

**"מתדלקים נוחות" -  
עוברים ממילוי דלק למילוי עגלות  
סופרמרקט קטנות**

**ספטמבר 2021**

© כל הזכויות שמורות לחברת **צ'מנסקי בן שחר ושות' בע"מ**.  
כל שימוש ו/או התבססות על המידע הכלול בדו"ח זה ללא קבלת רשות  
מראש ובכתב **מחברת צ'מנסקי בן שחר ושות' בע"מ**, אסור בהחלט.

## טור דעה מספר 5 - "מתדלקים נוחות"

פתיח - 2 מגמות וטרנדים צפויים הובילו את חברות התדלוק לפתח את תת-שוק חנויות הנוחות כתחליף לפעילות תדלוק כלי רכב. המעבר לכלי רכב חשמליים ואוטונומיים ייתר את הצורך בתדלוק, כמו כן, מעבר משקי הבית לקניות רבות יותר בחנויות נוחות, בדרך, וליד הבית מאיץ את פיתוח היצע חנויות הנוחות גם בתחנות שעוד נותרו ללא חנות, ובתחנות חדשות. חברות התדלוק ממשות זאת, גם באמצעות רכישת רשתות סופרמרקט קיימות ופיתוחן - "כולם" הולכים לנוחות". במקביל, חברות התדלוק מתכננות ומפתחות את ה"נדל"ן המניב על ובצמוד לתחנות התדלוק, כשחלקן תעלמנה את הסטריפ המסחרי הראשון של חברת פז בויתקין, המצאנו במהלך בחינה של העתקת מסעדת הפנקייק אל תוך התחנה. זאת כאשר באותה עת, טענו אחרים ש"הגבר הישראלי לא יעזוב את מכוניתו "לבדה" ויכנס אל חנות נוחות/אחרת".

**שוק חנויות הנוחות מתוך שוק הסופרמרקטים** - גודל שוק הסופרמרקטים בשטח הינו כ-2.9 מיליוני מ"ר. מתוכם, כ-57% בפורמט מחיר וכ-43% בפורמט נוחות. גודל שוק הסופרמרקטים בכסף הינו כ-80 מיליארד ש. מתוכם, כ-59% מהשוק - בפורמט מחיר, כ-41% בפורמט נוחות. בפורמט נוחות נתח השוק המשמעותי ביותר הינו של "קרוב לבית" (עירוני / שכונתי, מכולות ומינימרקטים) - כ-22% המתחלק כמעט באופן שווה בין עירוני / שכונתי לבין מכולות ומינימרקטים. על הדרך (תחנות תדלוק, פיצוציות) - כ-8% חנויות מתמחות מהוות כ-7.5%, וערוץ ישיר (און ליין לא כולל חברות ציבוריות) - כ-3%;

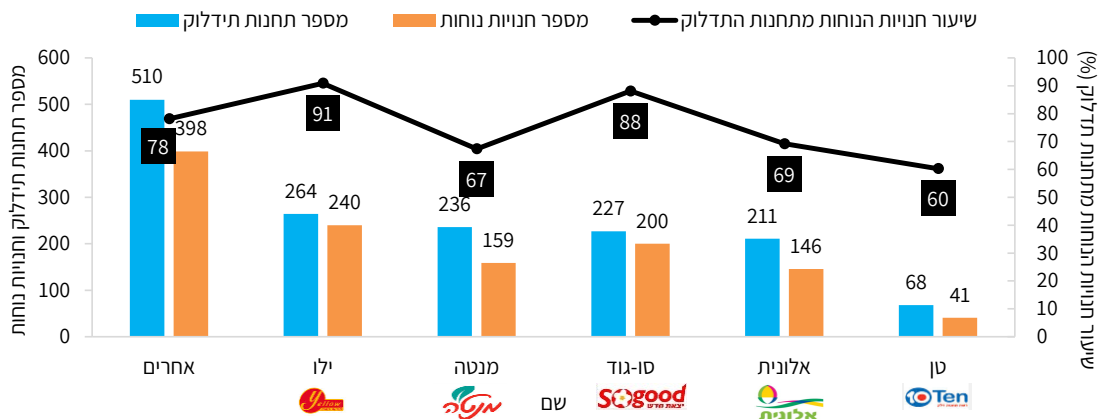
**הרגלי הצריכה צפויים להשתנות** אצל משפחות רבות שהן "קטנות יותר", עירוניות, חסרות זמן ועם נכונות לוותר יותר על המחיר הנמוך. הן יאמצו את טרנד הבריאות והסלים "הקטנים" וירוצו ל"מוכן" ולחנויות הנוחות;

**חנויות נוחות בתחנות תדלוק** - מספר תחנות תדלוק בסוף שנת 2020 הינו 1,516 תחנות תדלוק, בכ-80% מהן פועלות חנויות הנוחות (המידע בטור מתבסס על דיווחי החברות, אתריהן ומיידעי החברה). BIG-4 של תחנות התדלוק - ילו של פז, אלונית של דור אלון (שתיהן - חברות ציבוריות), מנטה של דלק וסו-גוד של סנוול. כל אחת בעלת מעל 200 תחנות תדלוק, כ-62% מסך הכול. Ten עם 68 תחנות תדלוק בלבד ואינה שותפה ל"משחק של הגדולים". ילו היא החברה המובילה הן במספר תחנות התדלוק, בחנויות הנוחות ובהיקף המכירות;

התרשים שלהלן מציג את מספר תחנות התדלוק, חנויות הנוחות ושיעורן מתחנות התדלוק לפי שחקנים עיקריים בשוק;

# צ'מנסקי בן שחר

## תרשים: מספר תחנות תדלוק, חנויות נוחות ושיעורם מתחנות התדלוק בסוף שנת 2020

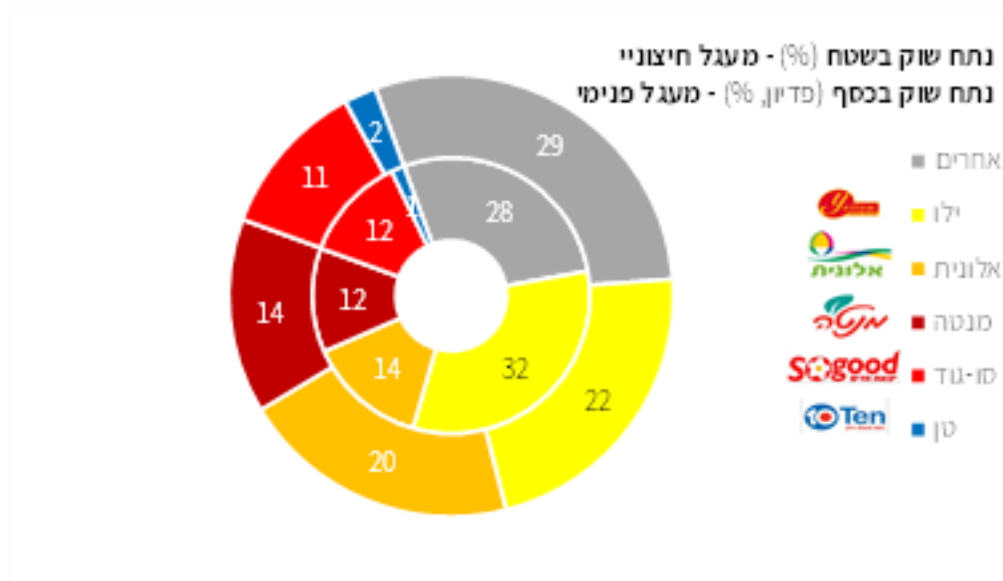


**גודל שוק בשטח ובמספר חנויות בנוחות התחנות התדלוק** - היקף שטחי חנויות הנוחות בתחנות התדלוק בסוף שנת 2020 נאמד בכ-61 אלף מ"ר, עלייה של כ-3.9% ביחס לשנת 2019. בסוף שנת 2020 פעלו בתחנות התדלוק 1,184 חנויות הנוחות, 45 יותר מאשר בשנה הקודמת - עלייה של כ-4% ביחס לשנת 2019.

**גודל שוק בכסף** - בהתבסס על פדיונות, נאמד בסוף שנת 2020 בכ-3 מיליארדי ש"ח, עלייה של כ-2.8% ביחס לשנת 2019. זאת בזכות הקורונה! ילו מובילה עם פדיון חודשי לחנות הכי גבוה. אחריה - אלונית עם 4 חנויות נוחות "חריגות" וברך הגבוה מטווח זה בכביש מספר 6, מנטה וסו-גוד. טן אינה ב"משחק";

**נתחי שוק** - התרשים שלהלן מציג את נתחי שוק בהתייחס להיקף השטחים והכנסות שנתיות של שחקנים מרכזיים בסוף שנת 2020:

## תרשים: נתחי שוק בשטח ובכסף של חנויות נוחות בתחנות תדלוק לפי שחקנים עיקריים בסוף שנת 2020



ילו - היחידה עם נתח שוק בפדיונות > נתח שוק בשטח, משמע שהיא פועלת ביעילות תפעולית!

## הצפוי "מחר"

**דור אלון / אלונית** - תמשיך להסב חנויות נוחות לסופרמרקטים, תיפתח 7-9 חנויות נוחות בשנה הקרובה ותמשיך לפתח את רשת

חנויות נוחות עצמאית - Am:Pm הנמצאת בבעלותה;

**פז** - תרחיב ותטמיע את חנויות הרשתות סופר יודה ופרשמרקט שרכשה ותפצל את חברת הנדל"ן;

**דלק** - שנרכשה על ידי קבוצה אבי לוי תפתח ותרחיב 12 חנויות נוחות בשנה הקרובה ותפצל את חברת הדלק מהנדל"ן ומהקמעונאות.

כמו כן, תשדרג את סניפיה ואת רשת בתי הקפה ג'ו בתחנות;

**סונול** - רכשה את סיטי מרקט;

**אלקטרה צריכה** - הצהירה שתפתח 400 סניפים של חנויות נוחות של Eleven 7, במודל של זכיינות. מיקום ופריסה - במרכזים

שכונתיים, מע"רים, אזורי תעשייה, בנייני משרדים, בתחנות תדלוק ובלובי של בנייני משרדים. גודל צפוי לחנות - 50-100 מ"ר. תהיות:

האם תפעל בימי שבתון החזקים מימי השבוע? והאם תמצא די מיקומים? במקביל רכשה 35% מרשת יינות ביתן (לצד 15% של

הפניקס) ותנהל אותה. בימים אלו, הרשת מייצרת לעצמה אסטרטגיה שיווקית ולמותגיה (כמה יותר?) מעודכנת שבהכרח תשולב עם

הפעילויות הקמעונאיות האחרות של הקבוצה;

**כול החברות** - הבינו שהן בעלות חנויות נוחות בפריסה ארצית בתחנות ועתה גם בתוך הערים. הן תידרשנה לייצר לעצמן אסטרטגיות

שיווקיות - 5P's, להחליט באם לתפעל מספר מותגים במקביל ו/או לאחד מותגים באופן שיהיה "פשוט" וברור ללקוחותיהם. כמו כן,

האם וכיצד לייצר "סלים" של קניות "קטנטנות" בתחנות התדלוק במקביל לקניות גדולות יותר ליד הבית וכן תידרשנה לשדרג הן את

המערך הלוגיסטי שלהן (בלעדיו רווחיותן תקטן מהותית), את אתרי החברות, ולהגדיל את היקף המכירות באון-ליין / "הקלק ואסוף"

(click - and- collect) ואת השגת הרווחיות גם ב"ק"מ האחרון" המורכב והיקר בשרשרת הערך והאספקה (במשלוחים).

בהכרח כלכלת המיקום תקבע את הצלחת הסניפים החדשים שיוקמו. משמע, כל רשת ומותג נדרש היום לייצר לעצמו אסטרטגיה של

פריסה לכלל חנויות הנוחות שתפעלנה ובהתייחס ל: מיתוגן, סוגן, תמהילן, גודלן, מיקומן ועוד.

**בשורה תחתונה - החברות עוברות משוק התדלוק לשוק חנויות הנוחות.**