



StoreNext  
Looking Forward



# סיכום מאי 2019

מגמות מרכזיות בשוק מוצרי הצריכה בישראל

# בסיס הנתונים

הנתונים מתבססים על קהילייה של כ- **2,500 חנויות** המורכבת מרשתות ארציות, סופרמרקטים,

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

והמהוות **למעלה מ- 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 פיצוציות ומגזר ערבי

# מה שקרה, בקצרה



- ❖ בחודש מאי השנה נרשמה עלייה של 1.5% במכר הכספי בעולם ה-FMCG מול מאי אשתקד
- ❖ בתקופה המצטברת נרשמת צמיחה של 2.3% מול התקופה המקבילה אשתקד



- ❖ מדד המחירים של StoreNext רושם בתקופה המצטברת עליה של 1.3 נקודות מדד ביחס לתקופה המצטברת אשתקד, ועלייה של 1.9 נקודות מדד ביחס לחודש מאי אשתקד



- ❖ כתוצאה משינוי בעיתוי החגים השנה חודש מאי רושם גידול בקטגוריות האופייניות ליום העצמאות ול"ג בעומר וקיטון בקטגוריות האופייניות לחג השבועות

# שינוי במכירות ומדד המחירים

כלל ה-FMCG, ינואר-מאי 2019 בהשוואה לינואר-מאי 2018



**+1.3%**

שינוי מדד מחירים



**+2.3%**

**+447 מיליון ₪**

שינוי מכר כספי



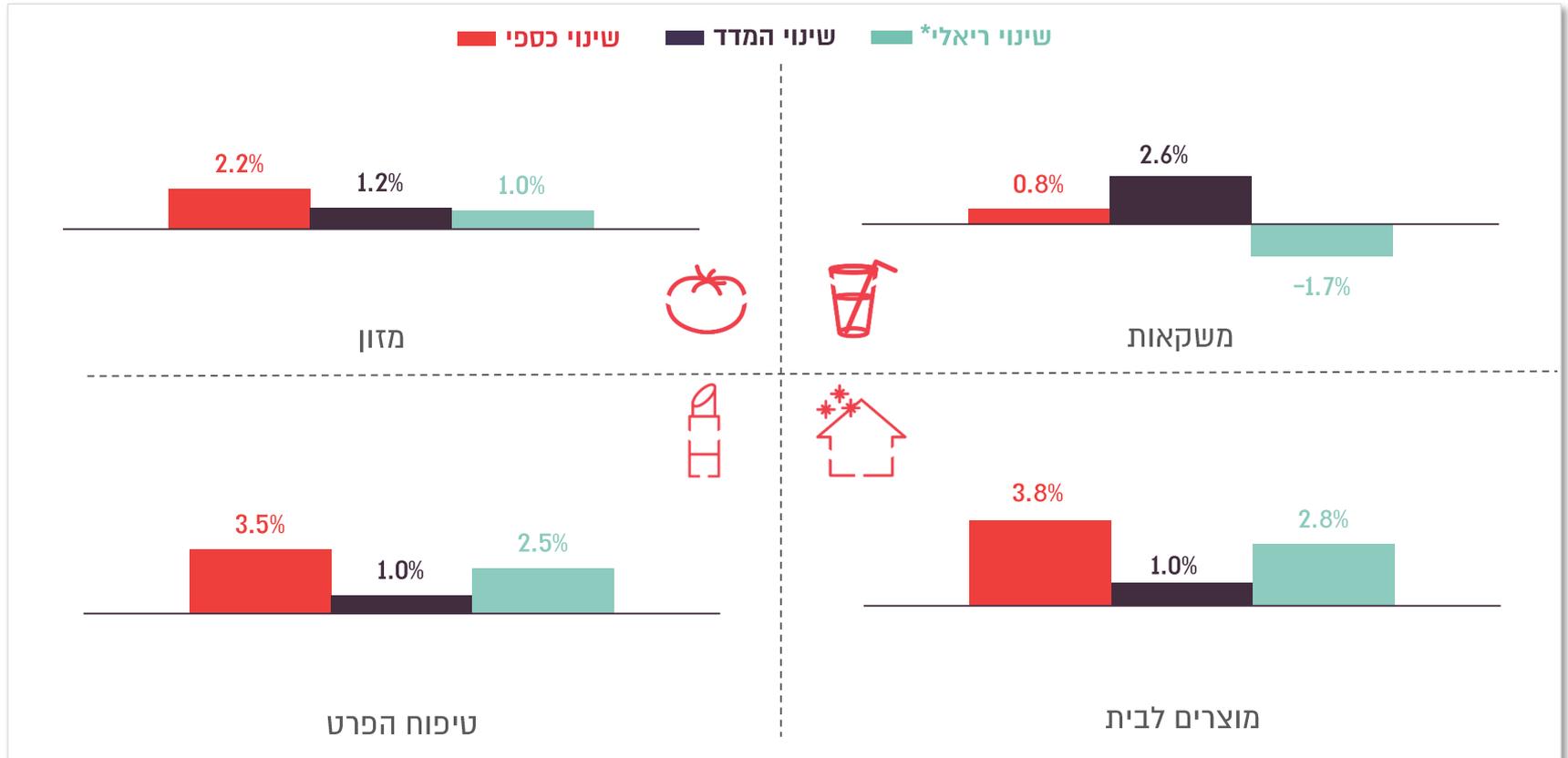
**+1.0%**

שינוי ריאלי\*

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

# שיעור שינוי YTD (ינואר-מאי)

מלבד תחום המשקאות אשר מציג ירידה ריאלית, שאר התחומים צומחים ריאלית בהשוואה למצטבר אשתקד מדד המחירים עולה בכל התחומים, כאשר תחום המשקאות מציג את העלייה הגבוהה ביותר



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

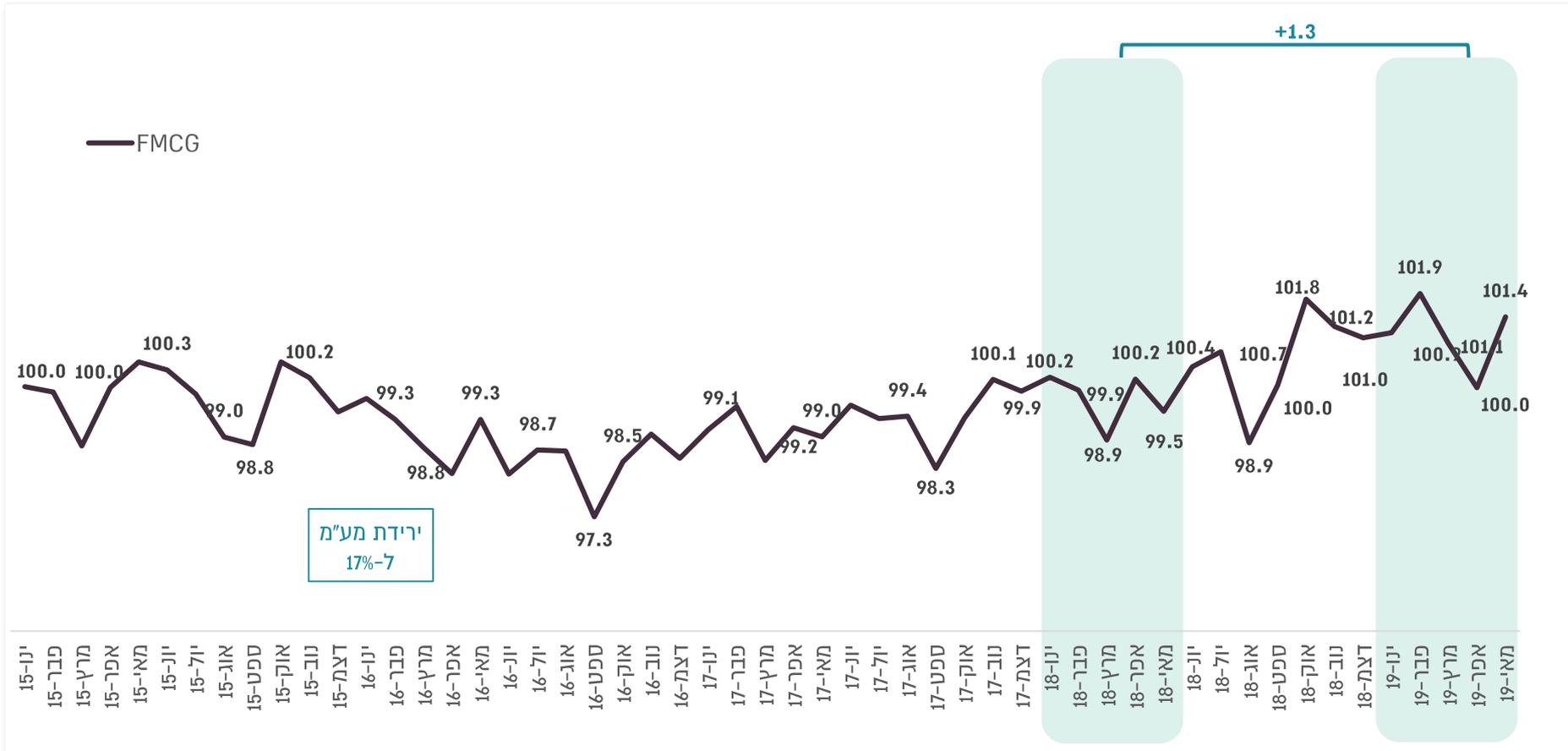


# מדד המחירים של StoreNext

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

מדד המחירים של StoreNext רושם עלייה של 1.9 נק' מדד בחודש מאי בהשוואה לחודש מאי אשתקד

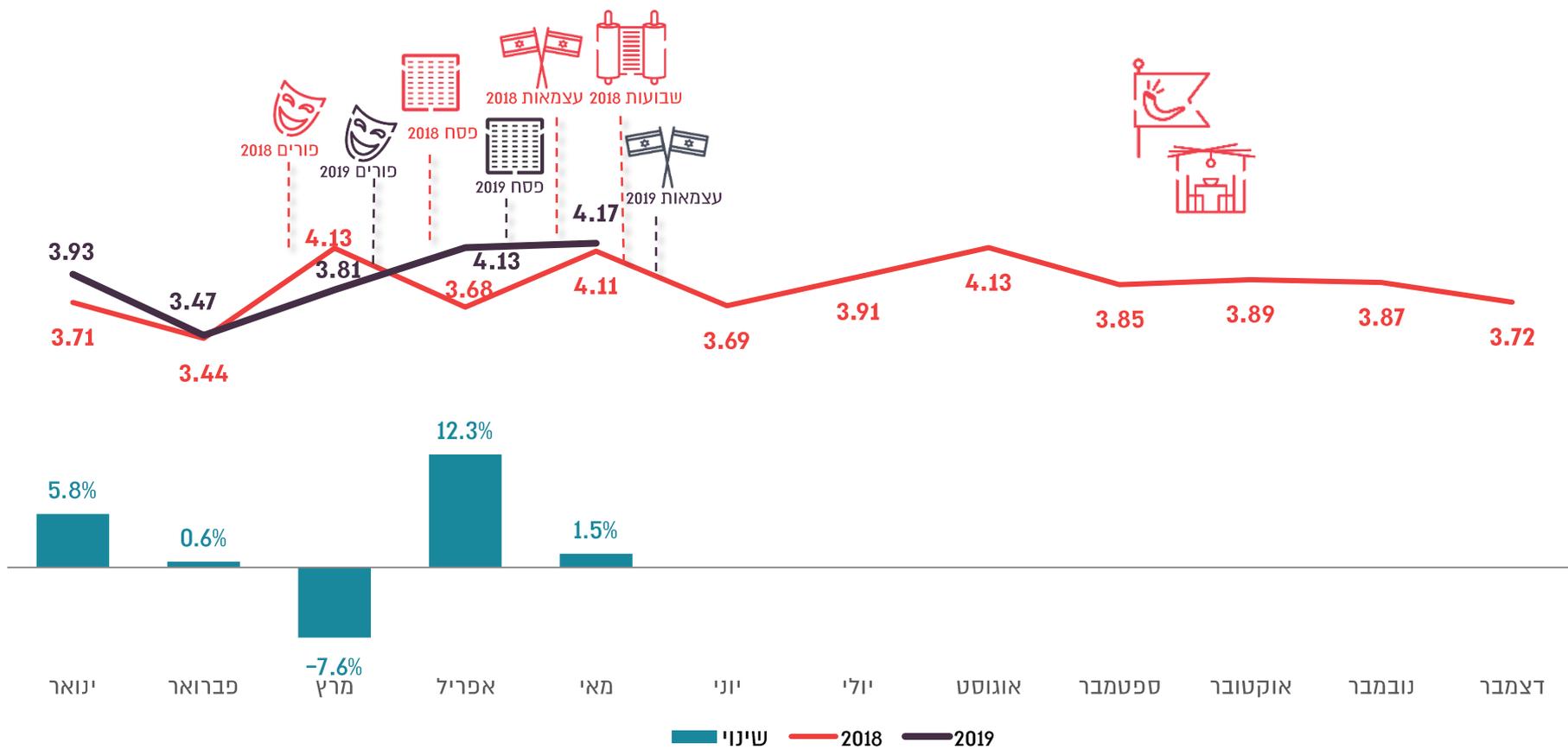
בתקופה המצטברת נרשמת עלייה של 1.3 נק' מדד



# מגמת מכר חודשית

מכר כספי FMCG, מיליארדי ₪

בחודש מאי נרשם גידול של 1.5% במכר עולם ה-FMCG ביחס למאי אשתקד  
 כאשר גם החודש תזמון החגים משפיע על היקפי המכר כתוצאה מכך שחג השבועות השנה חל בחודש יוני  
 בכלל התקופה המצטברת נרשם גידול של 2.3%



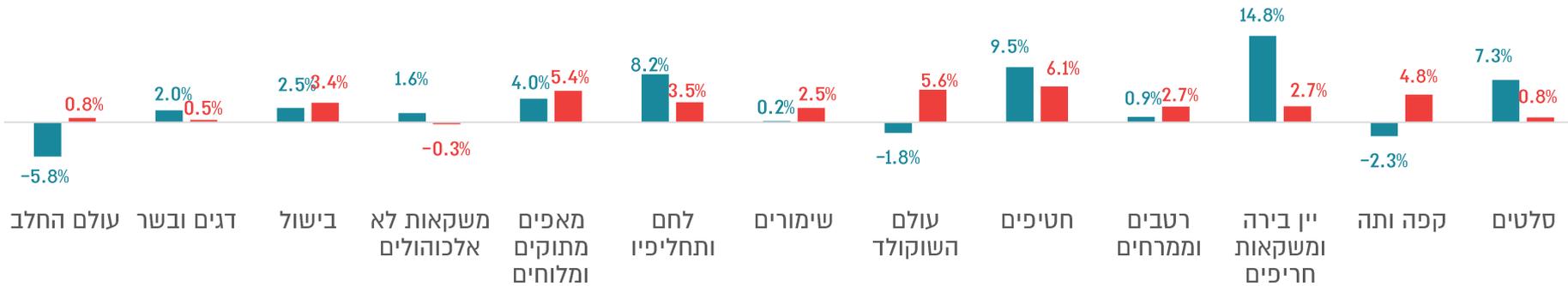
# השינוי הכספי בעולמות מרכזיים

מצטבר 2019 בהשוואה למצטבר 2018 וחודש נוכחי מול מקביל אשתקד

בחודש מאי נרשמת עלייה במשקאות החריפים בעיקר מקטגוריית בירה לבנה ובסלטים כתוצאה מעיתוי חג העצמאות מנגד נרשמת ירידה בעולם החלב כתוצאה משינוי בעיתוי חג השבועות

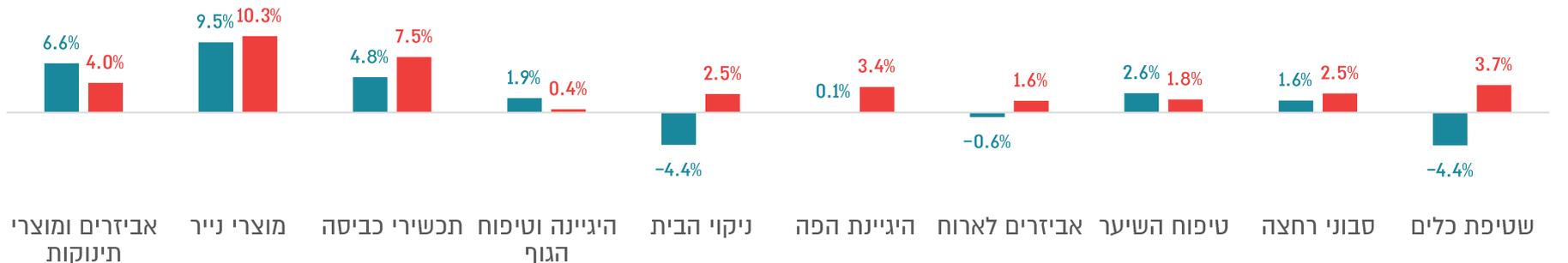
■ שיעור צמיחה בחודש מאי 2019 - 2018 ■ שיעור צמיחה מצטבר 2019 - 2018

## מזון ומשקאות



\* לא כולל קצבייה ודגים טריים

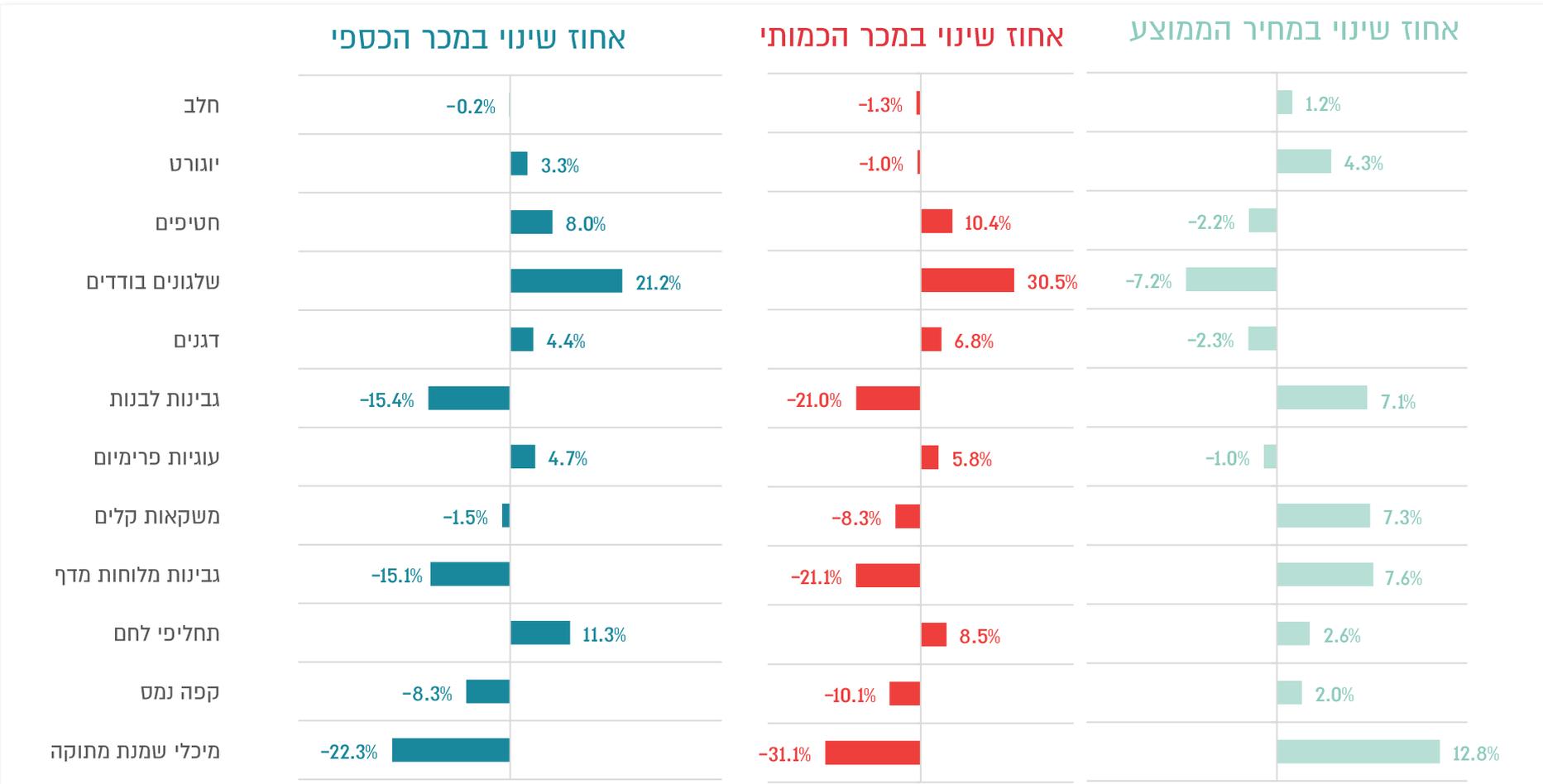
## מוצרים לבית וטיפוח הפרט



# קטגוריות צומחות/יורדות

שיעור השינוי בין חודש מאי הנוכחי לבין החודש המקביל אשתקד

גבינות לבנות, גבינות מלוחות מדף ומיכלי שמנת מתוקה בירידה כתוצאה משינוי בעיתוי חג השבועות שלגונים בודדים עולים משמעותית במרבית הסגמנטים- ניתן לקשר זאת לכך שחודש מאי השנה היה מאופיין בטמפ' גבוהות

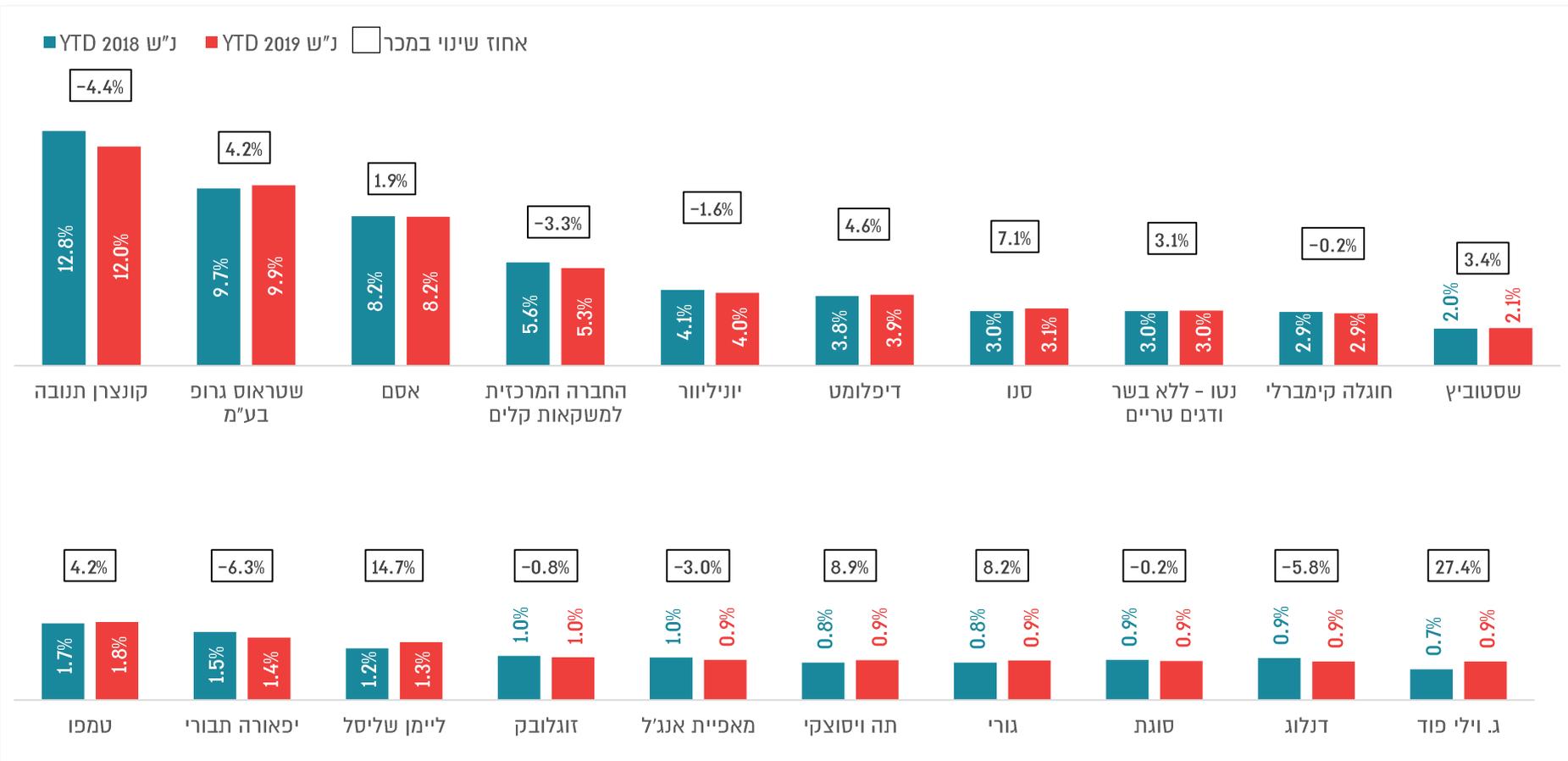


\*מכר כמותי/מחיר ממוצע לפי משקל/נפח/יח' באריזה

# נתח שוק וצמיחת ספקים

נתח שוק כספי מכלל ה-FMCG

נתח השוק של עשרת הספקים המובילים בתקופה המצטברת עומד על 54.3% ובכך מציג ירידה של 1.0 נק' מול אשתקד  
ירידה נרשמת גם בנתון החודשי בו נתח השוק של עשרת הספקים עומד על 55.2% לעומת 56.6% בחודש המקביל אשתקד



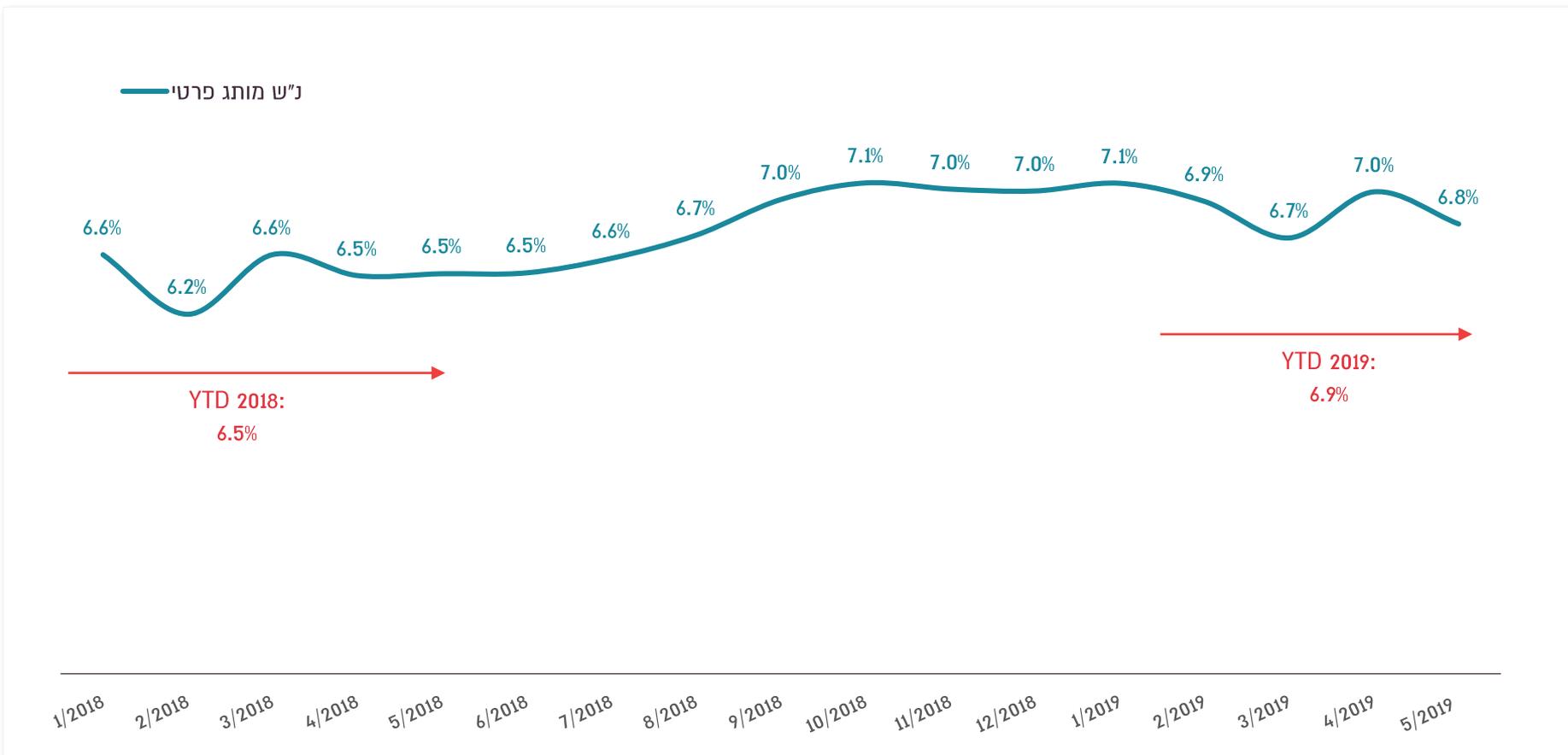


# נתח המותג הפרטי מסך ה-FMCG

נתח שוק כספי חודשי מכלל ה-FMCG

נתח המותג הפרטי בחודש מאי 2019 גבוה ב-0.3 נק' נ"ש בהשוואה לחודש מאי 2018

בתקופה המצטברת 2019 נרשמת עליה של 0.4 נק' נ"ש בנתח המותג הפרטי מול התקופה המצטברת אשתקד

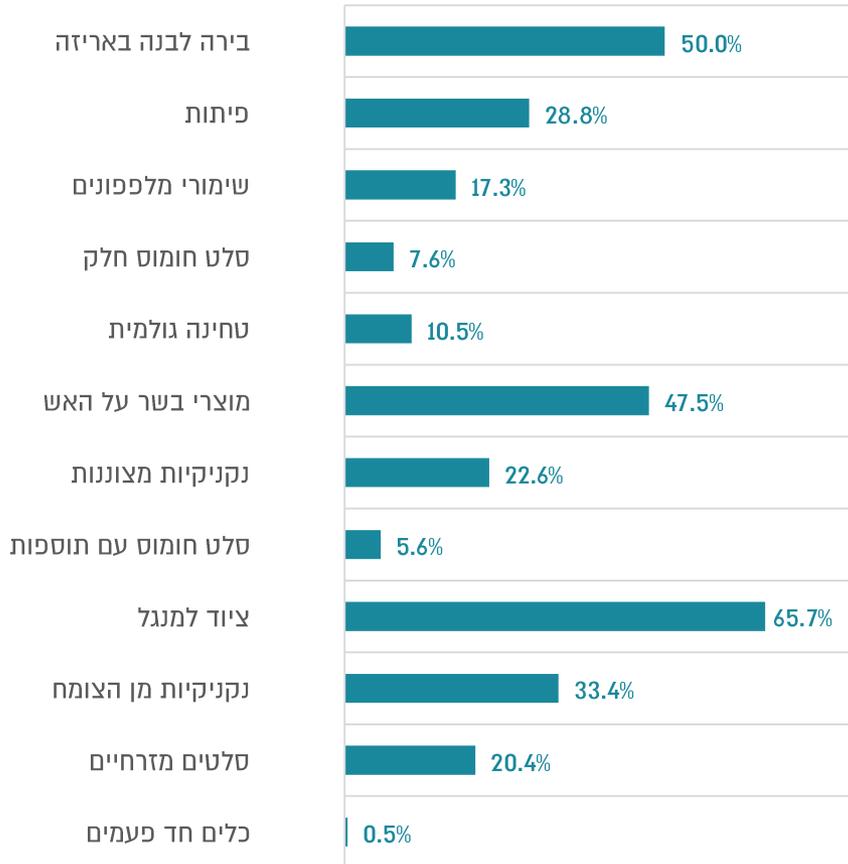


# יום העצמאות ול"ג בעומר

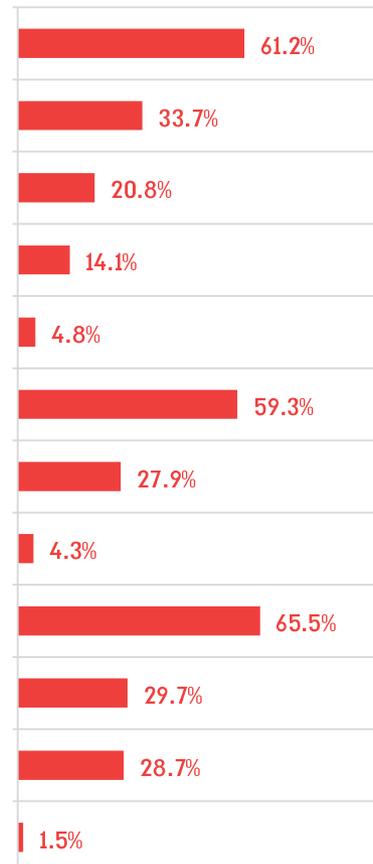
שיעור השינוי בקטגוריות רלוונטיות בחודש נוכחי מול חודש מקביל אשתקד

השנה בשונה משנה שעברה שני החגים חלו בחודש מאי ובהתאמה נרשם גידול חד במכר קטגוריות הקשורות לחגים אלו כגון: מוצרי בשר על האש, ציוד למנגל, סלטים ושימורים

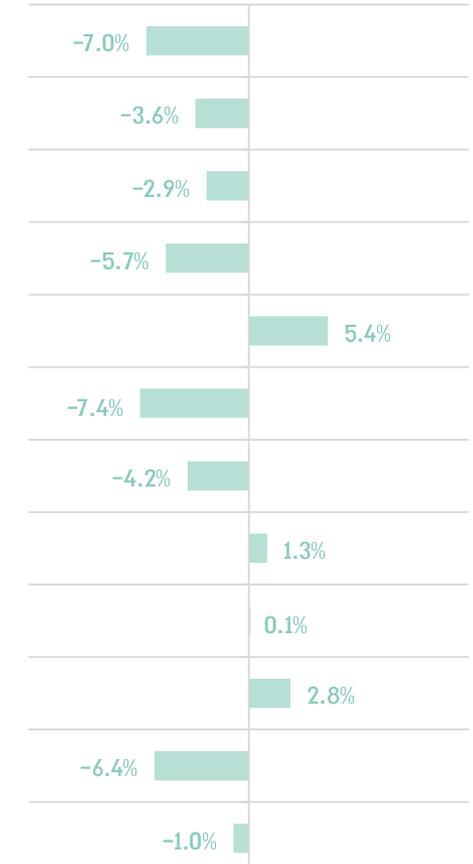
## אחוז שינוי במכר הכספי



## אחוז שינוי במכר הכמותי



## אחוז שינוי במחיר הממוצע



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



תודה!

StoreNext

Looking Forward