



סיכום אוגוסט 2022

מגמות מרכזיות בשוק מוצרי הצריכה בישראל

בסיס הנתונים

הנתונים מתבססים על קהילה 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 אוגוסט מציג צמיחה של 0.7% במכר הכספי בעולם ה-FMCG מול אוגוסט אשתקד, ובנטרול ימי מכירה נרשמת ירידה במכר שעומדת על 0.5%. הצמיחה במכר הכספי בתקופה המצטברת ממשיכה ועומדת על 1.0% מול תקופה מצטברת אשתקד. במקביל, תקופה זו רושמת עליה של 4.5 נקודות במדד המחירים של StoreNext



העלייה במדד המחירים של StoreNext בתקופה המצטברת, 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 ואביזרים לארוח) בתקופה המצטברת, בולטים בצמיחתם חטיפים מלוחים ושימורים בתחום המזון ותכשירי כביסה, אביזרים ומוצרי תינוקות ומוצרי נייר בתחומי מוצרים לבית וטיפוח הפרט

שינוי במכירות ומדד המחירים



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



+ 4.4%

שינוי מדד מחירים



+ 1.0%

343 מיליון ₪

שינוי מכר כספי



-3.4%

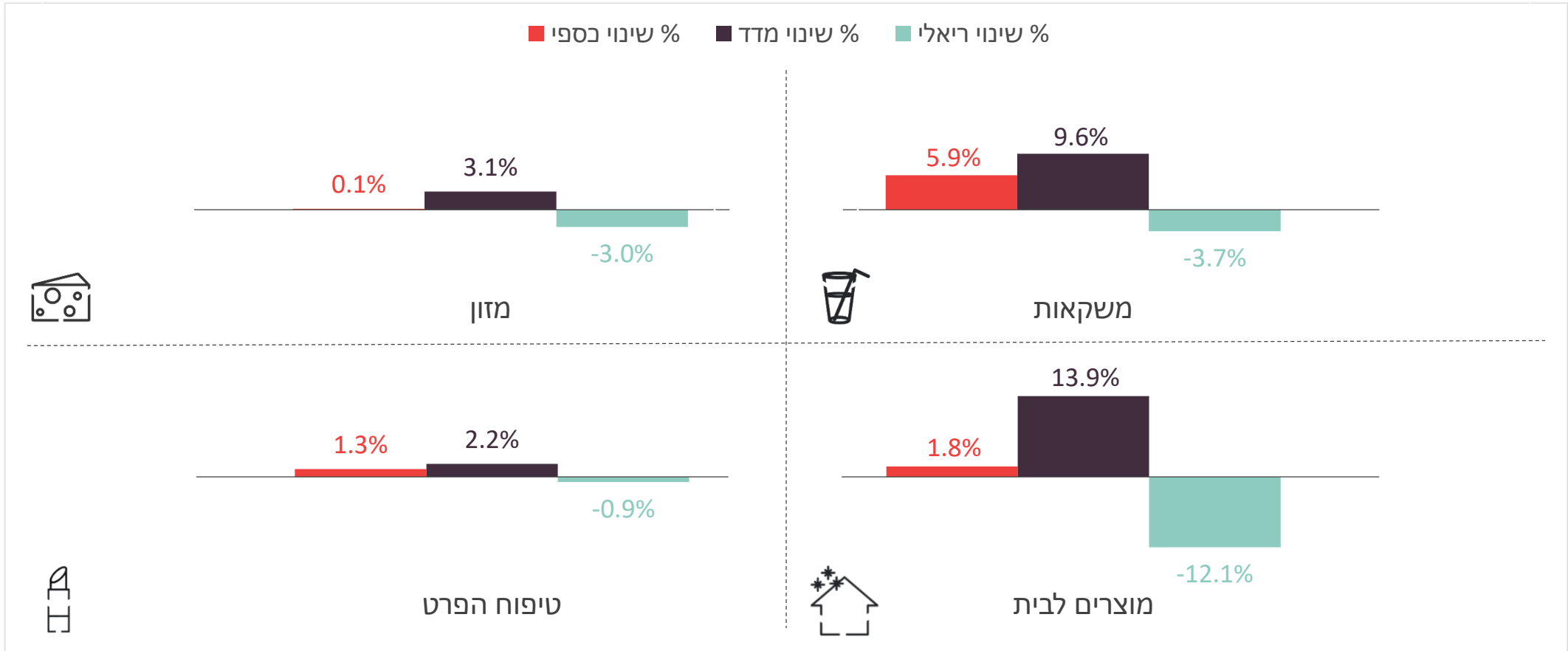
שינוי ריאלי*

* 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

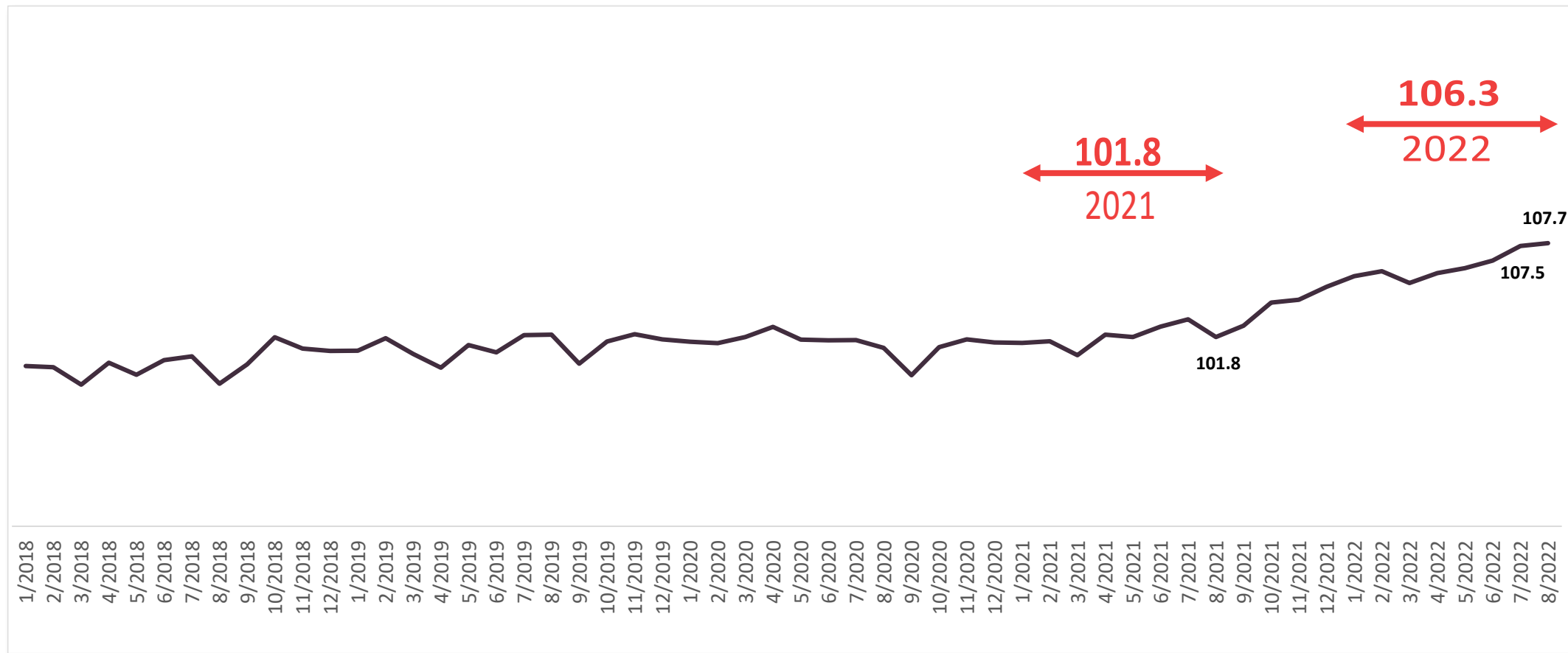


מדד המחירים של StoreNext



מדד המחירים של StoreNext רושם עליה של 4.5 נקודות מדד בתקופה המצטברת הנוכחית לעומת מקבילה אשתקד. בהשוואה לחודש יולי 2022, חודש אוגוסט מציג עליית מדד של 0.2 נקודות ובהשוואה לאוגוסט אשתקד החודש נרשמה עליה של 5.9 נקודות מדד

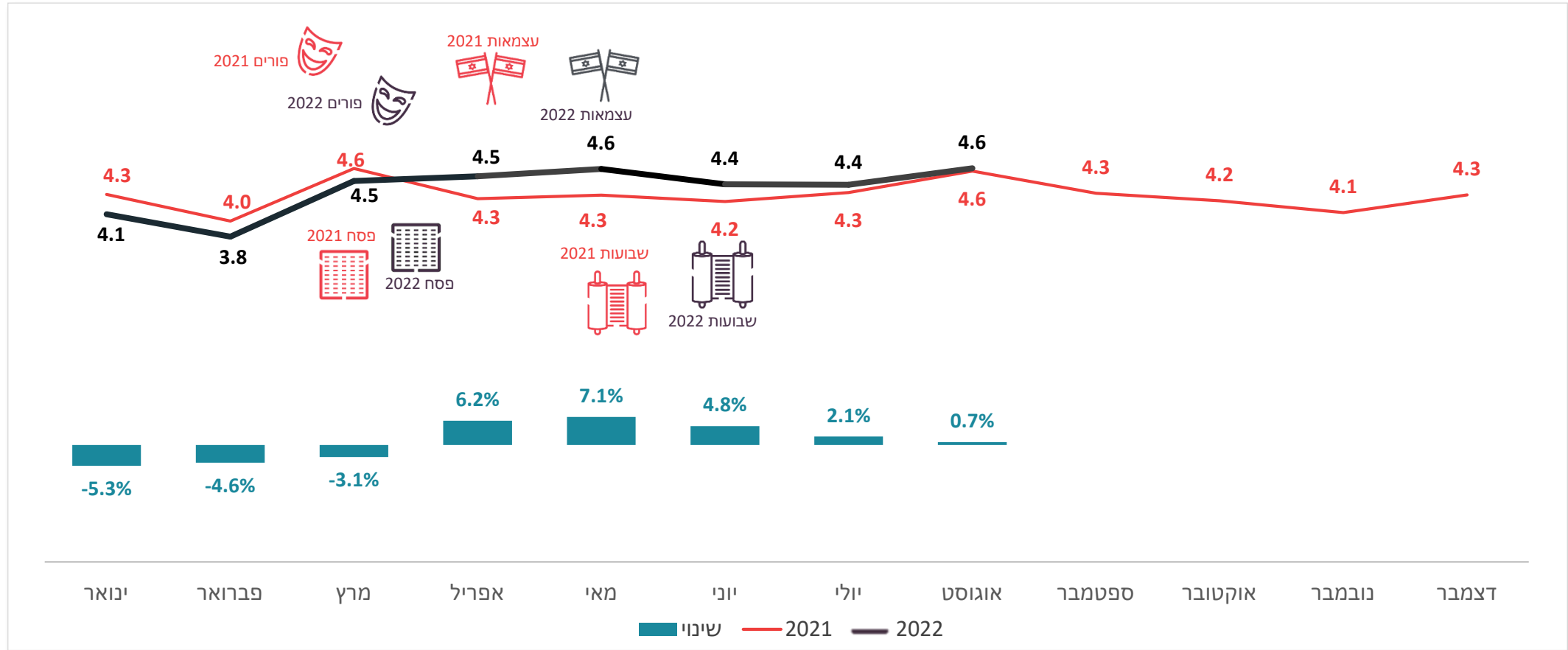
* מדד המחירים של StoreNext מודד את השינוי במחירי המוצרים בניכוי שינויי תמהיל



מגמת מכר חודשית

מכר ה-FMCG מציג עליה בחודש אוגוסט של 0.7% ביחס לאוגוסט אשתקד ומסתכם ב4.6 מיליארד שקלים - עליה של 32.3 מיליון ₪

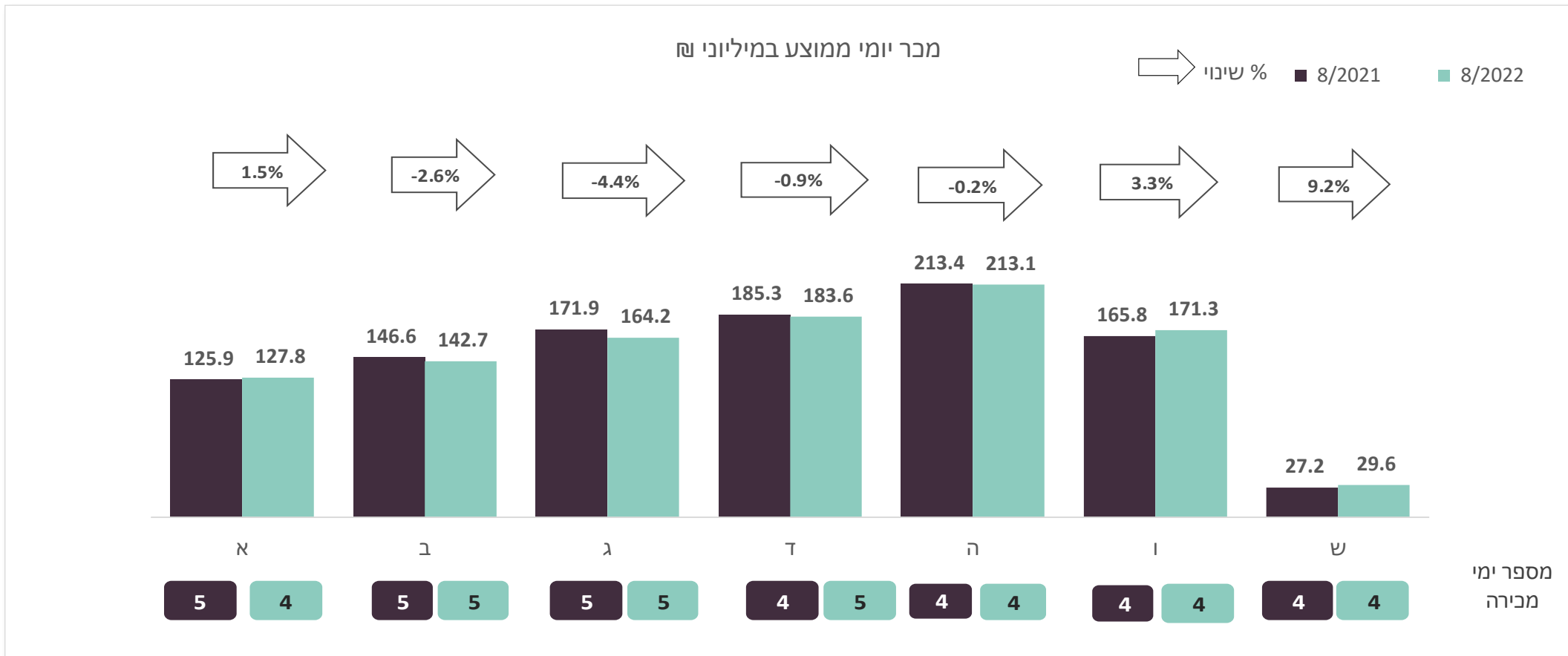
* מכר נספי FMCG, מיליארדי ₪



מכר כספי לפי ימים



השינוי בשיעור הצמיחה החודשית מושפע משינוי בימי מכירה, ועומד על 0.7%
 בנטרול הפער בימי מכירה, חודש אוגוסט 2022 מציג ירידה במכר של 0.5% בהשוואה לאוגוסט 2021
 * מכר כספי (במיליוני ₪) FMCG לפי ימים ואחוז שינוי במכר, חודש נוכחי מול מקביל אשתקד

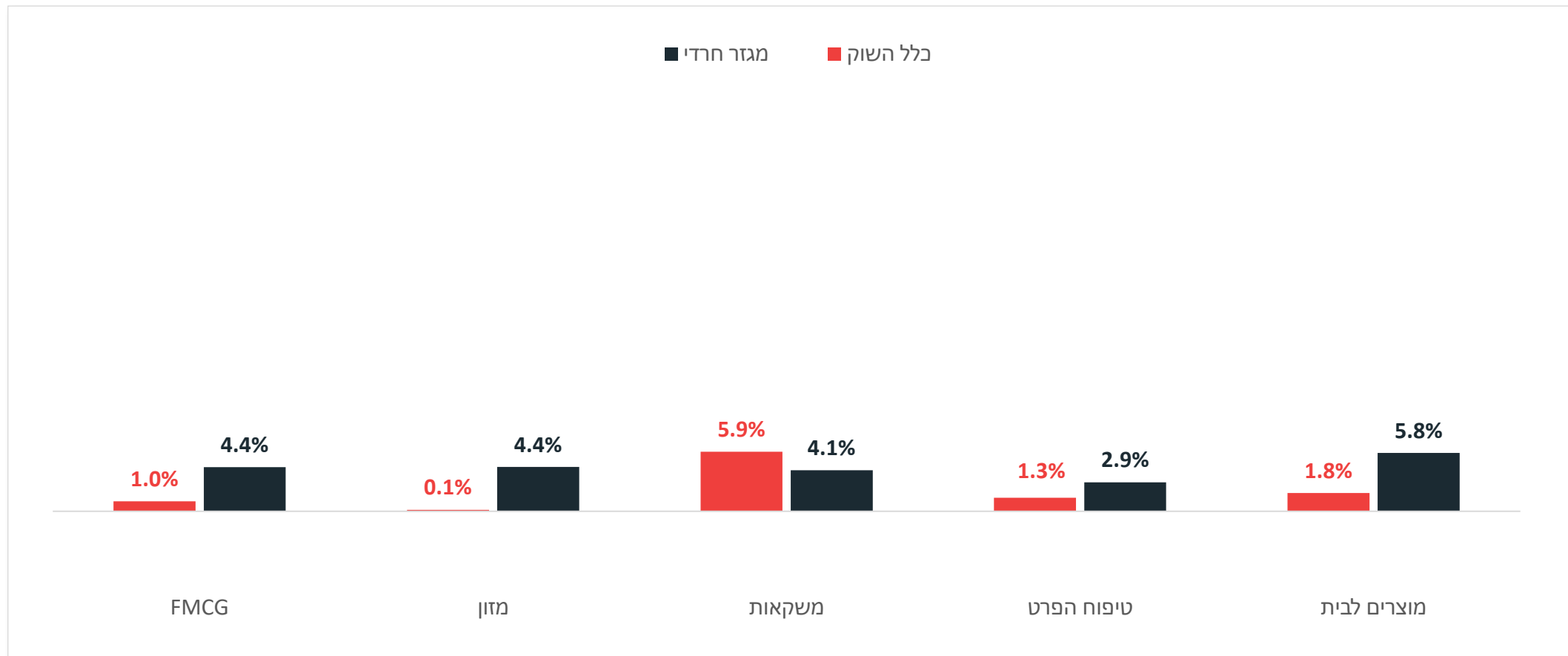


מגמת מכר כספי - מגזר חרדי



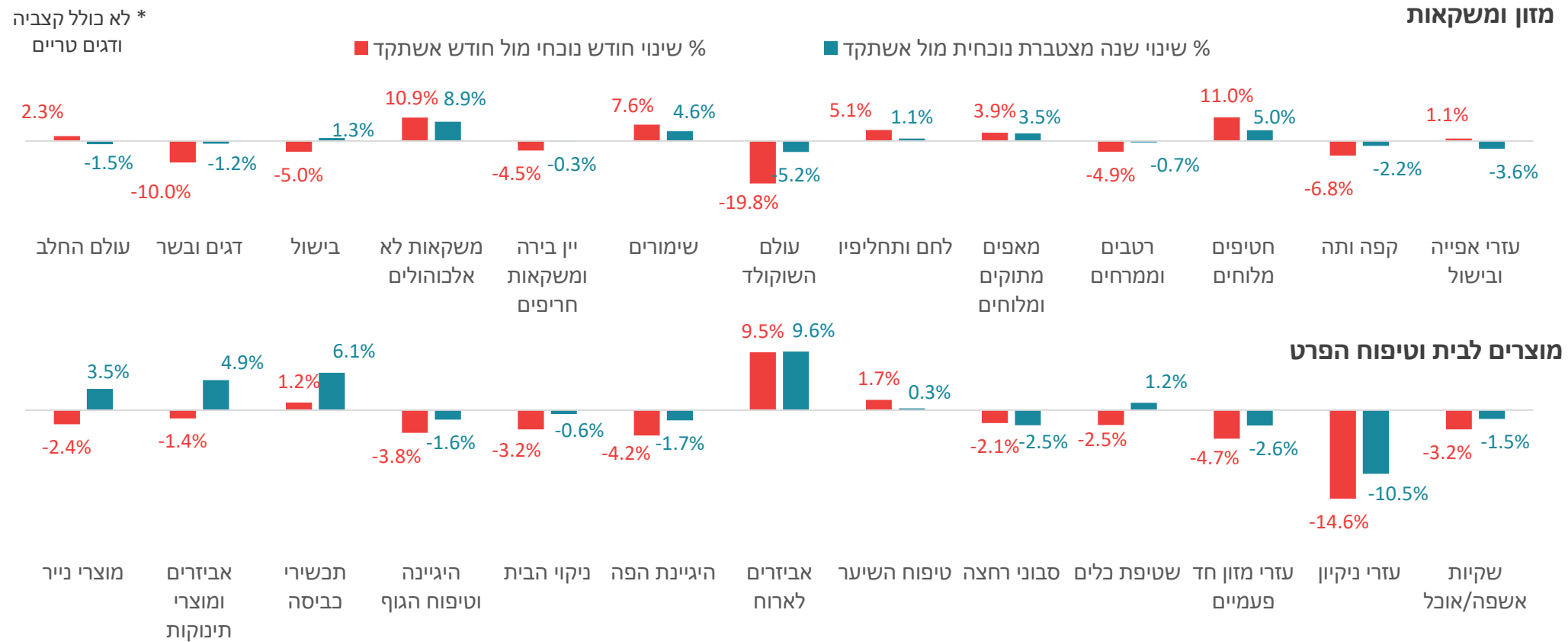
בתקופה המצטברת המגזר החרדי צומח משמעותית בהשוואה לכלל השוק - עלייה של 4.4% לעומת עלייה של 1.0% במכר הכספי בעולם ה-FMCG מלבד משקאות, בשאר התחומים נרשמת מגמת צמיחה שגבוהה משיעור השינוי שהציג כלל השוק

* 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 אוגוסט מציג עליות בחטיפים מלוחים, משקאות לא אלכוהוליים, שימורים וביזרים ובאביזרים לאירוח גם בתקופה המצטברת נרשמות צמיחות באותם עולמות וגם בתכשירי כביסה, אביזרים ומוצרי תינוקות ובמוצרי נייר

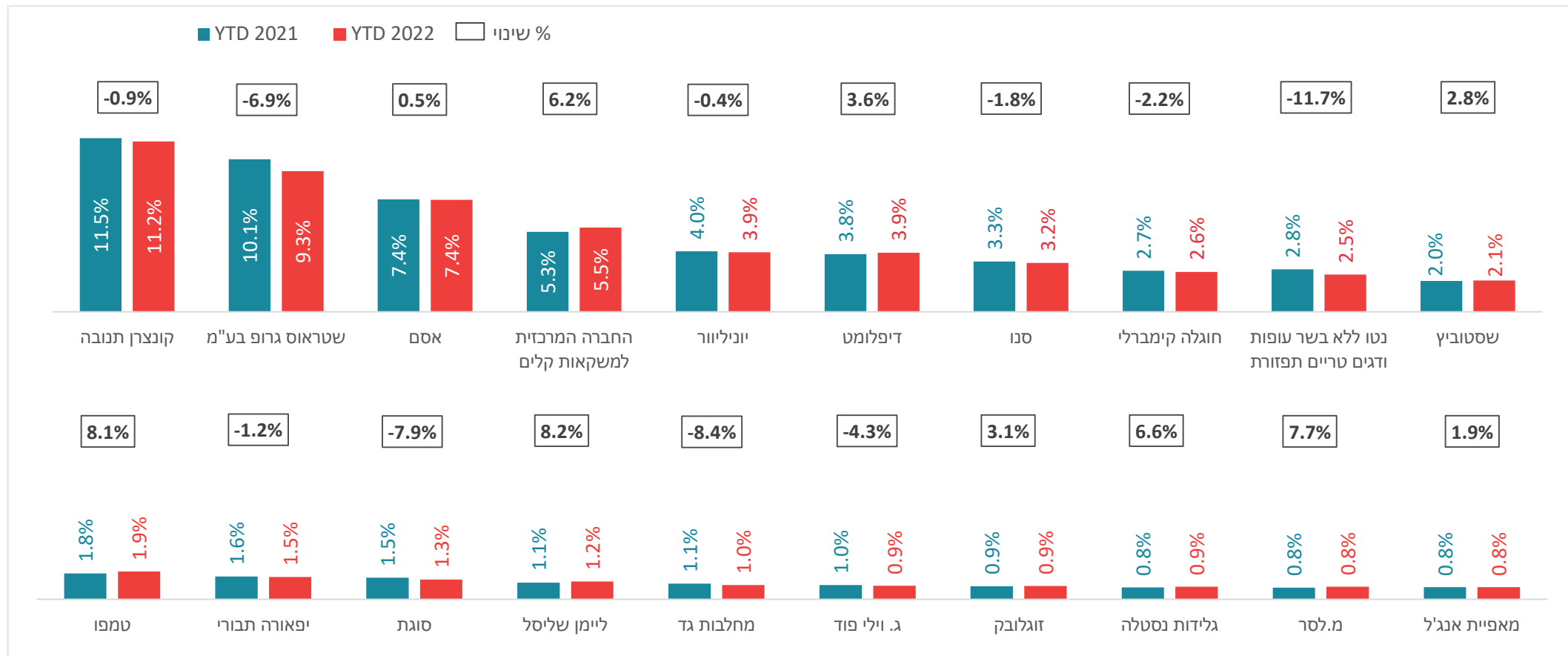


נתח שוק וצמיחת ספקים



נתח השוק של 20 הספקים המובילים עומד בתקופה המצטברת הנוכחית על 63.0%, ומציג ירידה של 1.2 נקודות ביחס לתקופה מקבילה אשתקד. נתחם של 10 הספקים המובילים מגיע ל- 51.7% בתקופה המצטברת הנוכחית ורושם ירידה של 1.1 נקודות מול תקופה מקבילה בשנה שעברה.

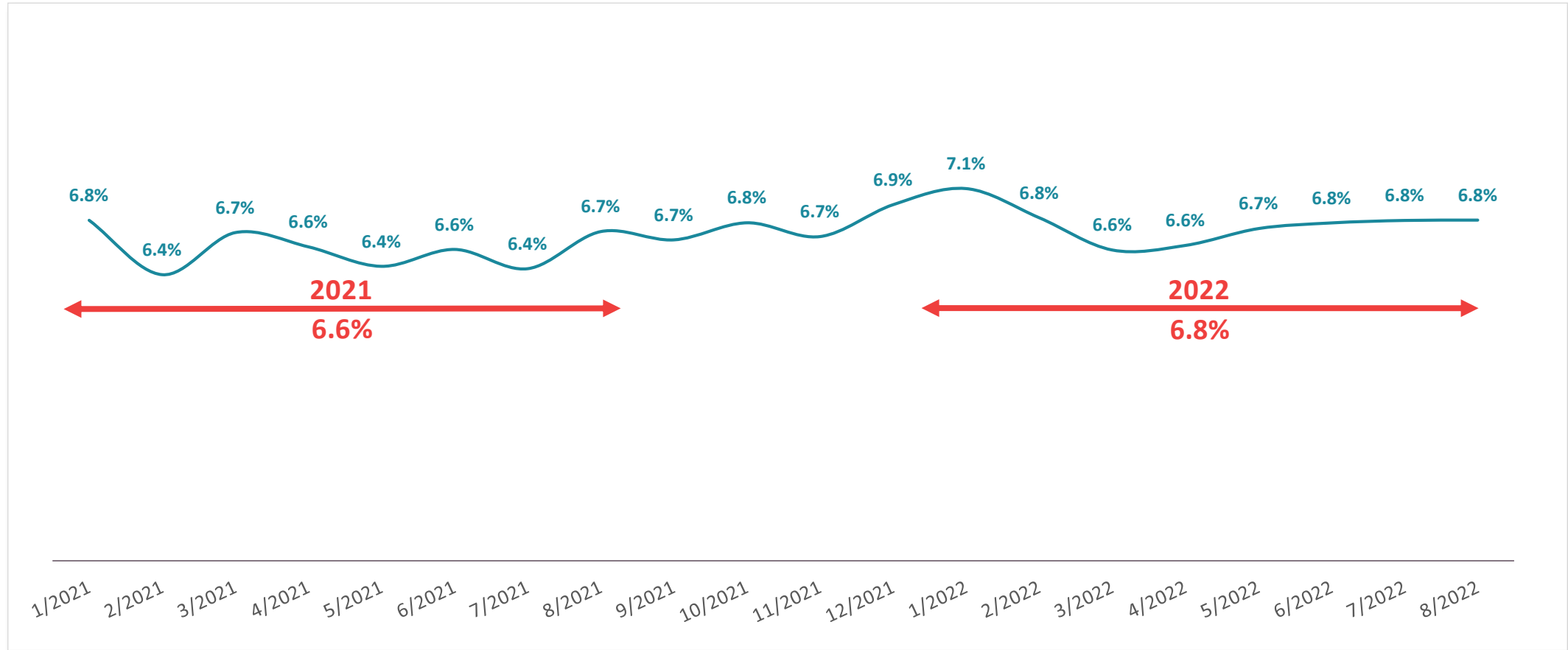
* נתח שוק כספי מכלל ה-FMCG (ללא נתוני קצביה, מאפית, פירות וירקות וסיגריות)



נתח המותג הפרטי מסך ה-FMCG



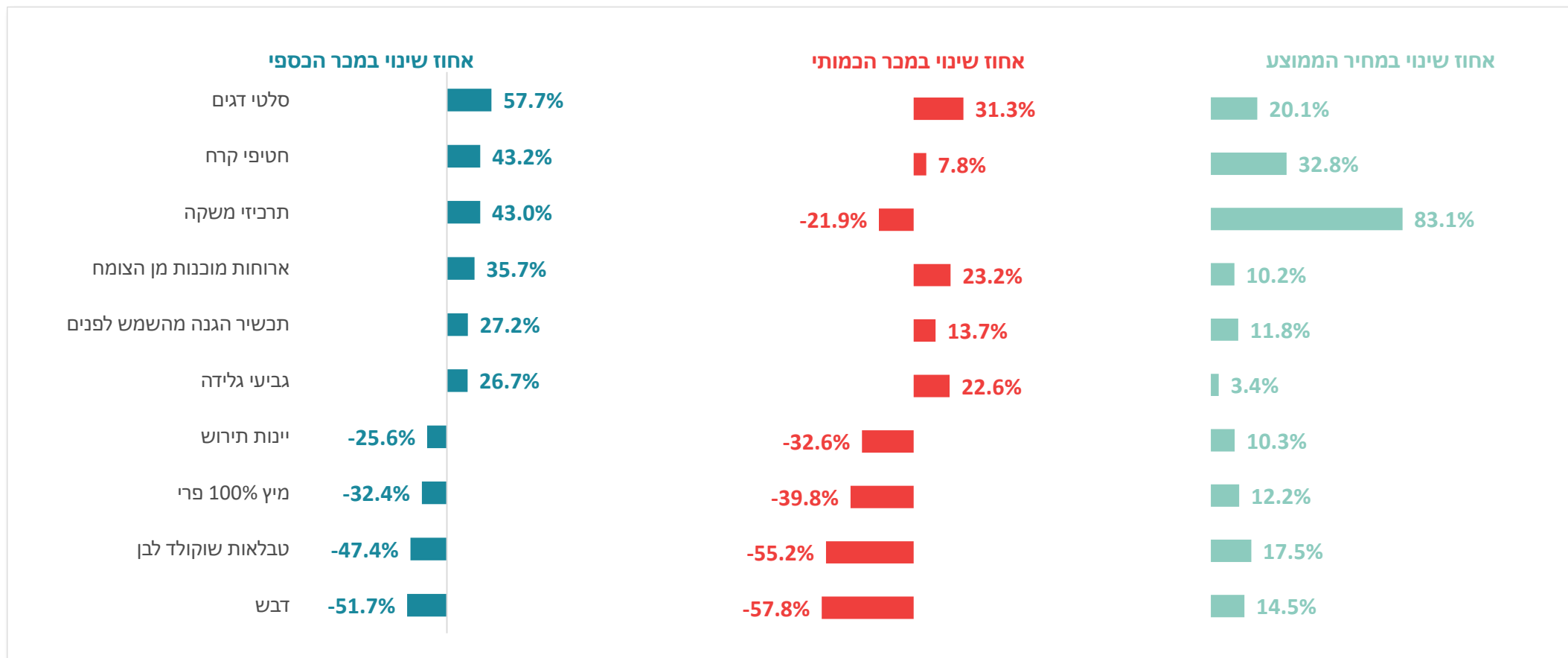
נתח השוק של המותג הפרטי רושם עליה של 0.2 נקודות נתח שוק בתקופה המצטברת הנוכחית בהשוואה לאותה תקופה אשתקד. חודש אוגוסט 2022, מציג עליה נמוכה יותר – 0.1 נקודות נתח שוק לעומת אוגוסט 2021
* נתח שוק בספי מכלל ה-FMCG (ללא נתוני קצביה, מאפית, פירות וירקות וסיגריות)



קטגוריות צומחות/יורדות – חודש נוכחי לעומת מקביל אשתקד



בחודש אוגוסט 2022 נרשמת צמיחה במכר הכספי של קטגוריות סלטי דגים, חטיפי קרח, תרכיזי משקה, ארוחות מוכנות מן הצומח, תכשירי הגנה מהשמש לפנים וגביעי גלידה בהשוואה לאוגוסט 2021 מביין הקטגוריות היורדות – דבש ויינות תירוש בשל תזמון חגי תשרי לצד מיץ 100% פרי וטבלאות שוקולד לבן





תודה!

StoreNext

Looking Forward