



StoreNext
Looking Forward



סיכום אוגוסט 2020

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



❖ חודש אוגוסט השנה רושם עליה של 4.6% במכר הכספי בעולם ה-FMCG מול אוגוסט אשתקד ובכך ממתן את מגמת הצמיחה בתקופה המצטברת שעומדת על 8.6%



❖ מדד המחירים של StoreNext רושם ירידה של 0.8 נק' מדד בחודש אוגוסט למול החודש המקביל אשתקד, במקביל לעליה של 0.5 נק' מדד בתקופה המצטברת

❖ מדד המחירים בחודש אוגוסט רושם ירידה לאחר 3 חודשים שבהם המדד נותר יציב



❖ הגידול במכר בחודש אוגוסט נובע במקביל לגידול באוכלוסיה השוהה בארץ בהשוואה לתקופה מקבילה אשתקד וכן ריבוי טיולים בארץ – אשר גורמים לגידול בקטגוריות כמו בירה לבנה באריזה, מוצרי בשר על האש וציוד למנגל

שינוי במכירות ומדד המחירים

כלל ה-FMCG, ינואר-אוגוסט 2020 בהשוואה לינואר-אוגוסט 2019



+0.5%

שינוי מדד מחירים



+8.6%

+2,717 מיליון ₪

שינוי מכר כספי



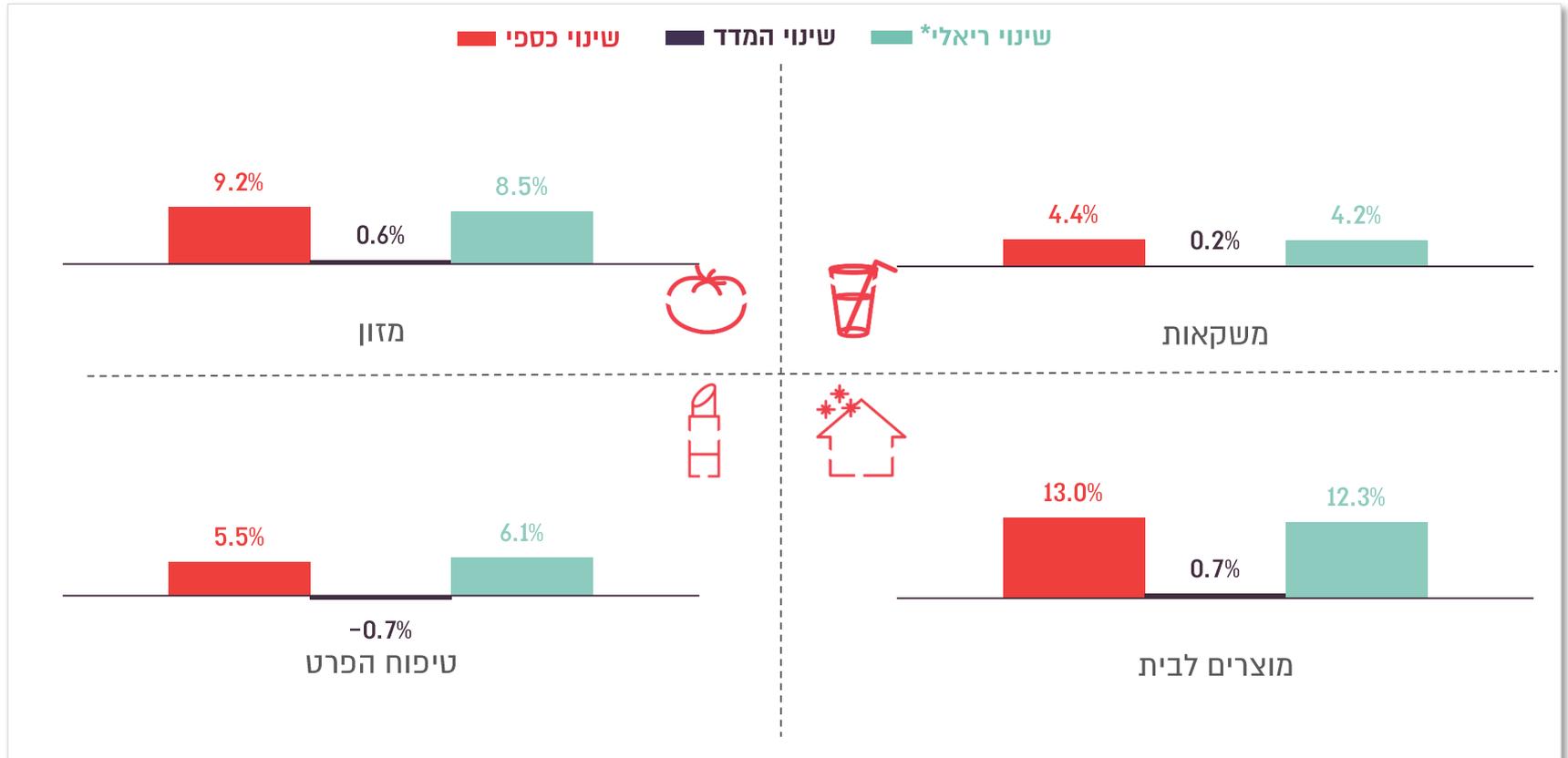
+8.1%

שינוי ריאלי*

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

שיעור שינוי YTD (ינואר-אוגוסט)

צמיחה ריאלית נרשמת בכלל התחומים, כאשר מוצרים לבית ומזון מציגים את הצמיחה החדה ביותר טיפוח הפרט התחום היחיד שרושם ירידה במדד המחירים



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



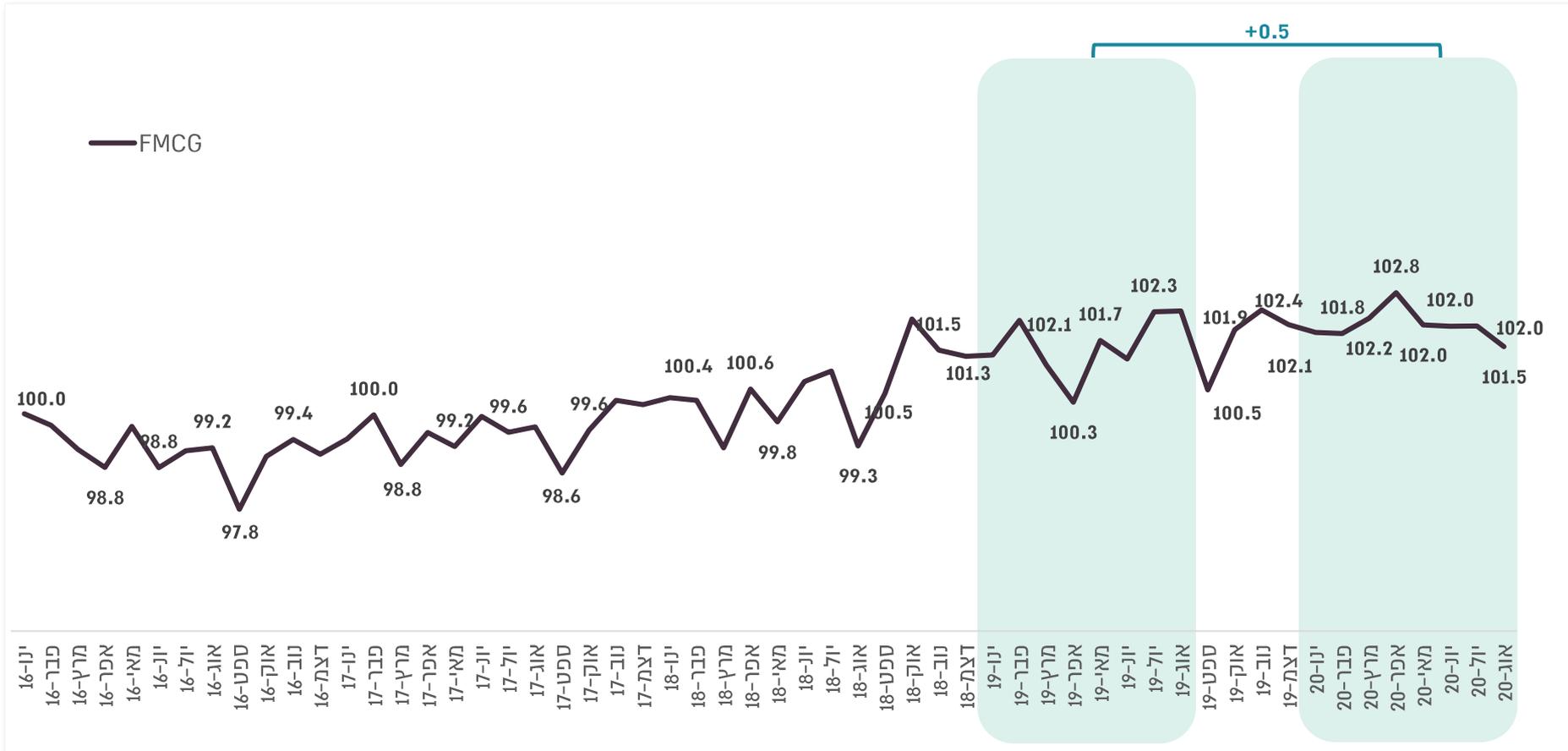
מדד המחירים של StoreNext

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

מדד המחירים של StoreNext רושם עליה של 0.5 נק' מדד בתקופה המצטברת וירידה של 0.8 נק' מדד בחודש אוגוסט

למול החודש המקביל אשתקד

בחודש הנוכחי נרשמת ירידה במדד לאחר 3 חודשים שהמדד היה יציב



מגמת מכר חודשית

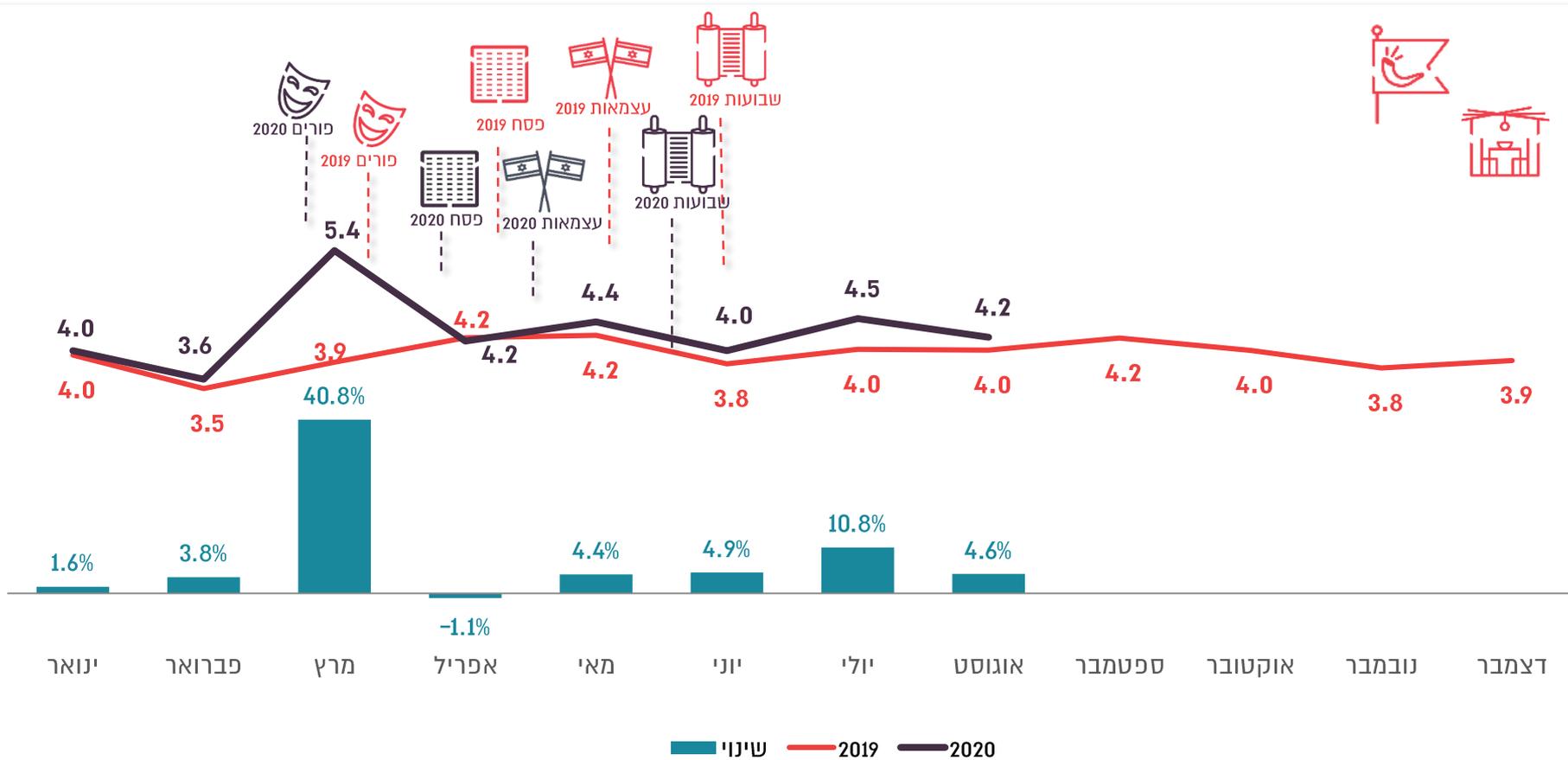
מכר כספי FMCG, מיליארדי ₪

חודש אוגוסט רושם גידול של 4.6% במכר עולם ה-FMCG ביחס לאוגוסט אשתקד

ובכך מתמתנת מגמת הצמיחה בתקופה המצטברת שעומדת על 8.6%

הצמיחה בהשוואה לתקופה המקבילה ממשיכה על רקע גידול באוכלוסיה השוהה בארץ ושהייה מרובה יותר בבית בפרט

שמשפיעה על הצריכה ועל אף סופ"ש אחד פחות בחודש הנוכחי





מכר כספי לפי ימים

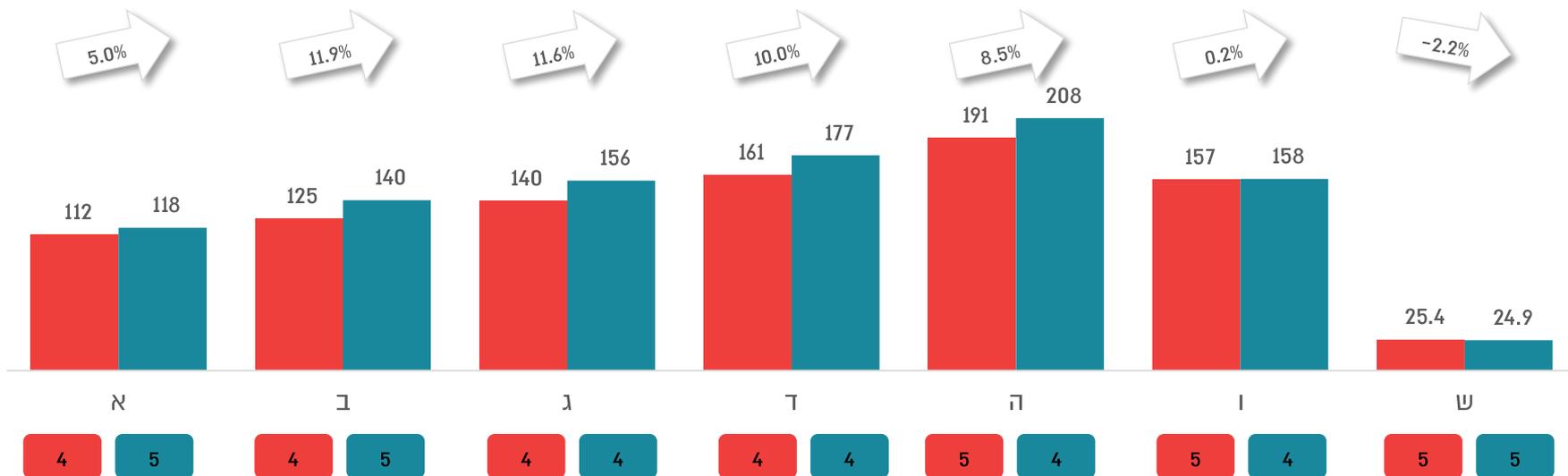
מכר כספי (במיליוני ₪) לפי ימים ואחוז שינוי במכר, חודש נוכחי מול מקביל אשתקד

על אף שחודש אוגוסט מכיל השנה סופ"ש אחד כחות בהשוואה לאוגוסט אשתקד, נרשמת צמיחה לאור שיעור גידול משמעותי בימים א' עד ה'

בנטרול השינוי בימי המכר חודש אוגוסט היה מציג צמיחה של 7.2% במכר

מכר יומי ממוצע במיליוני ₪

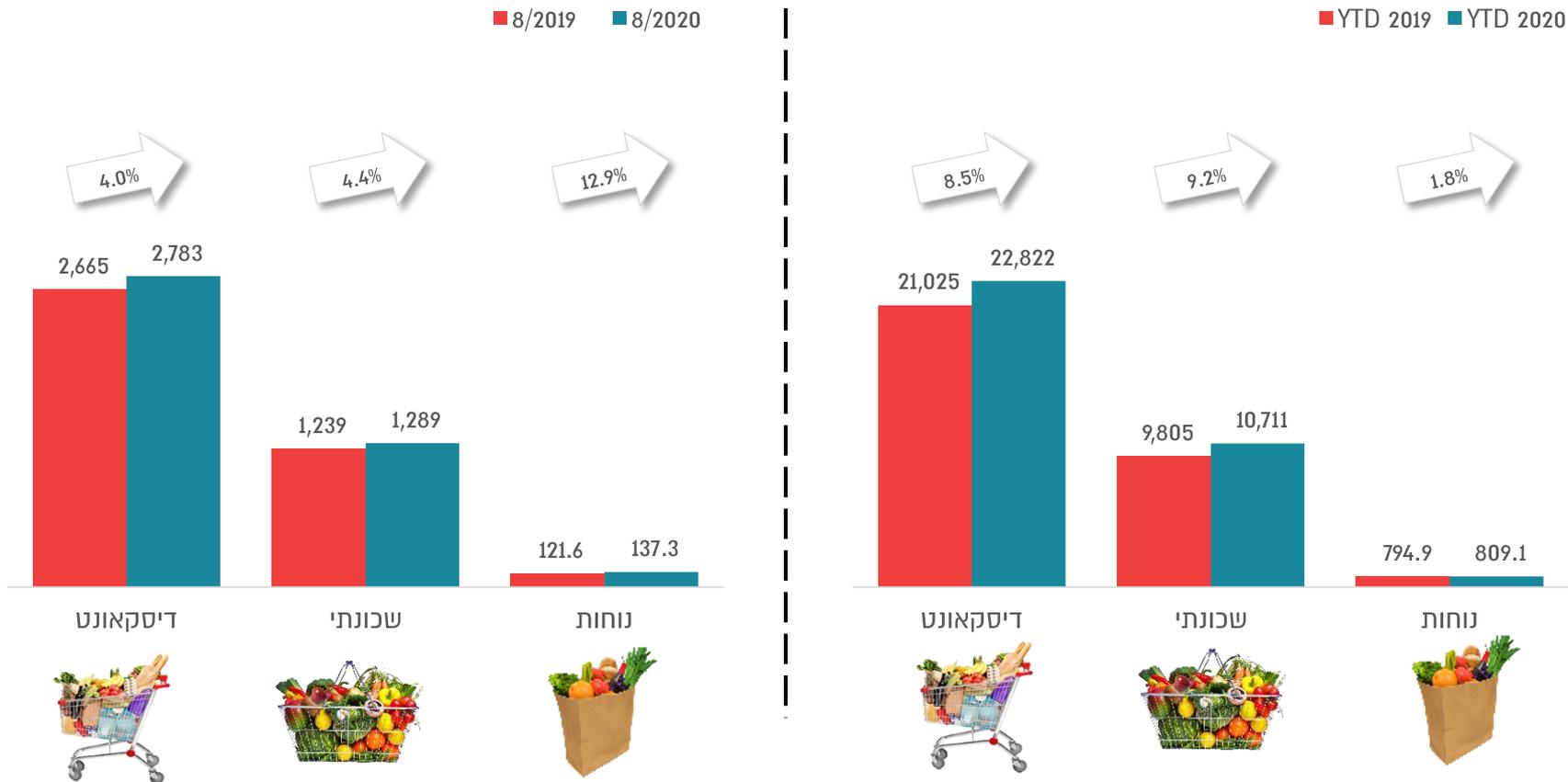
8/2019 8/2020



מספר ימי מכירה

מכר כספי - ערוצים

מכר כספי (במיליוני ₪) ואחוז שינוי במכר, חודש נוכחי מול מקביל אשתקד, ומצטבר נוכחי מול אשתקד בעוד בכלל התקופה המצטברת ערוץ הנוחות צמח ב-1.8% בלבד, בחודש הנוכחי ערוץ הנוחות רשם גידול של 12.9% בהשוואה לחודש המקביל אשתקד – גידול גבוה משמעותית מזה של כלל השוק ככל הנראה הסיבה הינה גידול באוכלוסייה השוהה בארץ בקיץ הנוכחי ויציאה לטיולים בארץ במקום בחו"ל



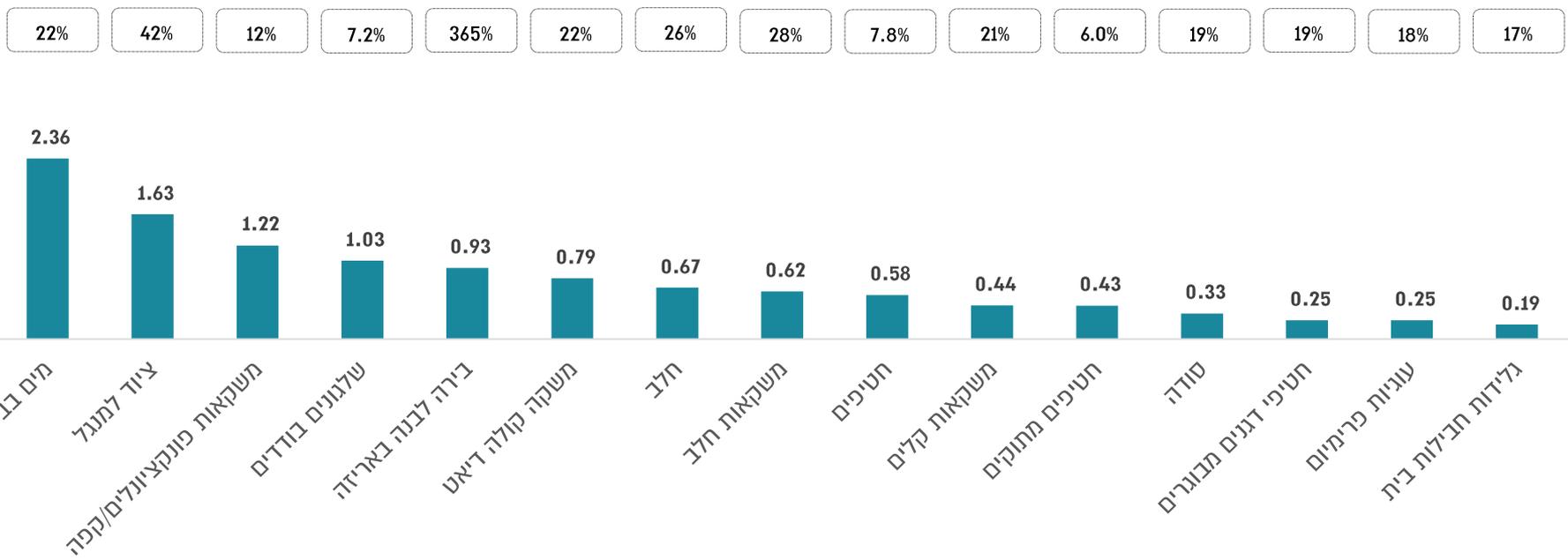


קטגוריות מובילות בתרומה לצמיחה – ערוץ הנוחות

הפרש במכר (במיליוני ₪) ואחוז שינוי במכר הכספי בין החודש הנוכחי לחודש המקביל אשתקד

15 הקטגוריות המובילות את הצמיחה בערוץ הנוחות בחודשי הנוכחי מהוות 75% מהגידול במכר הכספי ו-59% מהמכר בחודש הנוכחי. הקטגוריות הצומחות הן: קטגוריות משקאות, גלידות, קטגוריות "נשנוש" (חטיפים, חטיפי דגנים מבוגרים ועוגיות פרימיום), ציוד למנגל וחלב

אחוז שינוי במכר הכספי



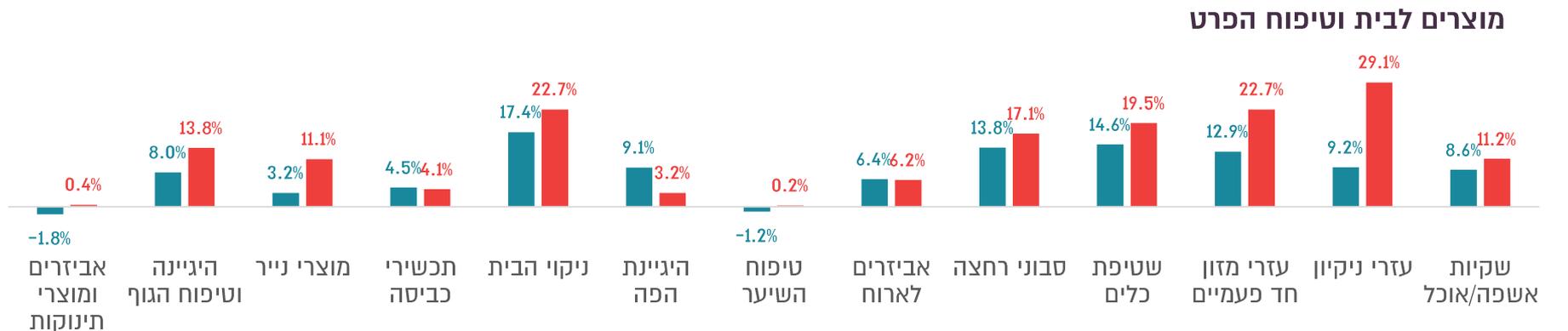
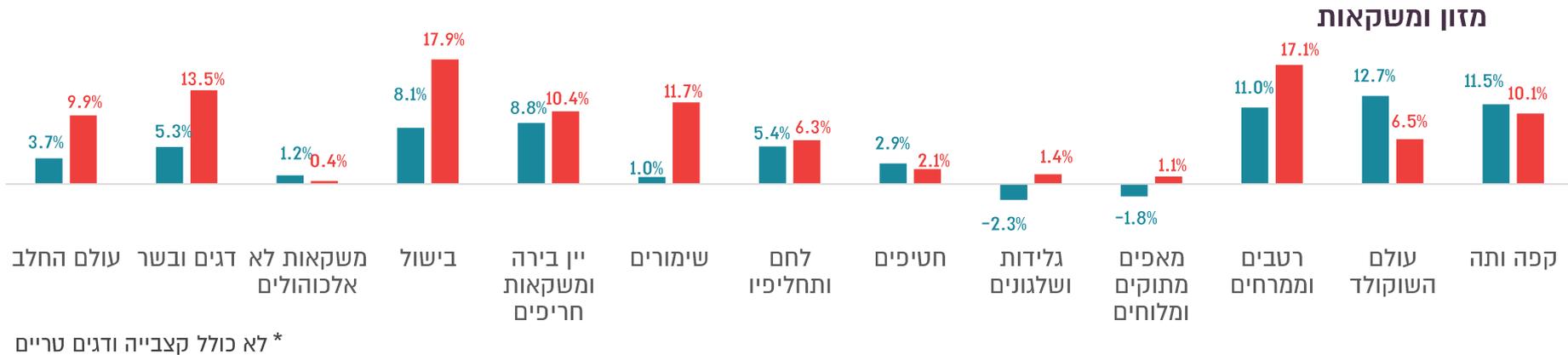
השינוי הכספי בעולמות מרכזיים

מצטבר 2020 בהשוואה למצטבר 2019 וחודש נוכחי מול מקביל אשתקד

הצמיחה נרשמת בכלל העולמות בתקופה המצטברת ובמרביתם אף בחודש הנוכחי

בתחום המזון - גלידות ושלגונים ומאפים מתוקים ומלוחים רושמים ירידה בחודש הנוכחי, למרות הגידול של עולמות אלה בערוץ הנוחות

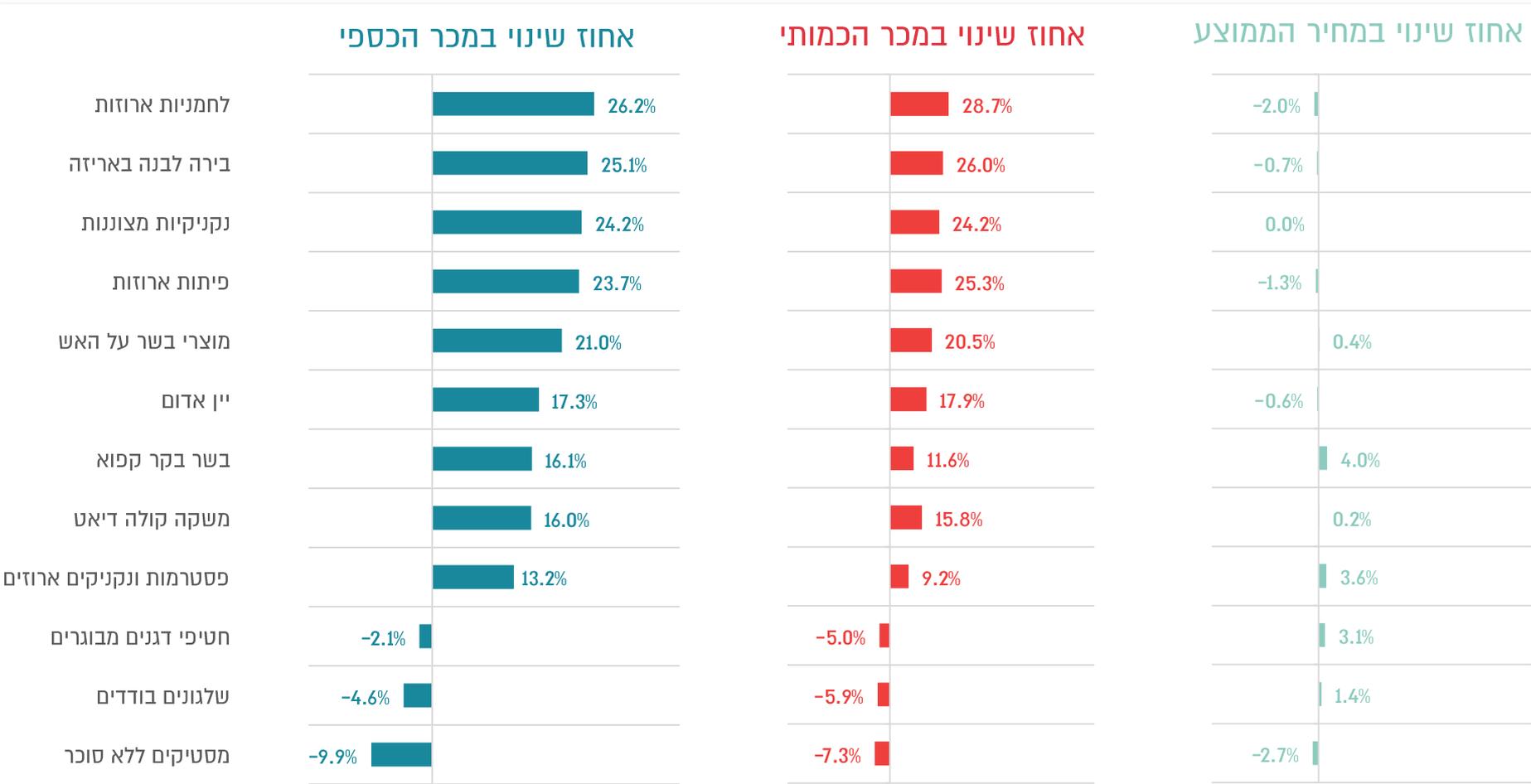
■ שינוי כספי בחודש אוגוסט 2020 - 2019 ■ שינוי כספי מצטבר 2020 - 2019



קטגוריות צומחות/יורדות

שיעור השינוי בין חודש נוכחי לבין החודש המקביל אשתקד

בין הקטגוריות הצומחות לחמניות ופיתות ארוזות, בירה לבנה, נקניקיות מצוננות ומוצרי בשר על האש – המאפיינות שהייה גדולה יותר בארץ ובטילים. בין הקטגוריות היורדות ניתן למצוא קטגוריות OTG (מסטיקים לל"ס, שלגונים בודדים וחטיפי דגנים מבוגרים) – קטגוריות שמציגות ירידה מאז החלה מגפת הקורונה

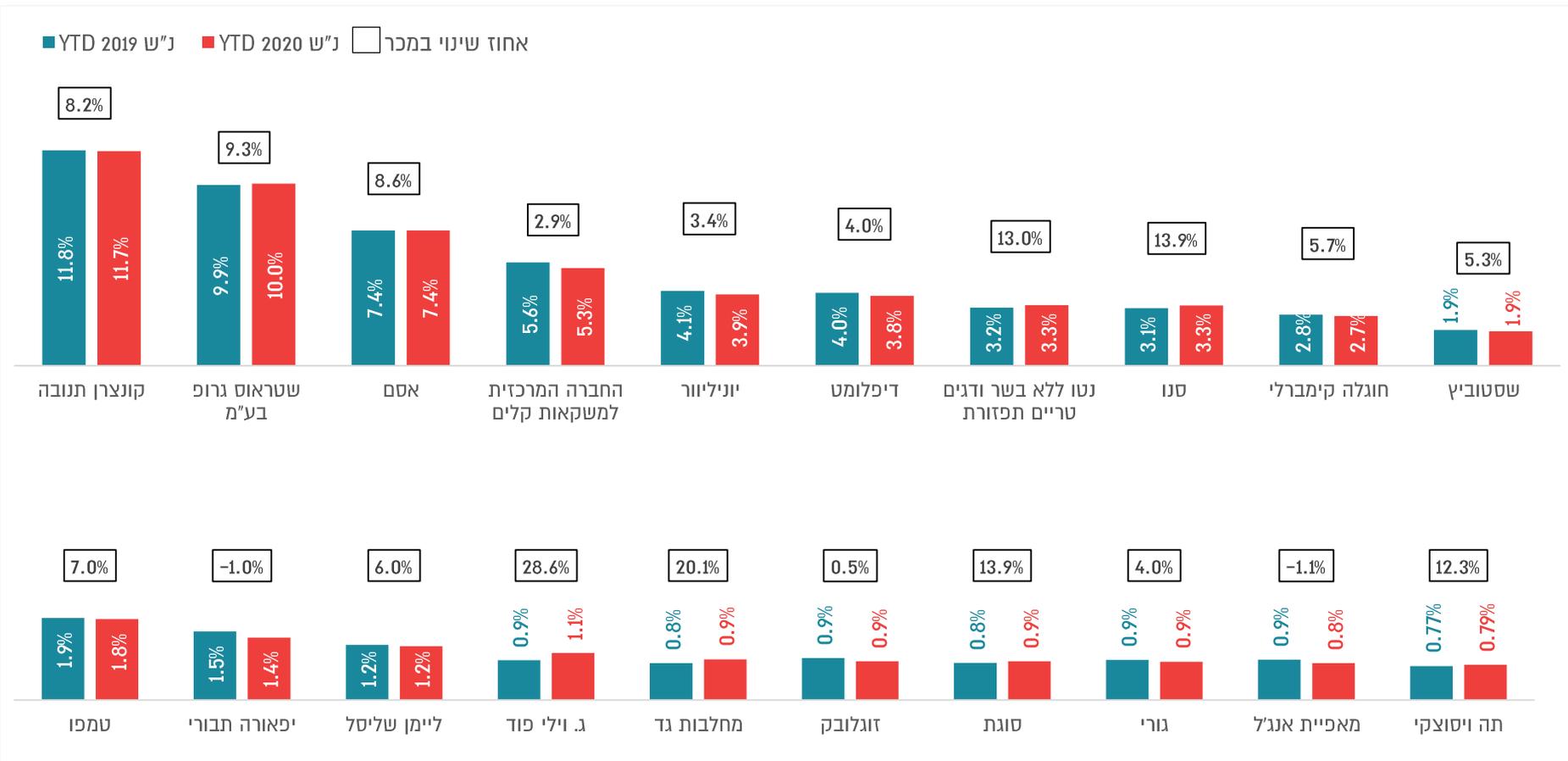


*מכר כמותי/מחיר ממוצע לפי משקל/נפח/יח' באריזה

נתח שוק וצמיחת ספקים

נתח שוק כספי מכלל ה-FMCG (ללא נתוני קצביה, מאפית, פירות וירקות וסיגריות)

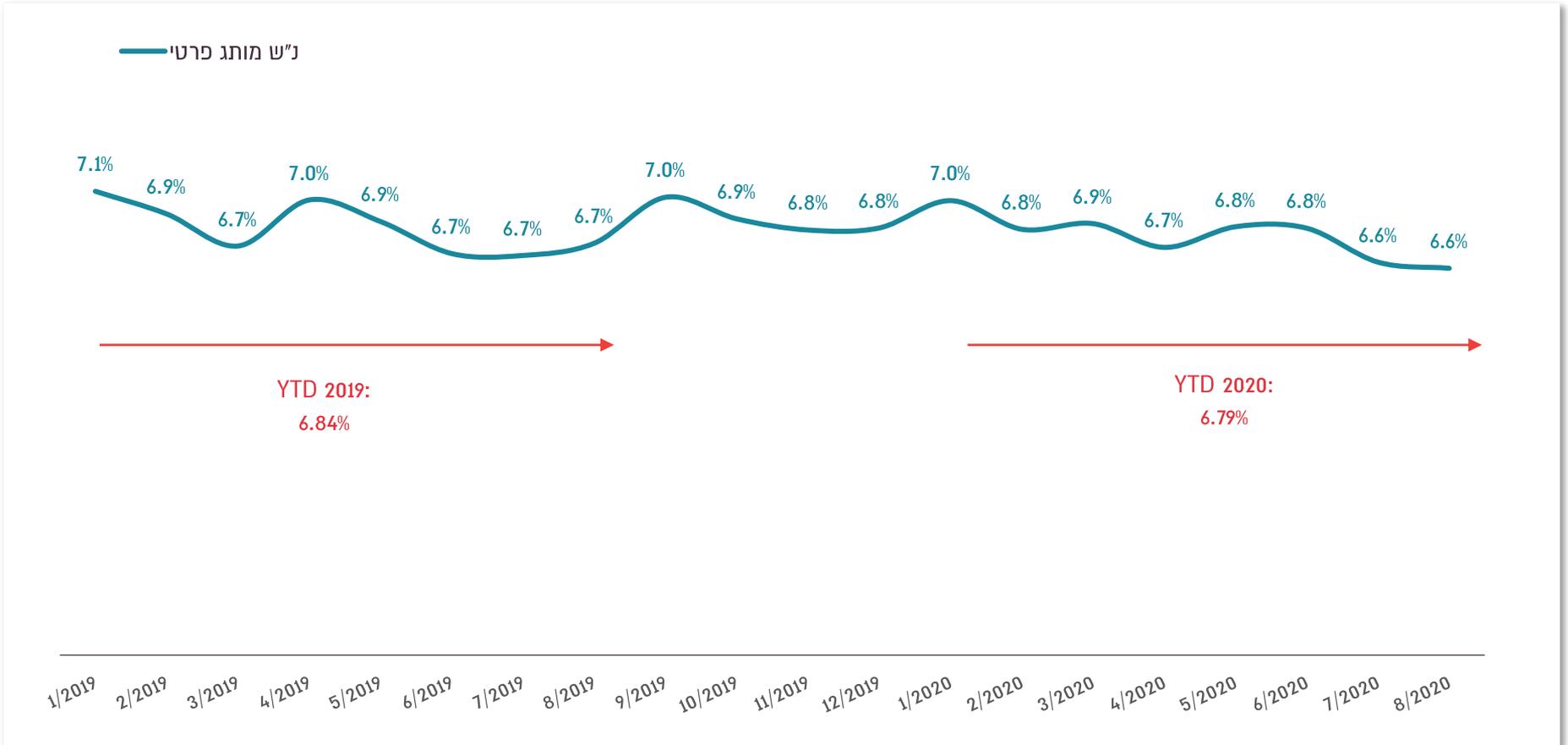
נתח השוק של עשרת הספקים המובילים בתקופה המצטברת עומד על 53.4% ובכך מציג ירידה של 0.5 נק' מול אשתקד
 בנתון החודשי נתח השוק של עשרת הספקים עומד על 54.0% - ירידה של 0.25 נק' מול החודש המקביל אשתקד





נתח המותג הפרטי מסך ה-FMCG

נתח שוק כספי חודשי מכלל ה-FMCG
נתח המותג הפרטי רושם ירידה של 0.17 בנתחו בחודש אוגוסט בהשוואה לחודש המקביל אשתקד
גם בתקופה המצטברת נרשמת ירידה קלה של 0.05 בנתח למול התקופה המקבילה אשתקד





תודה!

StoreNext

Looking Forward