



סיכום יוני 2022

מגמות מרכזיות בשוק מוצרי הצריכה בישראל

בסיס הנתונים

הנתונים מתבססים על קהילייה של כ- 2,600 חנויות המורכבת מרשתות ארציות, רשתות פארם,

סופרמרקטים, מינימרקטים וחנויות נוחות המשדרות נתוני מכר אמת מן הקופות ל-StoreNext

והמהוות למעלה מ- 85% 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 שווקים פתוחים, פיצוציות ומגזר ערבי



מה שקרה בקצרה



חודש יוני מציג צמיחה של 4.6% במכר הכספי בעולם ה-FMCG מול יוני אשתקד, ובנטרול ימי מכירה הצמיחה עומדת על 3.2%. לראשונה מאז תחילת השנה נרשמת צמיחה במכר הכספי בתקופה המצטברת, 0.8% ביחס לחציון מקביל אשתקד. תקופה זו רושמת עליה של 4.2 נקודות במדד המחירים של StoreNext



העלייה במדד המחירים של StoreNext מגיעה על רקע עלייה עקבית במדד בחודשים האחרונים
כל התחומים רושמים עלייה במדד, שבולטת בעיקר בתחומים מוצרים לבית ומשקאות, עקב הרפורמות שנכנסו לתוקף בתחילת השנה וצפויים לתרום לרמתו הגבוהה של המדד גם בהמשכה



מלבד עולמות המושפעים מרפורמות שהביאו לעליות מחיר חדות (משקאות לא אלכוהוליים, עזרי מזון חד פעמיים ועוד) בתקופה המצטברת, בולטים בצמיחתם חטיפים מלוחים ושימורים בתחום המזון ותכשירי כביסה בתחום מוצרים לבית

שינוי במכירות ומדד המחירים



כלל ה-FMCG, תקופה מצטברת 2022 בהשוואה לתקופה מצטברת 2021



+ 4.2%

שינוי מדד מחירים



+ 0.8%

196 מיליון ₪

שינוי מכר כספי



-3.5%

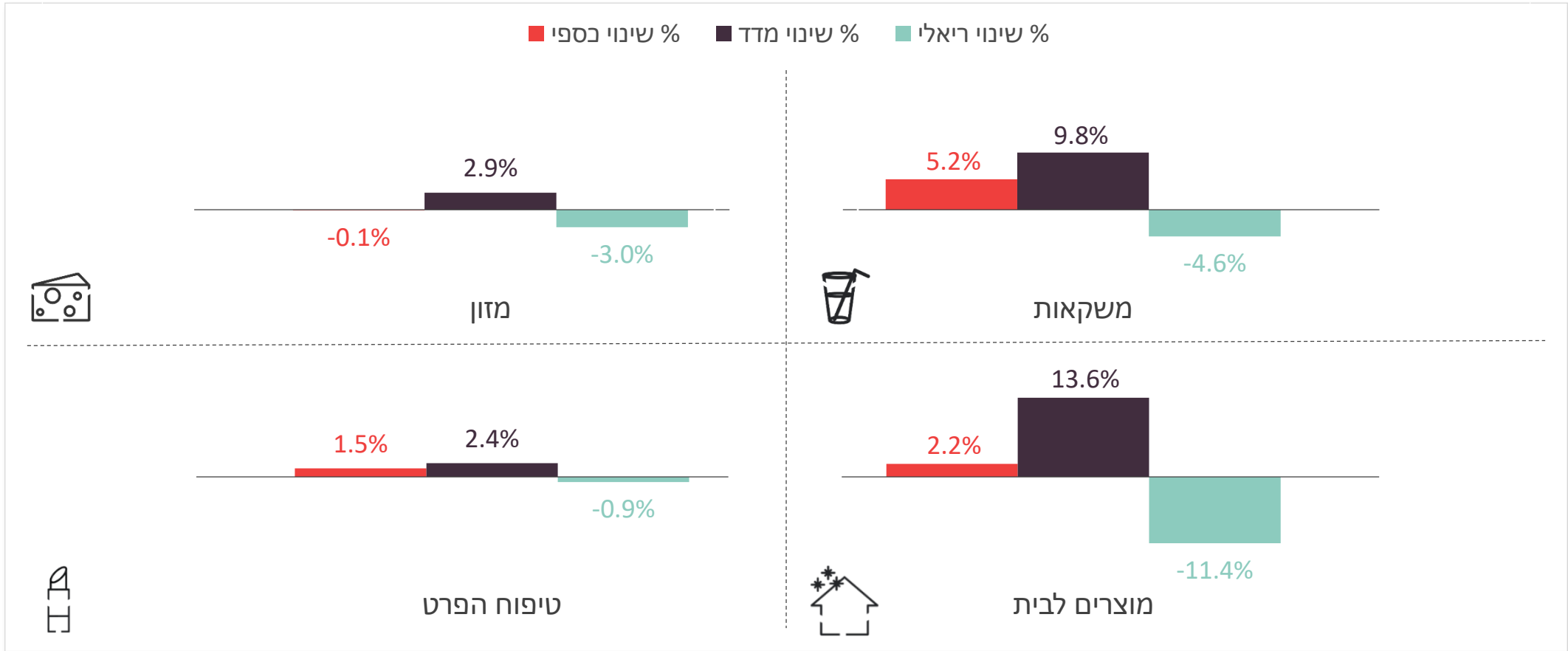
שינוי ריאלי*

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

שיעור שינוי תקופה מצטברת (2022 לעומת 2021)



כל התחומים רושמים ירידה ריאלית והבולטת ביותר נרשמת בתחום המוצרים לבית
 מדד המחירים מציג עליה בכל התחומים, כאשר התחומים מוצרים לבית ומשקאות בעליה הבולטת שמושפעת מרפורמות
 * שינוי ריאלי - צמיחה כספית בניכוי השינוי במדד המחירים (המנוכה מהשפעות תמהיל) בין התקופות

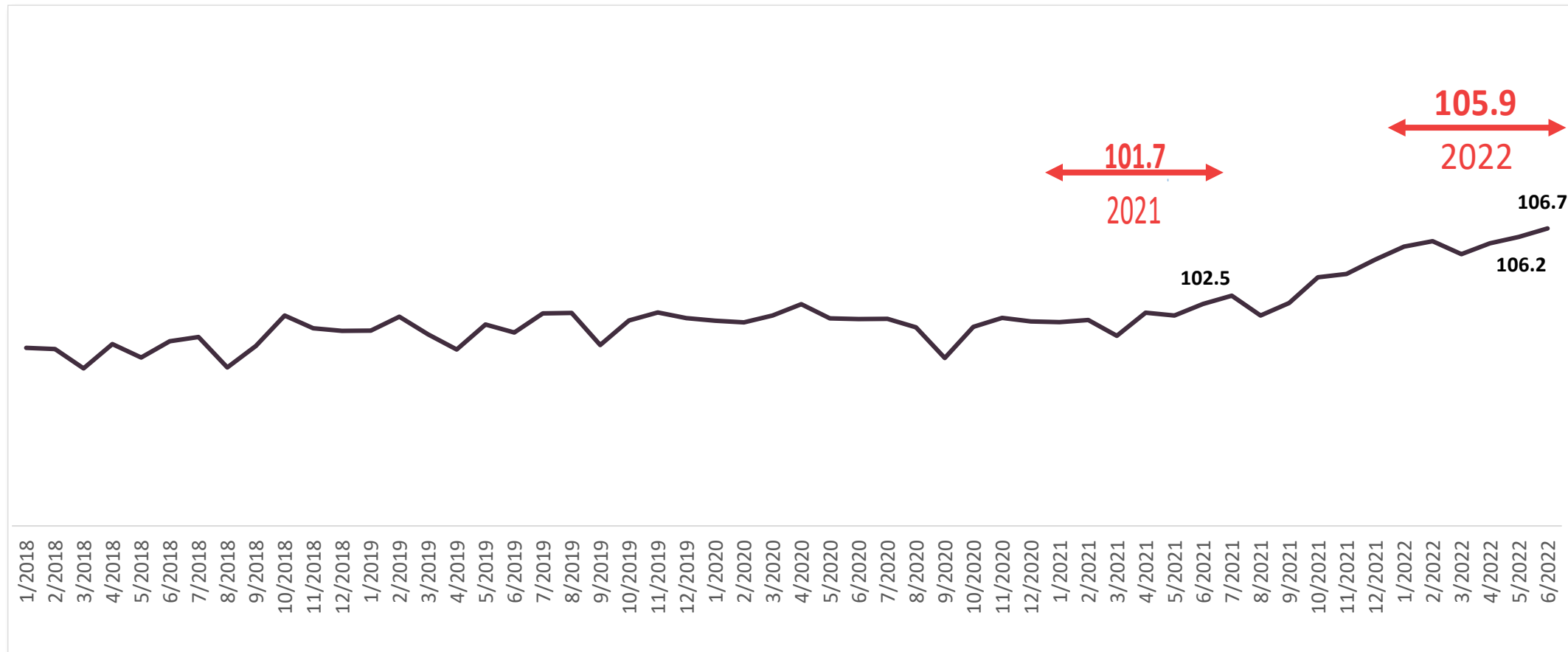


מדד המחירים של StoreNext



מדד המחירים של StoreNext רושם עליה של 4.2 נקודות מדד בתקופה המצטברת הנוכחית לעומת מקבילה אשתקד. בהשוואה לחודש מאי 2022, חודש יוני מציג עליית מדד של 0.5 נקודות ובהשוואה ליוני אשתקד החודש נרשמה עליה של 4.2 נקודות מדד

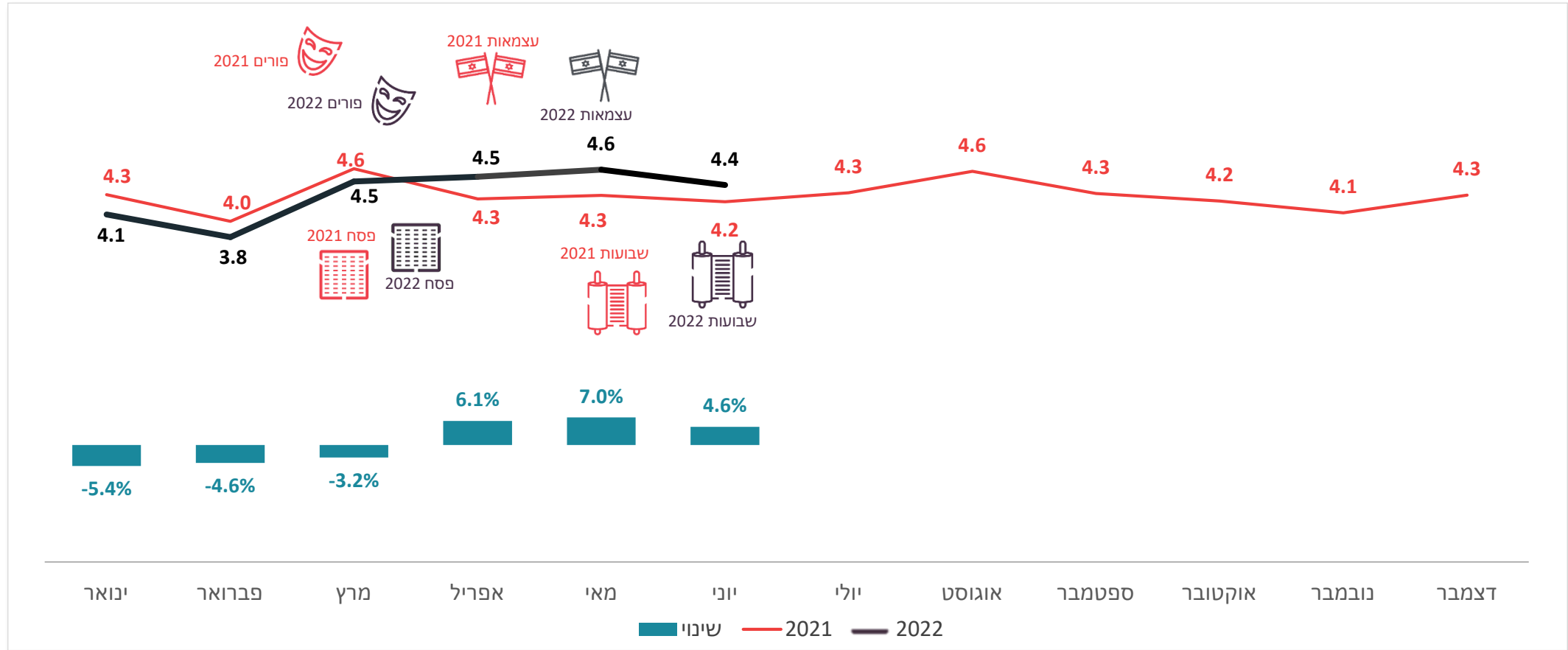
* מדד המחירים של StoreNext מודד את השינוי במחירי המוצרים בניכוי שינויי תמהיל



מגמת מכר חודשית

מכר ה-FMCG מציג עליה בחודש יוני של 4.6% ביחס ליוני אשתקד ומסתכם ב-4.4 מיליארד שקלים, עליה של 196 מיליון ₪. העלייה בחודש יוני נובעת מקניית לחג שבועות, שחלו בתחילת החודש וכן על רקע עליית המחירים שהחלה בתחילת השנה

* מכר נספי FMCG, מיליארדי ₪

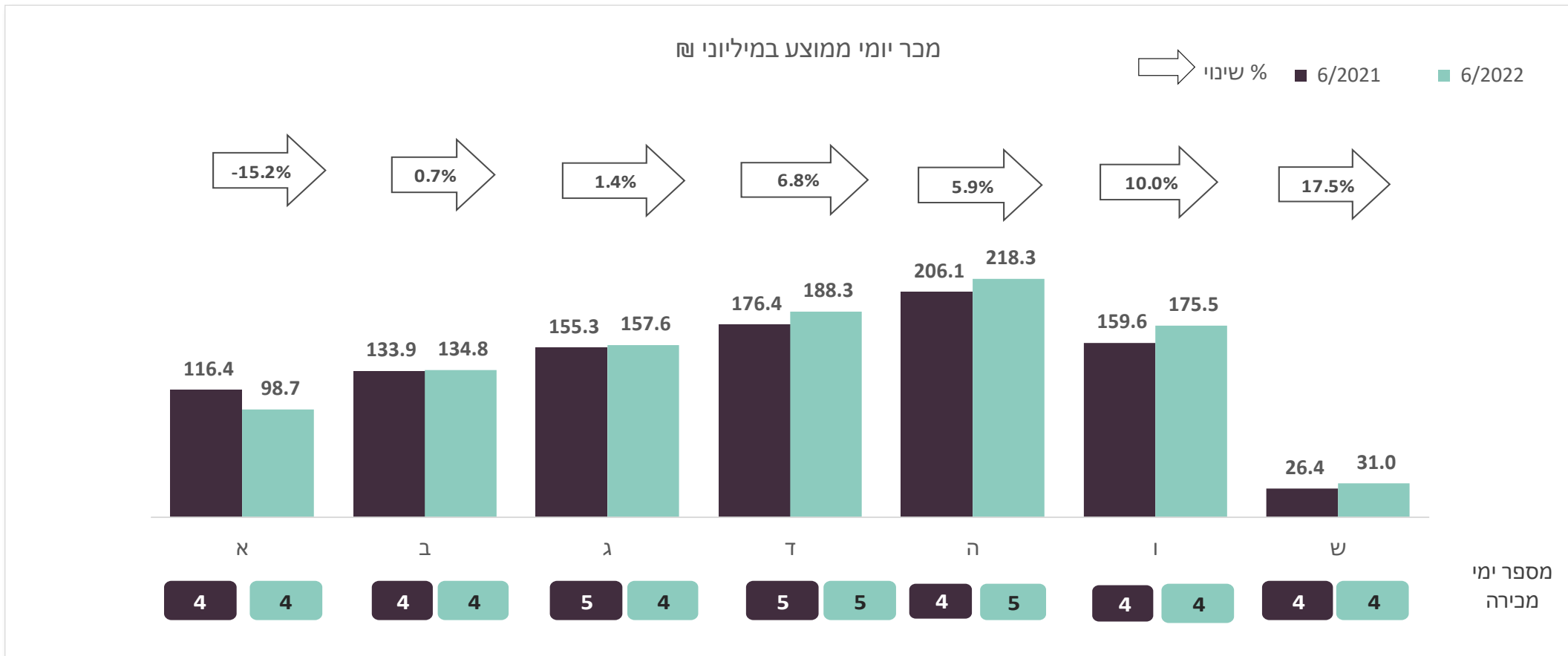


מכר כספי לפי ימים



השינוי בשיעור הצמיחה החודשית מושפע בחלקו משינוי בימי מכירה, ועומד על 4.6% בנטרול הפער בימי מכירה, חודש יוני 2022 היה מציג צמיחה מתונה יותר במכר – 3.2% בהשוואה ליוני 2021

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

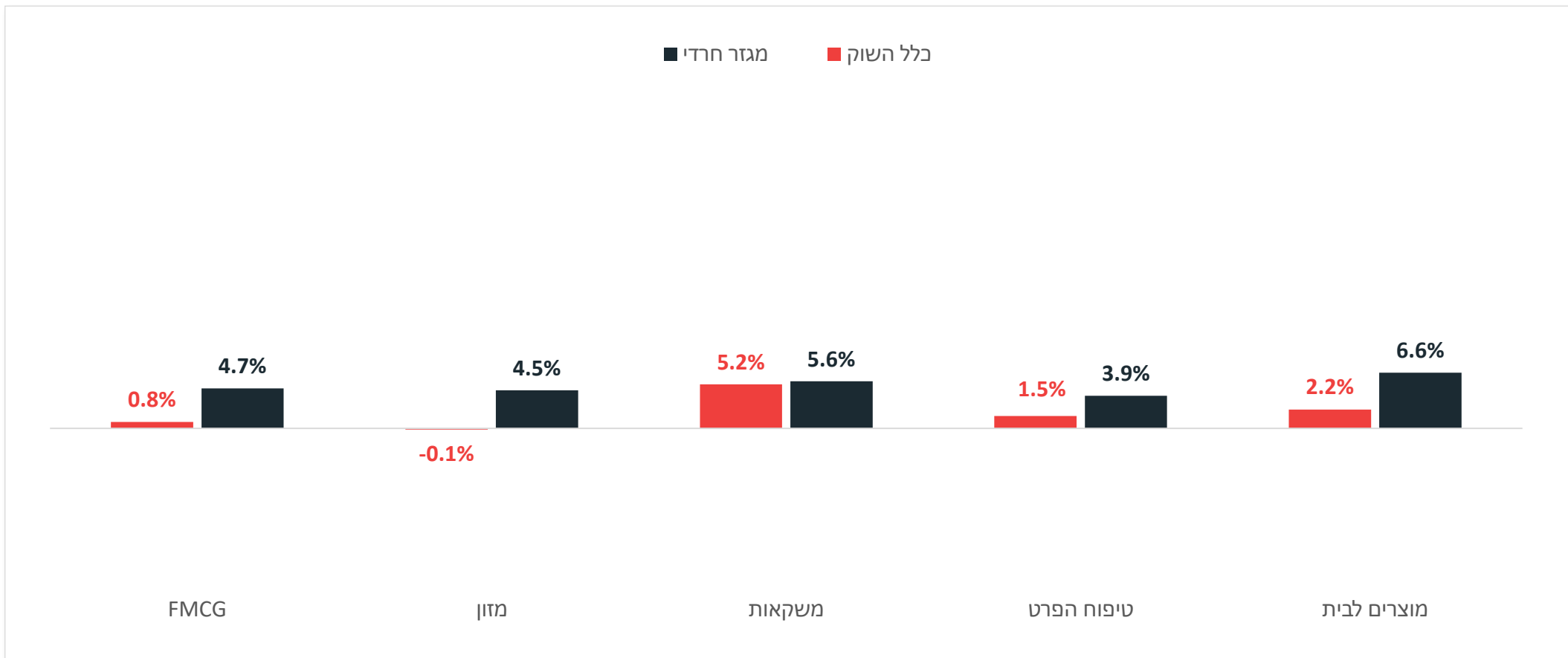


מגמת מכר כספי - מגזר חרדי



בתקופה המצטברת המגזר החרדי מציג מגמה שונה מכלל השוק - עלייה של 4.7% לעומת עלייה של 0.8% במכר הכספי בעולם ה-FMCG בכל התחומים נרשמת מגמת צמיחה שגבוהה משיעור השינוי שהציג כלל השוק

* מגזר חרדי- קהילת חנויות בעלות מאפיינים חרדיים מובהקים המתבטאים במיקום גיאוגרפי, שייכות לרשת והרכב סל ממוצע, ואינם מכסים קניה של אוכלוסייה החרדית בחנויות במגזר הכללי

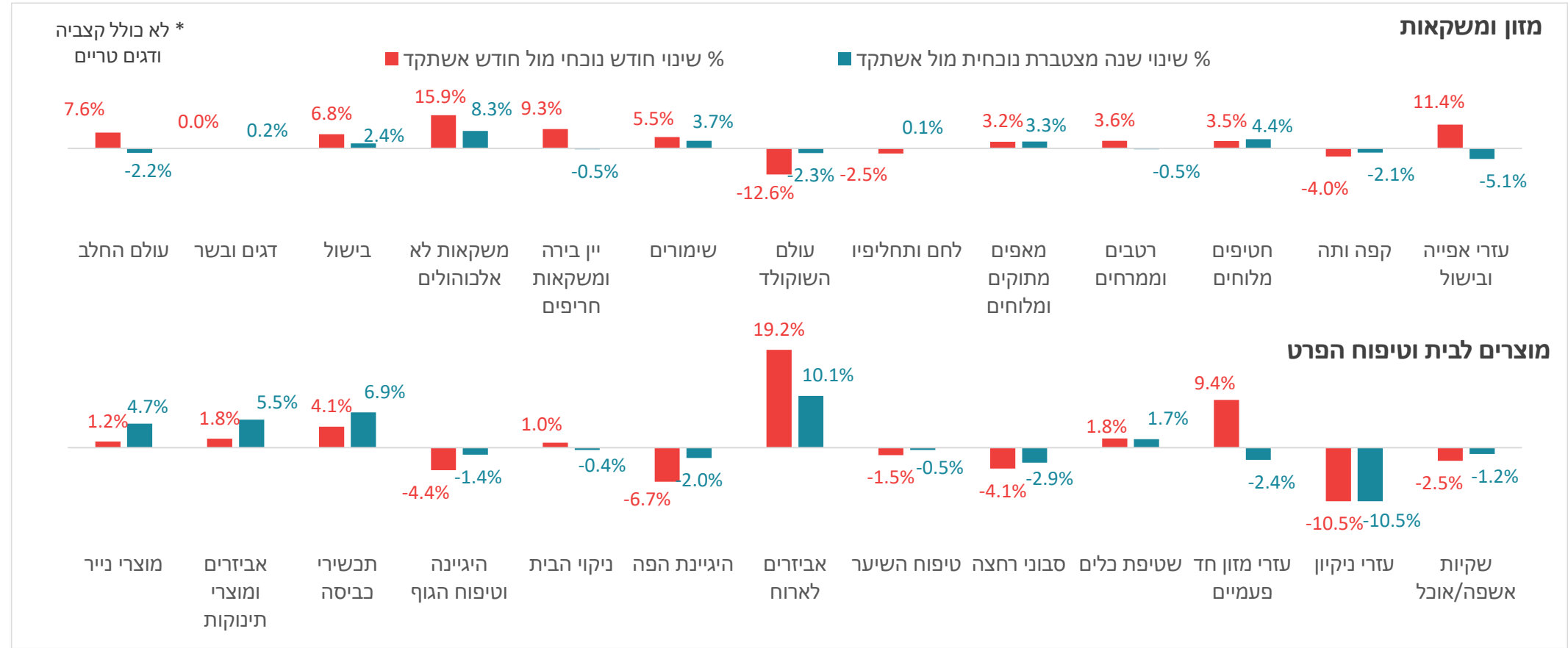


השינוי הכספי בעולמות מרכזיים



חודש יוני מציג עליות במשקאות לא אלכוהוליים, עזרי אפייה ובישול, עזרי מזון חד פעמיים ועולם החלב - הצומח כתוצאה מתזמון חג שבועות, שחל השנה בחודש יוני לעומת מאי אשתקד

בתקופה המצטברת נרשמת מגמה מעורבת בין העולמות - צמיחות במשקאות לא אלכוהוליים, אביזרים לארוח, תכשירי כביסה ואביזרים ומוצרי תינוקות

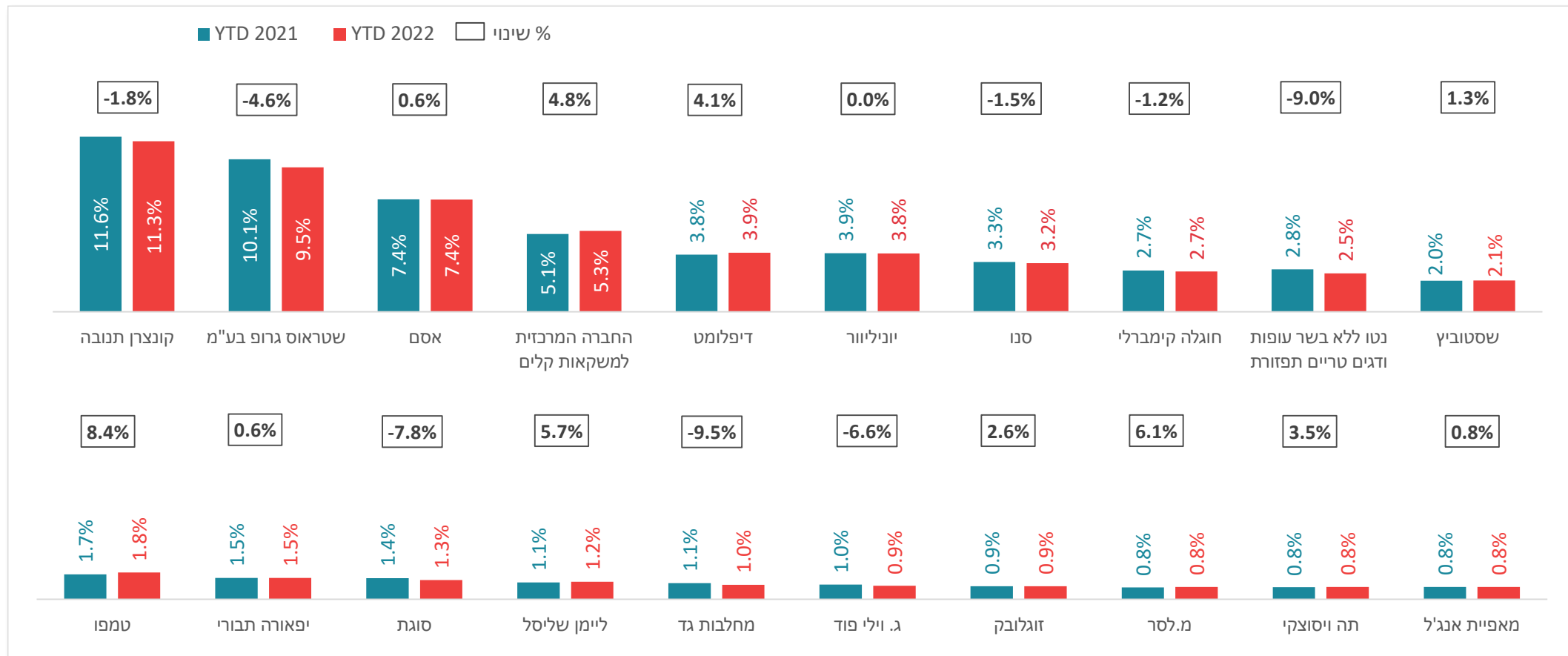


נתח שוק וצמיחת ספקים



נתח השוק של 20 הספקים המובילים עומד בתקופה המצטברת הנוכחית על 62.9%, ומציג ירידה של 1.0 נקודות ביחס לתקופה מקבילה אשתקד. נתחם של 10 הספקים המובילים מגיע ל- 51.8% בתקופה המצטברת הנוכחית ורושם ירידה של 0.9 נקודות מול תקופה מקבילה בשנה שעברה.

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

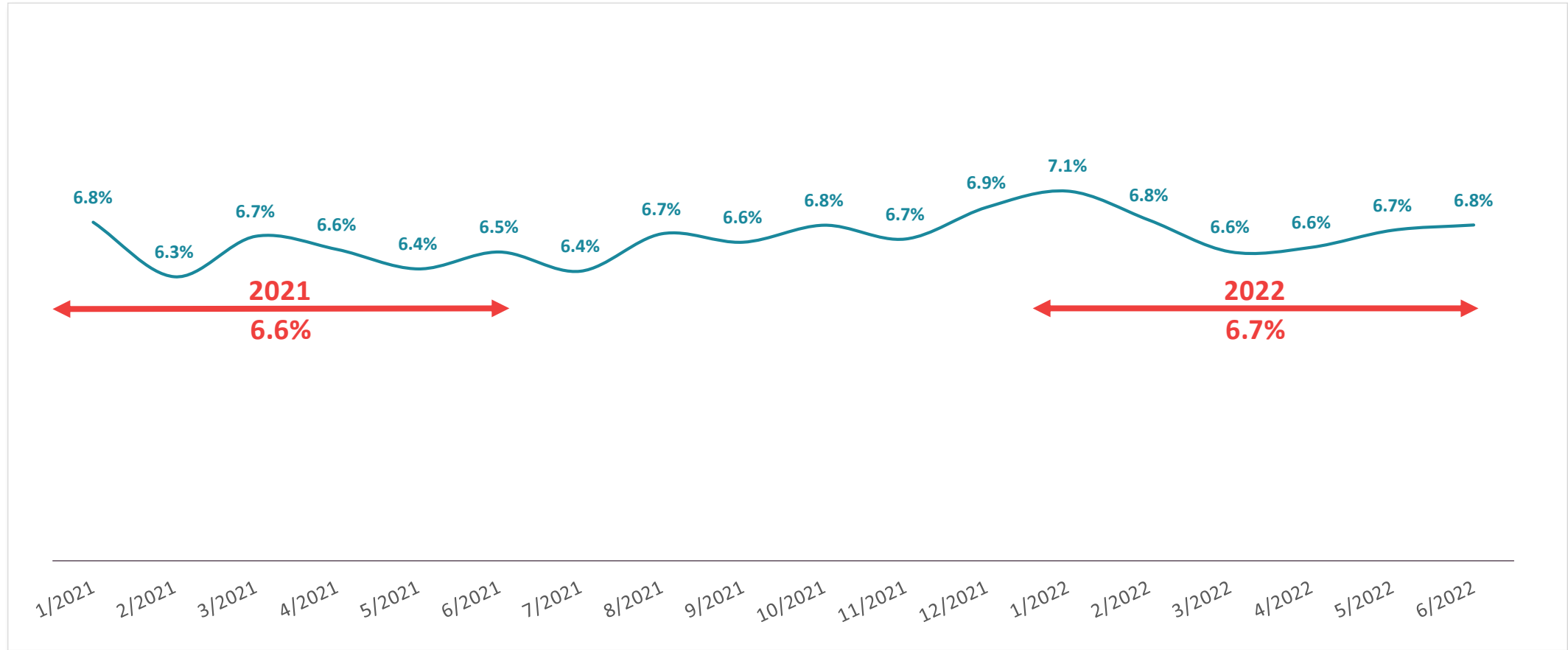


נתח המותג הפרטי מסך ה-FMCG

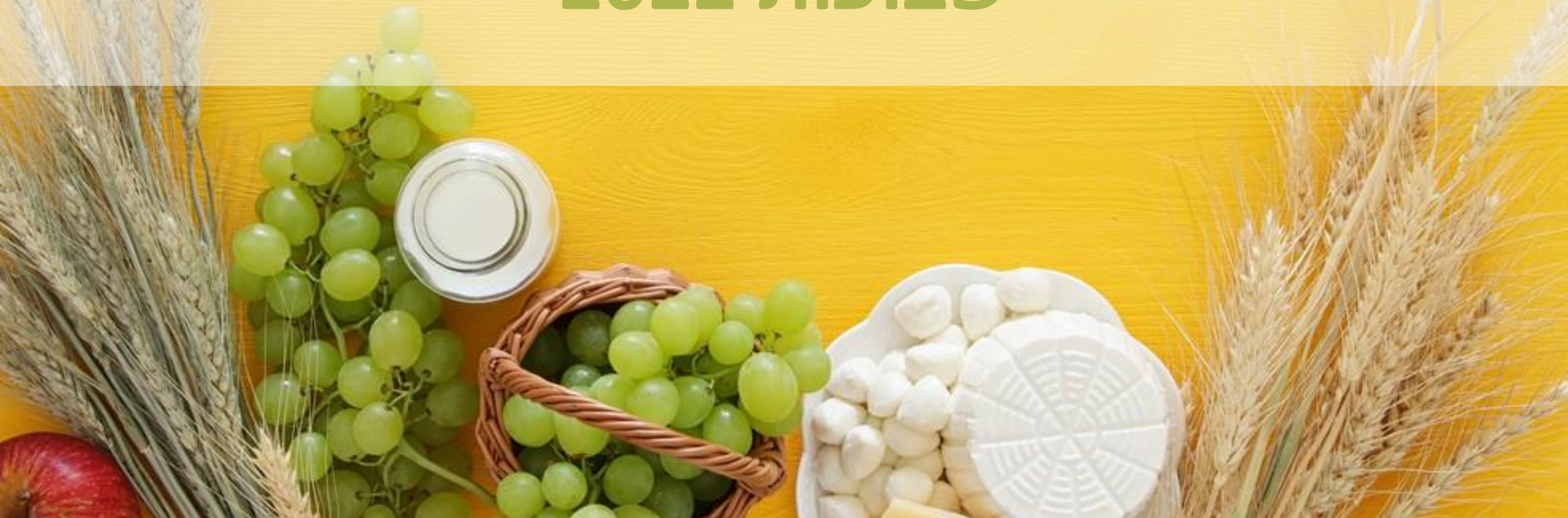


נתח השוק של המותג הפרטי רושם עליה של 0.1 נקודות נתח שוק בתקופה המצטברת הנוכחית בהשוואה לאותה תקופה אשתקד. חודש יוני 2022, מציג עליה גבוה יותר – 0.3 נקודות נתח שוק לעומת יוני 2021

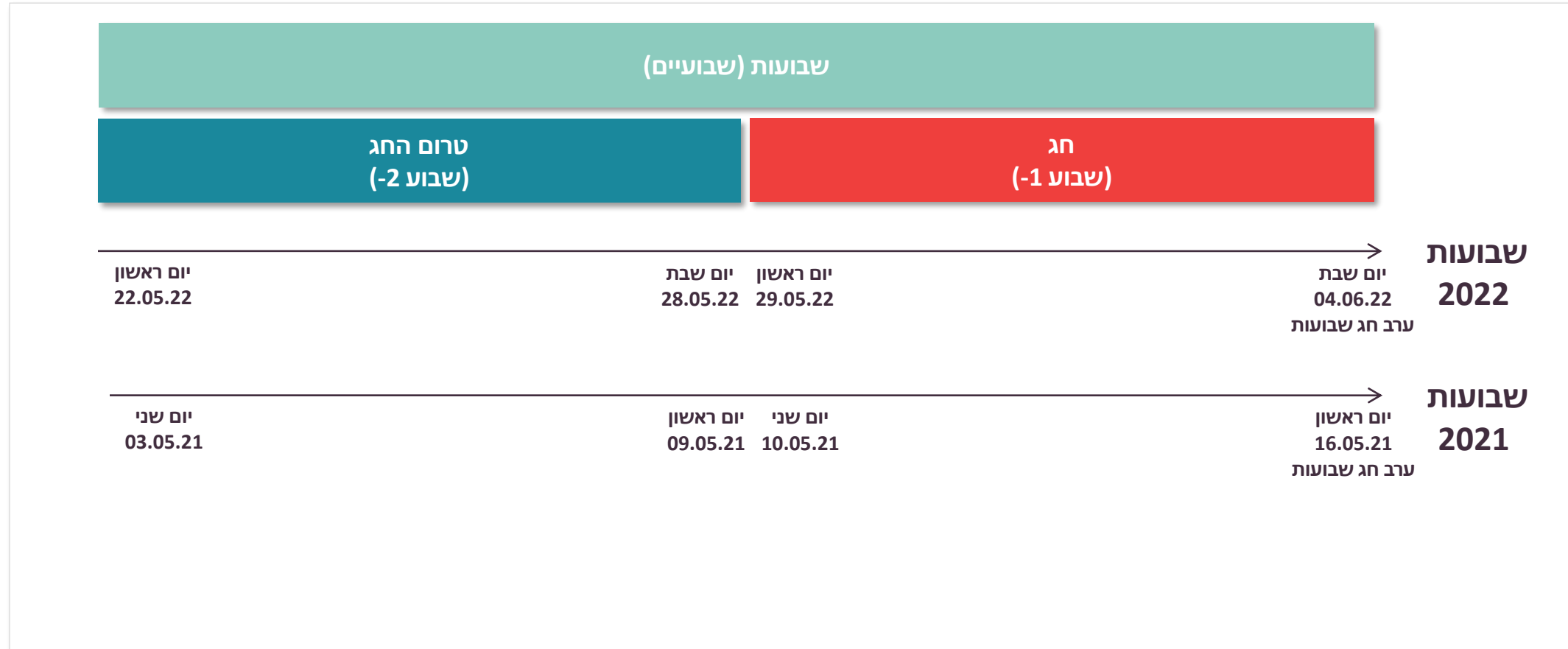
* נתח שוק בספי מכלל ה-FMCG (ללא נתוני קצביה, מאפית, פירות וירקות וסיגריות)



שבועות 2022



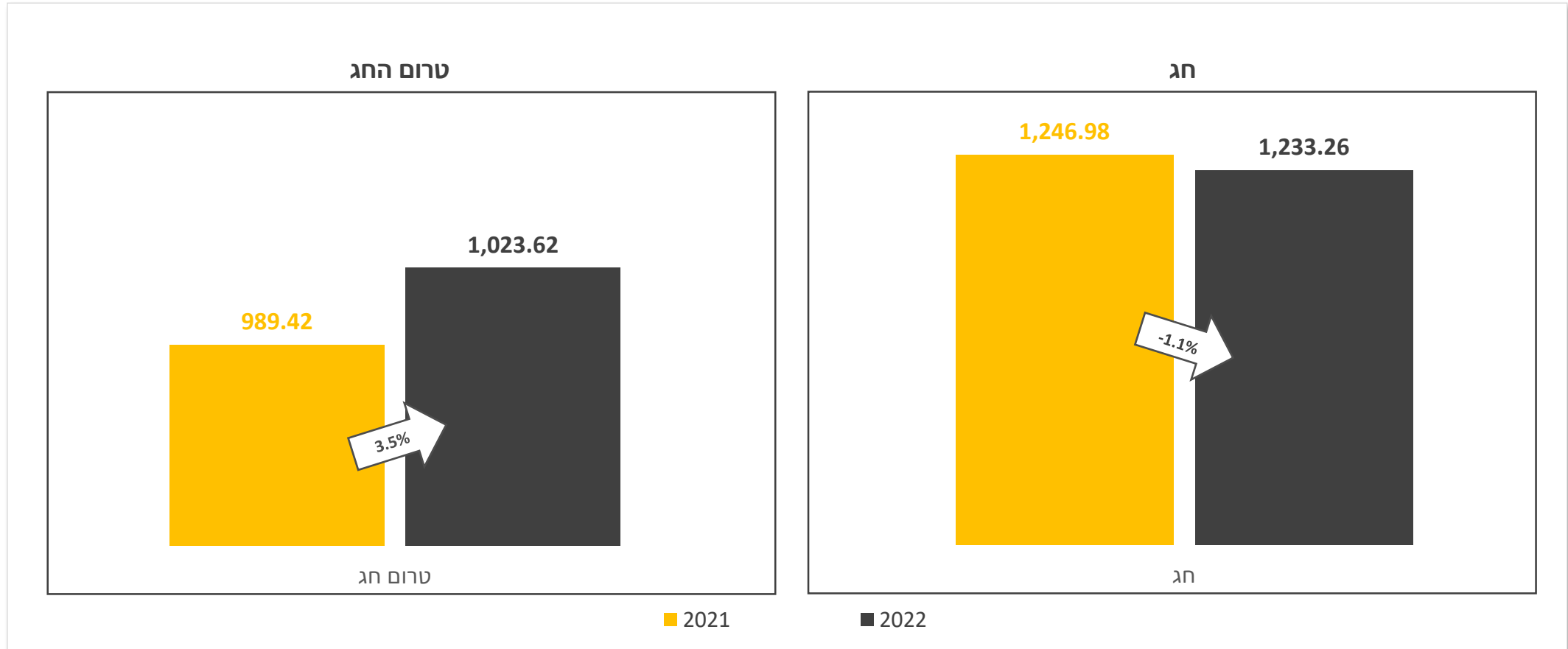
שבועות 2022 – תקופת הניתוח



מכירות חג שבועות



עולם FMCG מציג ירידה בשבוע החג לעומת עלייה בשבוע טרום החג בהשוואה למכר בשנת 2021

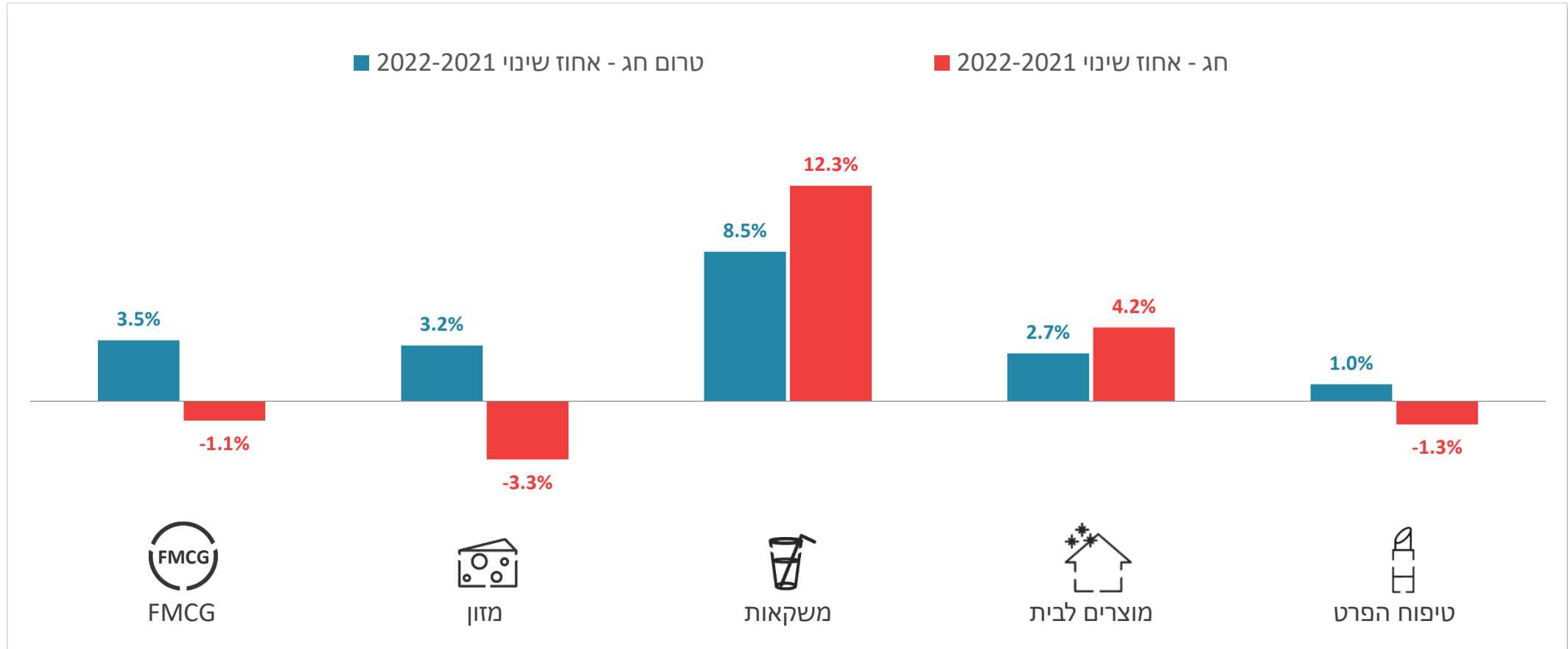


* מכר בספי FMCG , מיליוני ₪ , לפי שבועות החג

שיעור שינוי מכר שבועות לפי תחומים – 2022 מול 2021



שבוע טרום החג מציג עליות בכל התחומים, ואילו שבוע החג מציג מגמה מעורבת - עליות בתחום המשקאות ומוצרים לבית, ירידות במזון, טיפוח הפרט וכלל עולם FMCG הצמיחה החדה במכר הכספי של תחום המשקאות מושפעת במידה ניכרת מרפורמה במשקאות לא אלכוהוליים



* שבועות 2022 מול שבועות 2021, מכר כספי

קטגוריות החג



עולם החלב

מוצרי חלב ותחליפיו – מוצרי חלב מדף

מעדניה חלבית



אירוח

יינות ויינות תירוש

כלים חד פעמיים

מפות חד פעמי

מפיות חד פעמי



משקאות לא אלכוהוליים

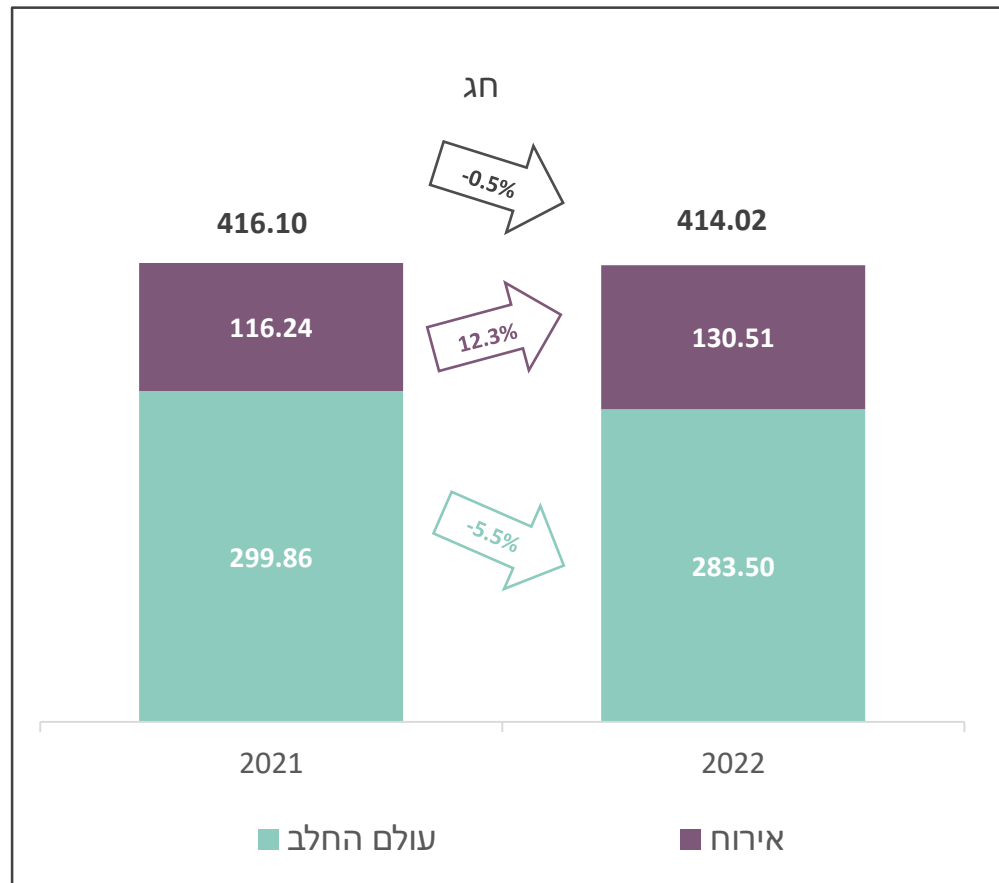
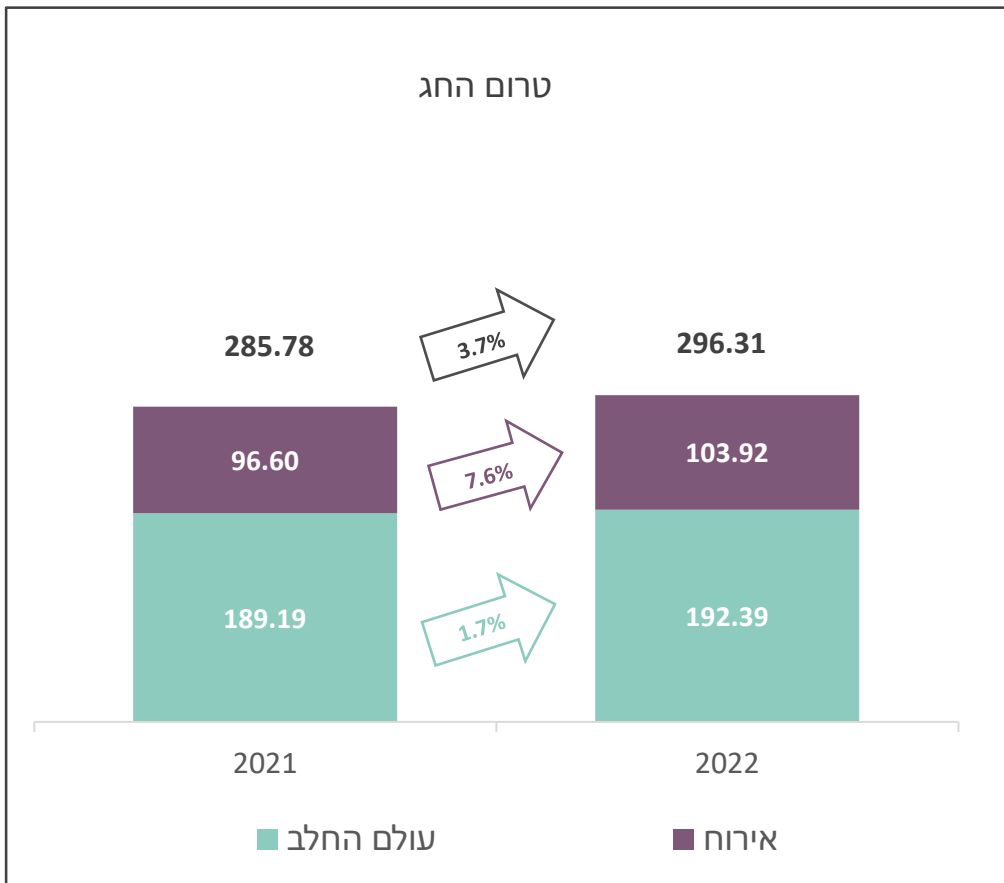
פיצוחים



מכירות חג שבועות – קטגוריות החג



קטגוריות האירוח מציגות עליות בהשוואה לשנת 2021, הן בשבוע החג והן בשבוע טרום החג 
 עולם החלב מציג צמיחה בשבוע טרום החג, בעוד שבשבוע החג יש ירידה במכר 

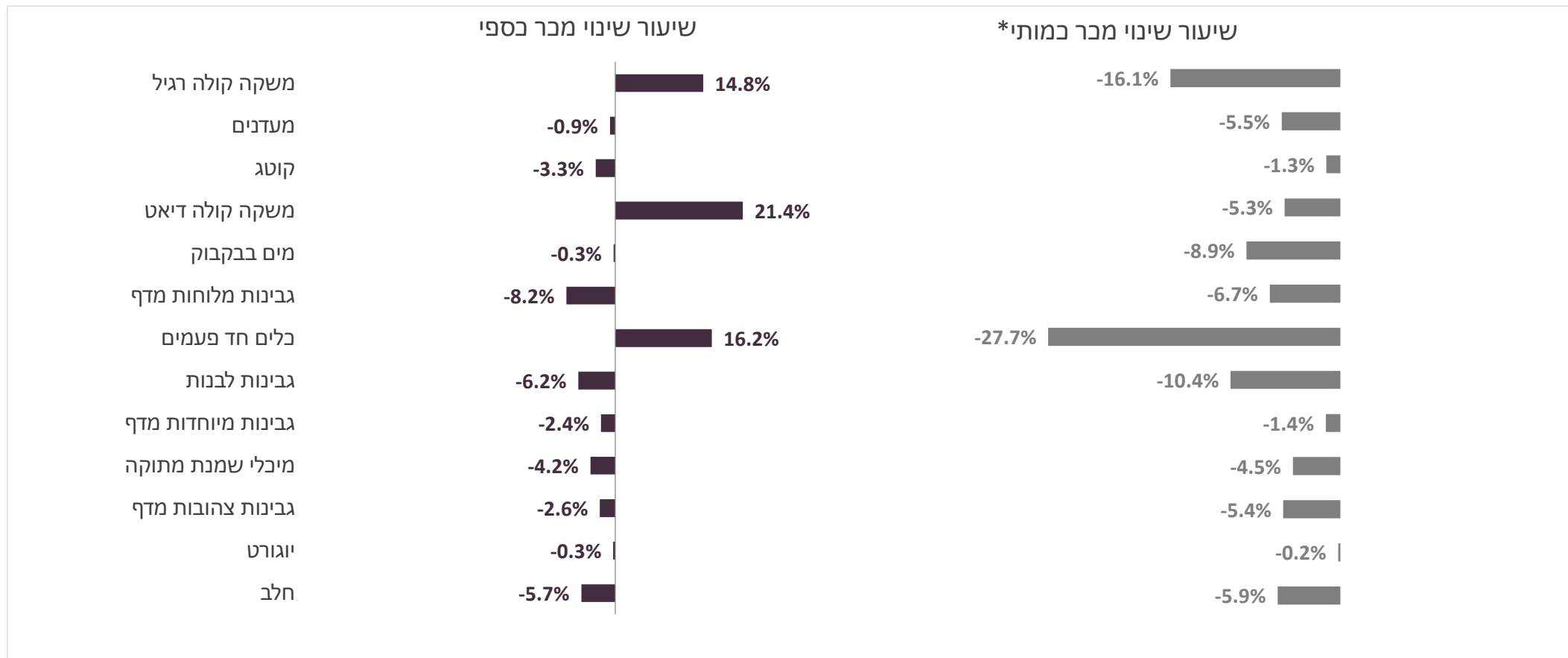


* קטגוריות החג, שבועות 2022 מול שבועות 2021

שינוי קטגוריות תקופת הקניות לחג – 2022 לעומת 2021



בכלל תקופת החג (שבועיים) הקטגוריות הבולטות בצמיחתן הן משקה קולה דיאט, משקה קולה רגיל וכלים חד פעמיים
 בבחינת המכר הכמותי* המגמה משתנה – ירידה במכר הכמותי של אותן קטגוריות שהציגו צמיחה במכר הכספי, שינויים המושפעים מרפורמות שחלו בשוק

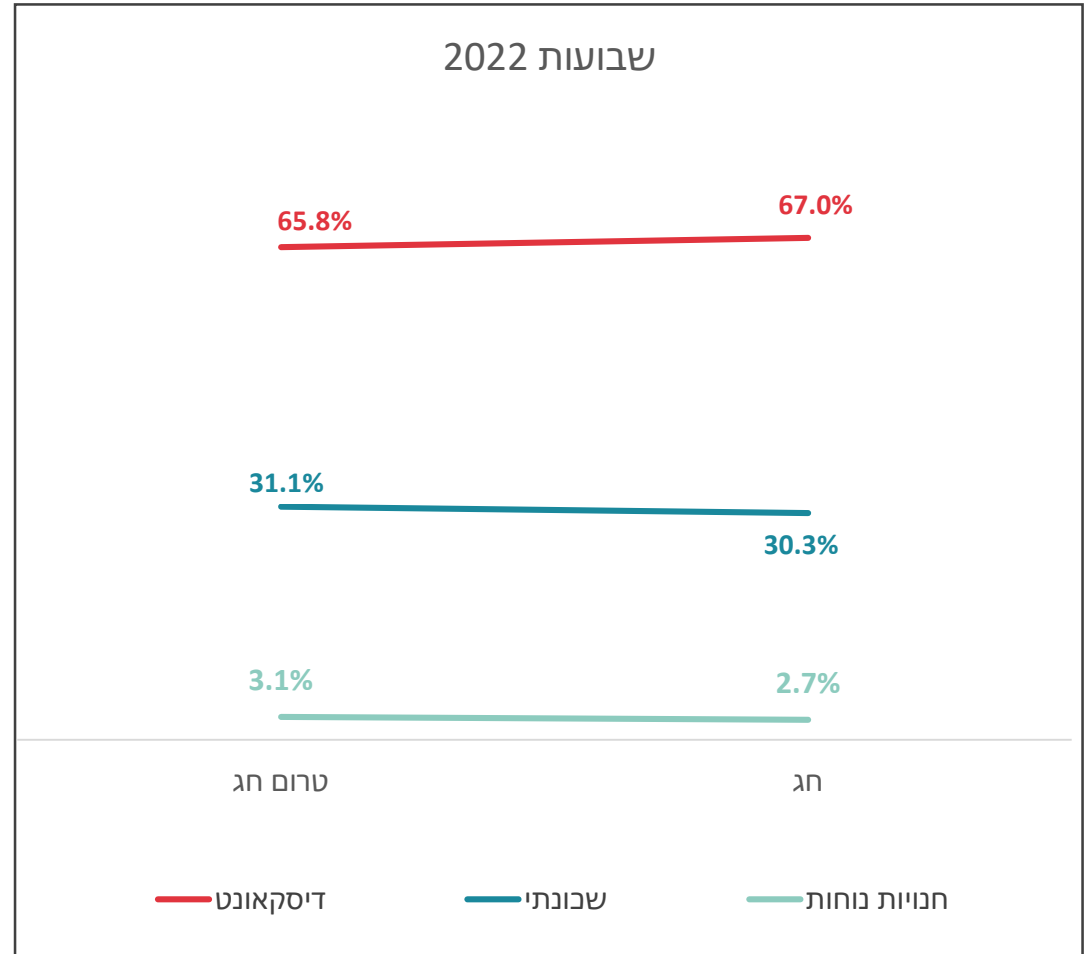
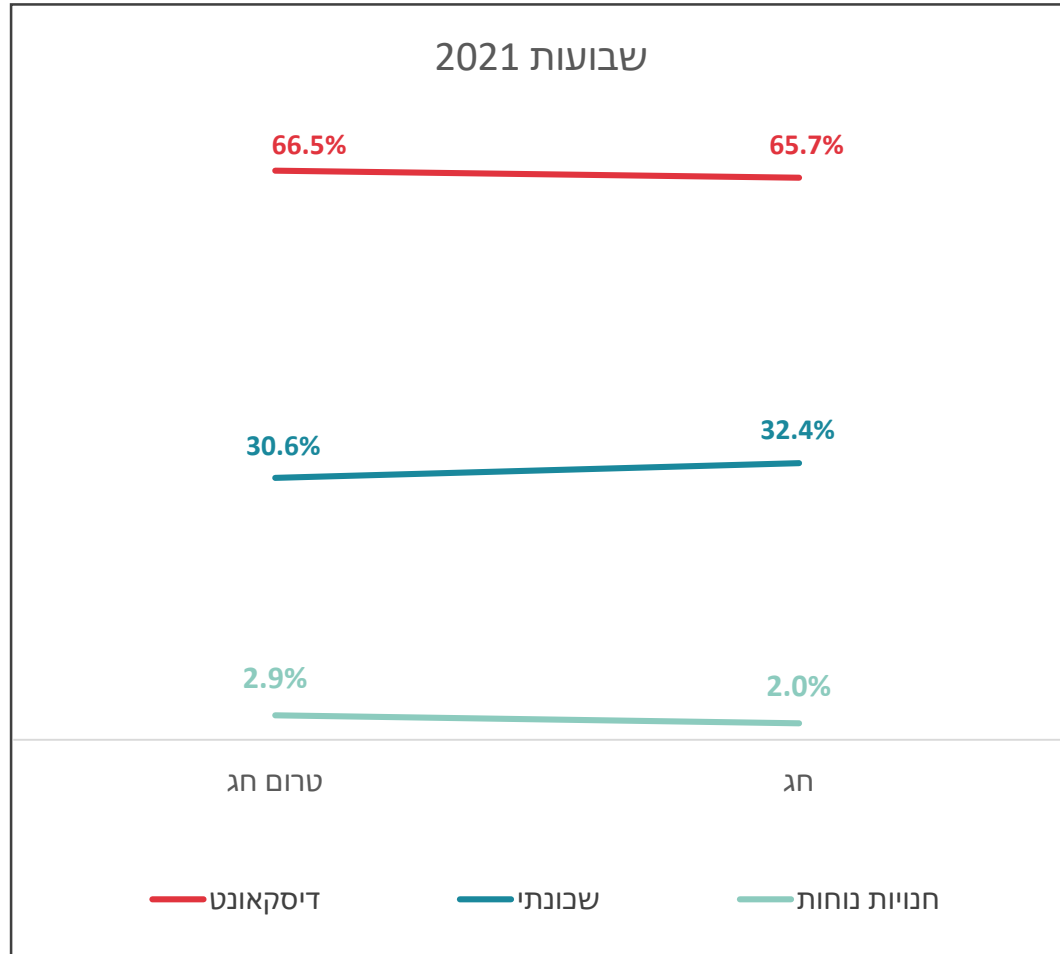


* מכר כמותי – הממד כמותי נקבע בהתאם לסוג הקטגוריה; חלב, יוגורט, מיכלי שמנת מתוקה, מים בבקבוק, משקה קולה דיאט, מעדנים ומשקה קולה רגיל נמדדים בליטרים, גבינות צהובות מדף, גבינות מיוחדות מדף, גבינות לבנות, כלים חד פעמיים, גבינות מלוחות מדף וקוטג' ביחידות

התפלגות מכר הערוצים בתקופת הניתוח – 2022 מול 2021



השנה, בדומה לאשתקד המגמה בערוץ הנוחות זהה - ירידה בין שבוע טרום החג לשבוע החג, בנוסף, ערוץ הנוחות מציג עלייה בחלקיות המכר בכל אחת מתקופות החג. הערוץ השכונתי מציג עלייה בין טרום החג לחדג אשתקד – ככל הנראה לאור מבצע שומר חומות שחל במאי, ערוץ הדיסקאונט מציג מגמות הפוכות לאלה שמציג הערוץ השכונתי



* התפלגות המכר הנספיי בין הערוצים



תודה!

StoreNext

Looking Forward