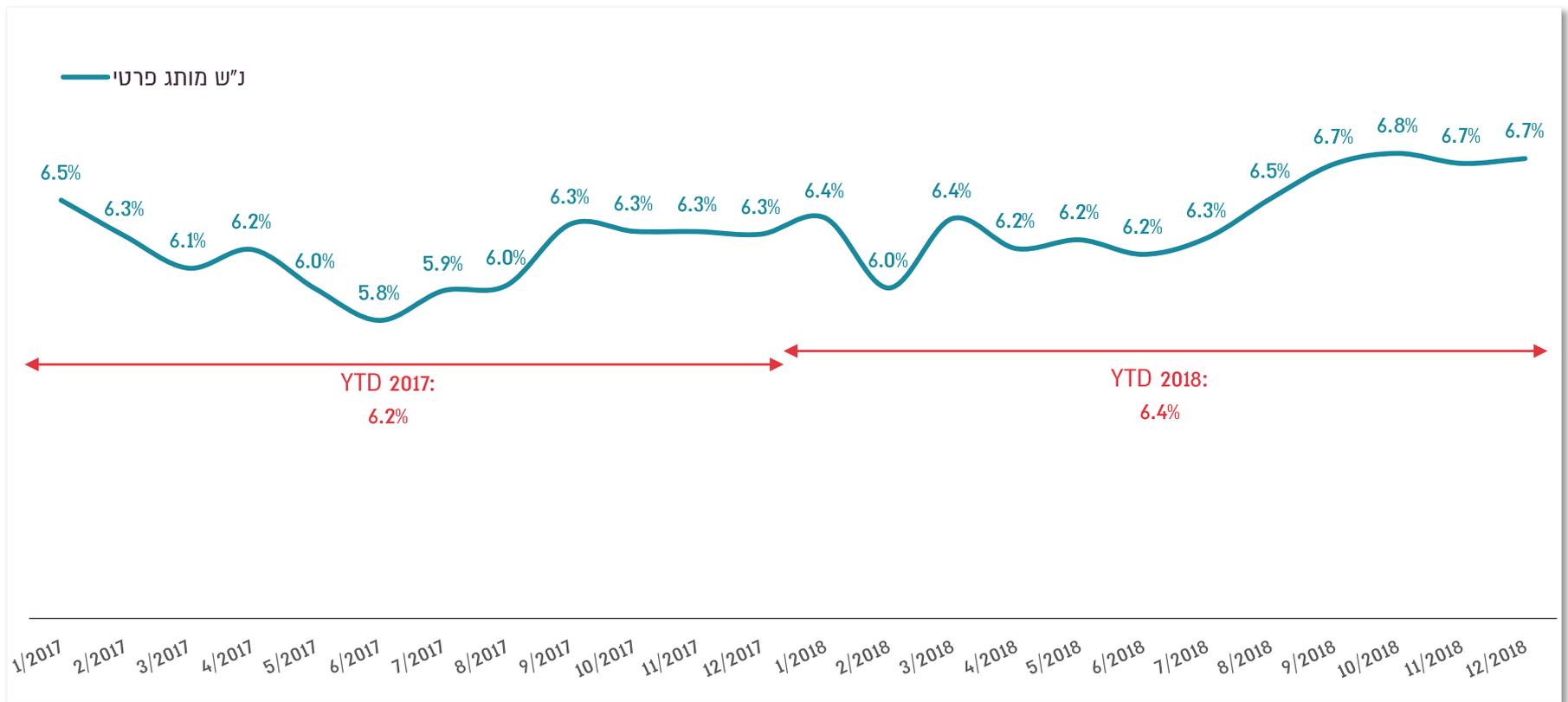
*הנתונים אינם כוללים נתוני קצבייה, מאפית, פירות וירקות וסיגריות



נתח המותג הפרטי מסך ה-FMCG

נתח שוק כספי חודשי מכלל ה-FMCG

נתח המותג הפרטי בחודש דצמבר 2018 גבוה ב-0.4 נק' נ"ש בהשוואה לחודש דצמבר 2017 בשנת 2018 נרשמת עליה של 0.26 נק' נ"ש מול השנה הקודמת בנתח המותג הפרטי בעולם ה-FMCG





תודה!

StoreNext

Looking Forward