

# הסתגרנו, יצאנו לקניות בחנויות ועכשיו בחו"ל

יוני 2022

© 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.

## פתיח

תמונת מראה לשוק המסחר הקמעונאי וב-3 ערוצי ההפצה בו. עתה, אחרי הקורונה והשינויים המהותיים שחוללה בהרגלי הצריכה וההתנהגות, ביחד עם "פתיחת השמים" (מעל 700 אלף טסו לחו"ל באפריל ו-300 אלף טסו רק בחג שבועות), שוק המסחר הקמעונאי מצוי בצומת דרכים מרתק. הפדיונות ברבעון ה-1 של שנת 2022 קטנו ביחס לזה שבשנת 2021 וגדלו "רק" ב-10%-5% ביחס לאלו שבשנת 2019. עתה כ-20% מכוח הקנייה של הישראלים ובקטגוריות רבות מועבר לקניות בחו"ל עם "פתיחת השמים". הישראלים, טסים עם מזוודות ריקות, וחוזרים עם מזוודות מלאות אחרי מסעות "שופינג" בחו"ל, ובכך מקטינים את הרכישות בחנויות הפיזיות בישראל.

התחזית תהיה שבעתיד הקרוב - ההתפלגות הצפויה של כוח הקנייה של משקי הבית בין ערוצי ההפצה תהיה - חנויות פיזיות 50%-60%, און ליין - 20%-25% ו"שמים פתוחים" כ-20%;

הטור שלהלן מתאר את שהתרחש / מתרחש בשוק עד היום והצפוי ובהתייחס למהייה שקיימת - מה צפוי עתה כשנפתחו השמים מחדש, המשך גידול עקבי ברכישות באון ליין, ועם החזרה לצריכה "רגילה" וסדירה של צרכנים?

**רקע** - עם תום תקופת הסגרים ופתיחת שוק המסחר הפיזי מחדש, חל גידול מהותי בפדיונות של מרכזי המסחר, הרשתות והחנויות. בין הגורמים לכך נמנו היציאה מהסגרים וביצוע רכישות הן כצורך והן כ"פיצוי", העובדה שבתקופת הקורונה מרבית האוכלוסייה נהנתה מגידול ברמת הכנסותיה (המדינה "שפכה" כסף רב שעודד צריכה ו"בזבז" גם באמצעות מענקים מגוונים וגם בתשלומי חל"ת למיניהם), הנתח שגדל שהופנה לחיסכון, תחושת ה"עושר" של הציבור עם עליית שווי הנכסים שבבעלותו (כלכלה התנהגותית) וה"שמיים הסגורים".

**ה"שמים הפתוחים"** - מחודש מרץ 2022 נפתחו השמיים, ובחודש אפריל כבר טסו 700 אלף ישראלים לחו"ל. בחג שבועות לבדו טסו 300 אלף איש לחו"ל ומוערך כי למעלה מ-4 מיליוני ישראלים (כמעט מחצית מאוכלוסיית המדינה) יטוּסו בקיץ ובתקופת חגי תשרי.

**גודל שוק המסחר בישראל**, כוח קנייה של כ-2.9 מיליוני משקי בית בשנת 2022 מסתכם בלמעלה מ-150 מיליארד ש. מתוכם, כ-82 מיליארד ש בתת-שוק של מזון וסופרמרקט, כ-55 מיליארד ש בתת-שוק של "לא-מזון" וכ-14 מיליארד ש בתת-שוק של הסעדה ובתי קפה;

## "טעימות" מדיווחי קבוצות מרכזי המסחר, הרשתות והשחקנים על תמונת השוק עתה וביחס ל"אתמול"

**קבוצות מרכזי המסחר** - עזריאלי ומליסרון מדווחות על גידולים מינוריים יחסית בפדיונות של מרכזי המסחר שלהן הן ביחס לשנת 2021 (ובהתעלם מעיתוי חג הפסח השנה שחל ברבעון מספר 2) והן ביחס לשנת 2019 שקדמה למשבר בקורונה. בפועל, נדרש לשים לב לעובדות שהפדיונות הממוצעים עלו ביחס לשנת 2019 (טרם הקורונה) "רק" ב-10%-5%. "רק" ומאחר שבפועל האוכלוסייה בישראל גדלה בכ-2% בכל שנה (מעל 4% בשנתיים) + עלייה במדד של לפחות 4% (ובחודשיים האחרונים בשיעור גידול גבוה משמעותית), וכש"שמים הסגורים". BIG, עם מרכזיה הפתוחים דיווחה על עלייה בפדיונות השנה של 15% ביחס לפדיונות 2021 ושל 10% ביחס לאלו שבשנת 2019. BIG גדלה מעבר לגידול הטבעי של השוק;

**רשתות הסופרמרקט** - מרבית הרשתות הציבוריות מדווחות על ירידה בפדיונות החנויות הזהות ברבעון הראשון של שנת 2022 ובשיעורים שבין 6.8%, אצל רמי לוי ועד 10.1% אצל שופרסל (טיב טעם ירדה אף יותר כ-13%). שופרסל דיווחה על ירידה של 11.5% בהיקף מכירות האון ליין, ושהיוו 21.8% מהמחזור ובהשוואה ל-22.4% מהמחזור ברבעון המקביל ב-2021. בהכרח מצופה כשמתחולל קיטון בצריכה בכלל (נגזר מחזרה לצריכה רגילה, יחד עם העלייה במחירים ובריבית, והעברת צריכה מחנויות הסופרמרקט חזרה אל המסעדות), היא משפיעה על כל ערוצי ההפצה.

**רשתות אופנה** - פוקס, קסטרו, המשביר לצרכן וגולף דיווחו על מעבר להפסדים ברבעון הראשון של השנה. קסטרו דיווחה על ירידה של כ-2% בחנויות הזהות. טרמינל איקס דיווחה על ירידה בהכנסות של 3% ביחס לרבעון המקביל בשנה שעברה. גולף דיווחה על קיטון במכירות האופנה והלבשת הבית באון-ליין מנתח של 11.2% מהמכירות, וביחס ל-13.8% לפני שנה. אצל דלתא חל קיטון דרמטי בנתח המכירות באון ליין מ-33.7% ל-12.8% בלבד.

חברת שב"א (שרותי בנק אוטומטים) דיווחה שבמאי 2022 גדל היקף המכירות באון ליין ב-13.8% ביחס לשנת 2021, ובחנויות הפיזיות עלייה מתונה יותר של 7.6%. **גידול עקבי במכירות באון ליין מלמד שהשינוי בהרגלי הצריכה שהתחזקו בקורונה הפכו לקבועים;**

## ומה מתרחש וצפוי בשוק האון ליין?

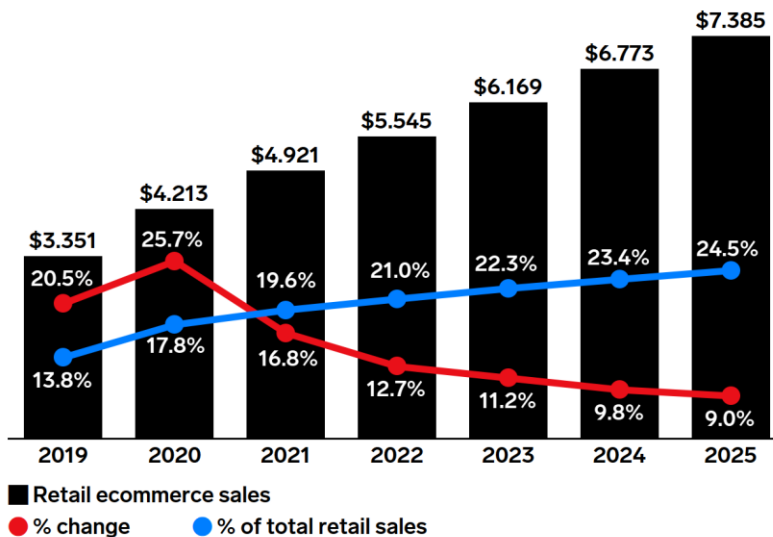
**בעולם**, התרשים שלהלן מציג את גודל שוק האון ליין, שיעור מכירות און ליין מסך המכירות הקמעונאיות ואחוז השינוי בעולם בשנים 2019-2025 (מקור: eMarketer, "[Global Ecommerce Forecast 2021](#)", July 2021). כיום שוק האון ליין בעולם הינו כ-5 טריליון דולר, שמהווים 19.6% מסך המכירות הקמעונאיות. בשנת 2020 - שנת "הקורונה", הייתה "קפיצה" של 25.7% במכירות און ליין ביחס לשנת 2019. עד שנת 2025 צפוי גידול של פי 1.5 בשוק האון ליין בעולם, ונתח של 24.5% ביחס ל-19.6% של מכירות און ליין כיום;

**בארצות הברית** - כיום שוק האון ליין תופס כ-18% מסך המכירות הקמעונאיות. עד שנת 2025 צפוי שהשיעור יגיע לכ-24%;

# צ'מנסקי בן שחר

**תרשים: גודל שוק האון ליין (טריליון דולר), שיעור מכירות און ליין מסך המכירות הקמעונאיות ואחוז השינוי בעולם**

**Retail Ecommerce Sales Worldwide, 2019-2025**  
trillions, % change, and % of total retail sales



Note: includes products or services ordered using the internet, regardless of the method of payment or fulfillment; excludes travel and event tickets, payments such as bill pay, taxes, or money transfers, food services and drinking place sales, gambling, and other vice goods sales  
Source: eMarketer, May 2021

T11547

eMarketer | InsiderIntelligence.com

בישראל - שנים לפני הקורונה, הצרכנים החלו להעביר חלק מקניותיהם אל אתרי האון ליין. בתקופת הקורונה, בסגרים ואחריהם הגבלות נסיעה ברחבי העולם (ה"שמים הסגורים"), האיצו את הביקושים ואת הצריכה באון ליין. הנוחות, החיסכון בזמן ומחירים זולים יותר נמנים בין הגורמים העיקריים שחוללו מגמה זו. כיום מוערך ש-20%-15% מסך הרכישות בשוק המסחר הקמעונאי מבוצעות באון ליין, ועם תחזיות גידול שנתי ממוצע של 10%.

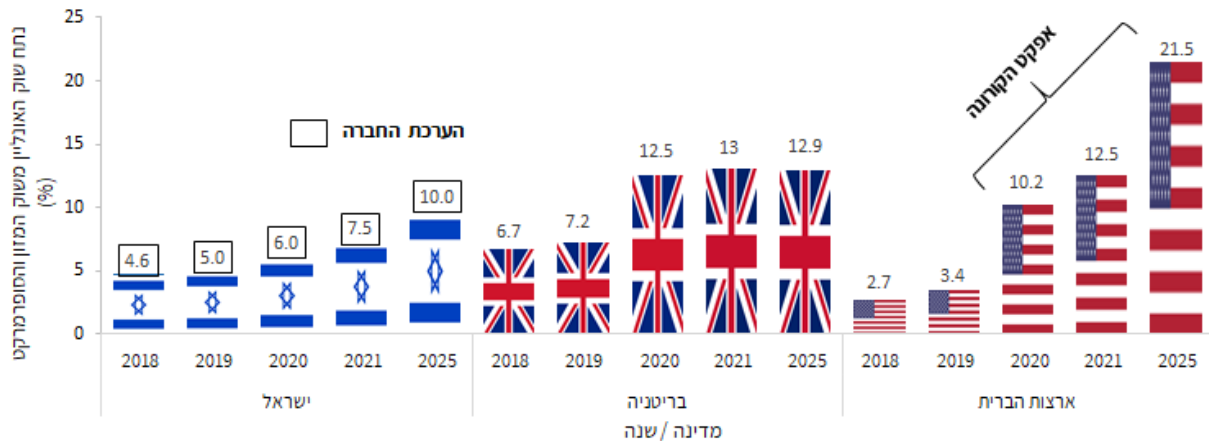
**ראיה הצופה את פני העתיד - בישראל כאחוז מכירות האון ליין מסך המכירות הקמעונאיות כיום והצפוי בעתיד לפי תחזיות צ'מנסקי בן שחר ושות':**

בתת-שוק של מזון וסופרמרקטים - היום כ-8% ביחס לכ-6% בשנת 2019 ו-7.5% בשנת 2021. בשנת 2025 שיעור מכירות האון ליין צפוי להגיע לכ-10%.

נתח שוק האון ליין משוק המזון והסופרמרקט בישראל ובבריטניה ובארה"ב כמוצג להלן

# צ'מנסקי בן שחר

**תרשים: נתח שוק האון ליין משוק המזון והסופרמרקט בישראל**



**בת-שוק האופנה** - היום 15%-20% ביחס לכ-18% בשנת 2019. בשנת 2025 צפוי להגיע לכ-25%;

**בת-שוק ההסעדה** - היום כ-20% ביחס ל-15%-10% בשנת 2019, וכ-20% בשנת 2021 ובצמיחה. בשנת 2025 שיעור מכירות און

ליין / משלוחים צפוי להגיע לכ-25%;

**ובסך הכול** - שיעור מכירות האון ליין מסך המכירות הקמעונאיות בישראל היום מוערך על ידי החברה ב-15%-20%. "מחר"

בשנת 2025 שיעור זה צפוי להגיע ל-25%-20%, בדומה לארה"ב;

**תחזיות צב"ש - גודל שוק האון ליין עד היום ונתחו הצפוי בשנת 2025**

שיעור מכירות אונליין מסך המכירות של מסחר קמעונאי (%)				שנה	תת-שוק
2025	2022	2021	2019		
כ-10	כ-8	כ-7.5	כ-6	🛒	מזון וסופרמרקטים
כ-25	כ-20	כ-20	כ-18	👕	אופנה
כ-25	כ-20	15-20	10-15	🍴	הסעדה
20-25	15-20	15-20	12-15		סך הכול מסחר קמעונאי אונליין

**ראיה הצופה את פני העתיד** - ההתפלגות הצפויה והתחזית של נתחי המכירה בין ערוצי ההפצה של כוח הקנייה של משקי הבית

בעתיד הקרוב - חנויות פיזיות 50%-60%, און ליין - 25%-20% ו"שמיים פתוחים" כ-20%;