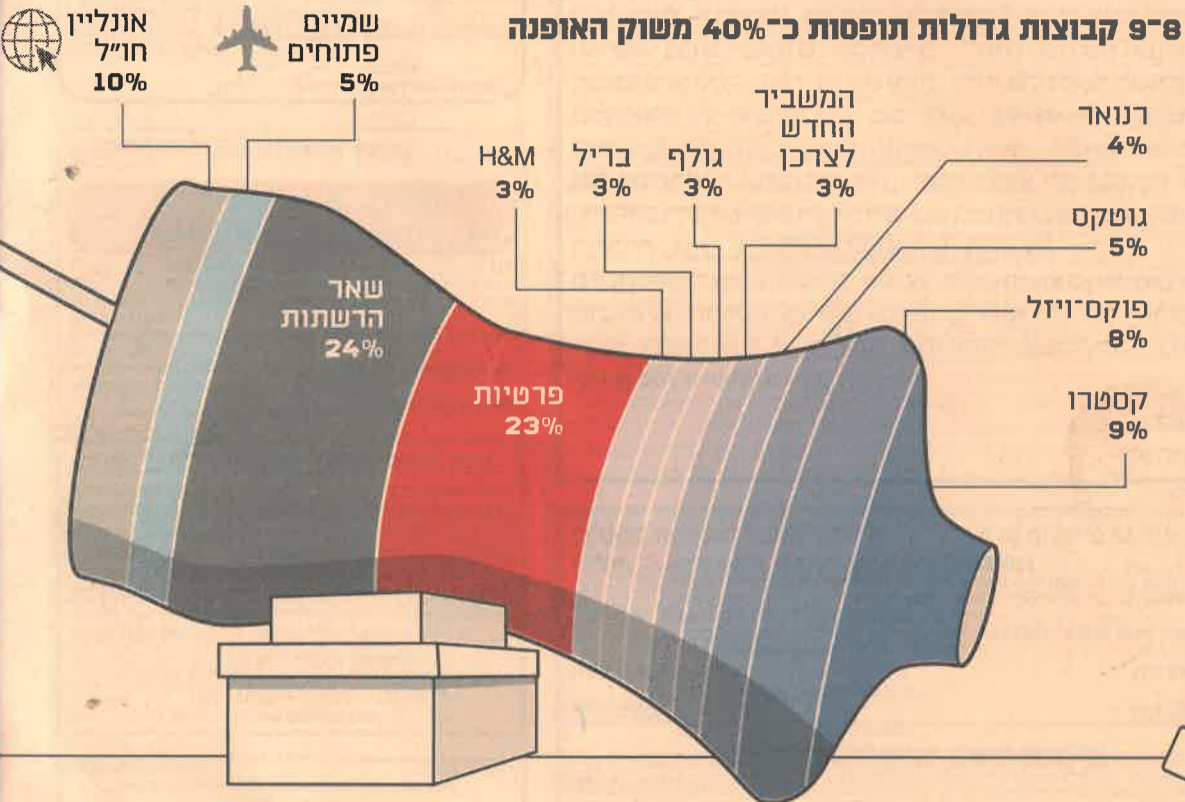


נתח שוק

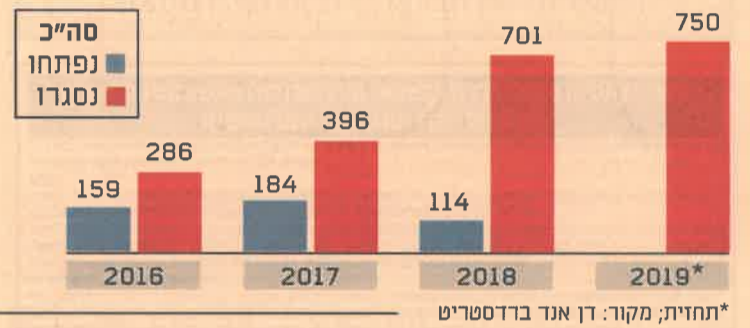
קמעונאות • שיווק • צרכנות • מדיה • פרסום • ניו־מדיה • תעופה



רשתות ישראליות שנסגרו או קרסו בשנה האחרונה

- הוניגמן
- הוניגמן קידס ו־TNT
- מיש מיש
- יפו תל־אביב
- רמילי
- סקטץ'
- זברה
- סליו
- ספורט ורטהיימר
- מאוזנר

מספר עסקי האופנה שנסגרו ב־2016 עד 2018 יותר מהוכפל



"הפיתוי של הקניונים למימון סניפים היה שמור פעם רק לעשירון העליון של הקמעונאים"

כולם מדברים על פשיטות הרגל בענף האופנה, אבל אף אחד לא מדבר על הצד האפל יותר: השקעות של עד מיליוני שקלים בהקמה שמציעים קניונים לרשתות כדי שישכימו לפתוח סניף - "השקעה" שעליה הן נדרשות בסופו של דבר לשלם • "זה שלב לפני השוק האפור", אומר תמיר בן שחר, "צריך להפסיק את הרמאות העצמית הזו. אם אין לך יכולת לפתח עסקים ואין לך מספיק הון חוזר - תעצור" / שני מוזס



תמיר בן שחר. "כמו מגדל קלפים"

גם חודש ינואר לא היה מעורר במיוחד: על פי נתוני ריס שבוחנים כ־2,800 חנויות זהות, בחודש האחרון נרשמה ירידה של 2.6% בפדיונות לעומת התקופה המקבילה אשתקד. הקניונים האזוריים רשמו את הירידה המשמעותית יותר - 3.8%, ואילו הפאוור סנטרים ירדו ב־1.9%.

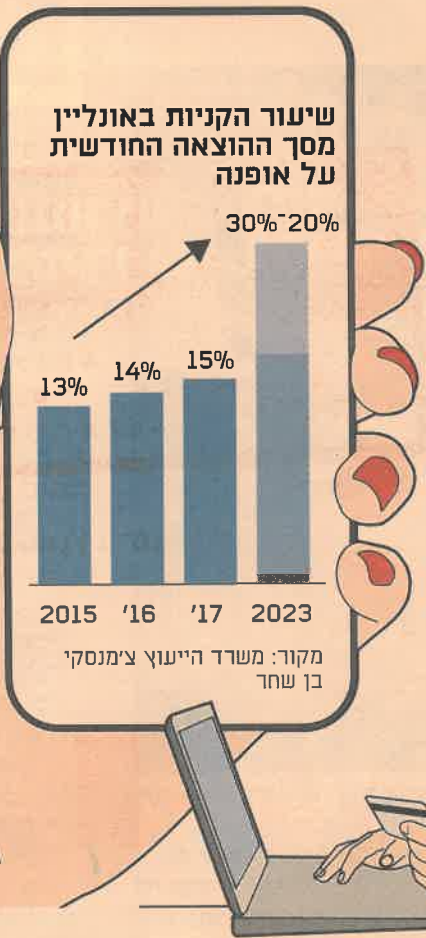
"הרשתות המוזלות נכנסו ל'מלכודת'"

מאז ומעולם נחשב ענף האופנה לכוזה שנמצא כסיכון גבוה יחסית, אבל בשנה האחרונה, כך לדברי צח ברק, סמנכ"ל בכיר, מנהל אגף כלכלה מירע ומחקר ברוך אנד ברדסטריט, רמת הסיכון המבוססת על נתונים שמספקות החברות עצמן, הספקים הגדולים שלהן והבנקים - עלתה בצורה חדה באופן מובהק. ההסבר לכך, לדבריו, הוא המעבר לקניות באונליין פטורות ממע"מ, רפורמת השמיים הפתוחים שהגדילה את היקפי הקניות שמבצעים הישראלים בחו"ל, והעובדה שהבנקים מתאימים את עצמם לשינוי ומקטינים את מסגרות האשראי לשחקנים בענף. גורם בכיר בענף הקניונים מאשר את הדברים ומספר לנו ש"הבנקים

הוניגמן, הוניגמן קידס ו־TNT, מיש־מיש, יפו תל־אביב, סליו, ספורט ורטהיימר, רמילי, סקטץ', זברה ומאוזנר, אלה רשתות האופנה שנסגרו רק בשנה האחרונה, ונרמה שזאת רק ההתחלה. את התמונה העצובה הזו רואה כל מי שמסתובב בקניונים ובמרכזים מסחריים ונתקל לא אחת בחנויות שנמצאות בתהליך של תחלופה. עסק נסגר, השלט מוסר מהחזית והחנות מתרוקנת, ועסק אחר, חדש, מתחיל בשיפוץ ותולה את השלט הנוצץ "Coming Soon" או "בקרוב", שמבטיח עתיד ורוד יותר. לצערנו, הסיכוי שנתקלתם ברגע הזה היה גדול יותר בשנה האחרונה מהסיבה הפשוטה שיותר ויותר עסקים נסגרו. כמה יותר? לפי נתוני חברת המחקר הכלכלי דן אנד ברדסטריט, מספר העסקים שנסגרו ב־2018 קרוב להכפיל את עצמו ביחס ל־2017, ויותר מהכפיל את עצמו ביחס ל־2016. כך שכסך הכול נסגרו 701 עסקים בתחום האופנה מתוך 5,942 עסקים פעילים - כלומר, כ־12%. על פי אותם נתונים, 195 מכלל העסקים בענף נסגרו על רקע מצוקה תזרימית ו־506 נוספים מחוסר כראיות כלכלית. בשנה הקרובה לברה, כך על פי דן אנד ברדסטריט, צפויים להיסגר 750 עסקים נוספים בתחום האופנה ותחול עלייה של 6.9% ברמת הסיכון הממוצעת בענף. זאת, לעומת עלייה של 5.8% ב־2018 ועליות מתונות בהרבה בשנתיים שקדמו לה: 2.7% ו־1.5% בהתאמה. ניסיון לשאוב אופטימיות מהנתון המקביל של כמות העסקים שנפתחו עולה גם הוא בתווה. ב־2018 נרשמה ירידה של 38% במספר העסקים שנפתחו לעומת השנה שקדמה לה, והתחזית לשנת 2019 קודרת.



קונים הרבה יותר באונליין



3.5-2.5 מיליארד שקל

גודל שוק האופנה באונליין בחו"ל ובישראל

הענף הפך ליותר מסוכן
עלייה ברמת הסיכון הממוצעת בענף



* תחזית; מקור: דן אנד ברדסטריט

ומאפיינת כמעט את השוק כולו. במסגרת כך, הקניון או המרכז המסחרי נותן כספים ל"השקעה" בתנות חדשה בניסיון לפתוח רשתות להיכנס לקניון. מדובר למעשה בתקציב של כמה מאות אלפי שקלים שעשויים להגיע גם למיליונים בודדים לטובת הקמת חנות בקניון - החל מעיצוב, סידורי חשמל ועד להקמת קירות גבס. לא מעט רשתות בתחום מתארות איך עובדת אותה שיטה מול הקניונים: "זה סוג של פיתוי, משהו שהיה שמור פעם רק לגדולים ביותר. כשקניון אז מרכז חפץ ביקרה של רשת שהיא עוגן אז הוא אומר לה: 'בואי תפתחי חנות ואנחנו ניתן לך את הכסף כדי להשקיע בסניף'. פעם זאת הייתה פריבילגיה שהייתה שמורה רק לעשירי העליון של הקמעונאים, והיום זה ירד לכולם". לדברי בעלים של רשת, "קניון שיש לו שטח ריק והוא צריך לשלם עליו ארנונה, אומר לעצמו שהוא ישקיע את הסכום בחנות כדי להחיות את המקום, להביא תנועה ואולי גם לקבל אחוזים מהפדיון. משוואה קלאסית. כשלקניונים היה ביקוש גדול ולכל אחד הייתה רשימת המתנה של חנויות שרוצות להיכנס אז זה לא היה קיים. אבל ריבוי הקניונים ונקודות המסחר גרמו לכך שצריך לפתוח רשתות. בהתחלה זה היה מיועד רק לרשתות הגדולות והבינלאומיות, היום זה כמעט לרובן".

● **הסכום הזה מוחזר אחר כך בחלק משכר הדירה? זה סוג של הלוואה?**
"יש כאלה שסופגים את זה ויש כאלה שמשקלים את זה בשכר הדירה".

אין ספק שהשיטה הזאת עבור רשתות קטנות יותר שחולמות על

"יש היום המון הצעות מפתות לרשתות, אבל זו לא חוכמה לפתוח חנות אלא להפעיל אותה לאורך זמן. שכר הדירה עלה, הרווח הגולמי לא השתפר ובסוף סוגרים. כל אחד גורר כמה שהוא יכול בהתאם לעומק הכיס"

"במקום שרשת מתפתחת תשקיע 100 אלף שקל או מיליון שקל מהתזרים, היא מקבלת את הסכום מהקניון ולאחר מכן משלמת אותו כל חודש בשכר הדירה, או שהיא לא משלמת את זה בכלל וזה למעשה מימון של הקניון"

האם זאת תופעה שמאפיינת גם את הקניונים החזקים? תלוי. "יש הרבה חנויות שאנחנו רואים שהן סגורות ושיש עליהן מדבקה של 'בקרוי'. זה כמובן לא קורה בעשרה הקניונים המובילים במדינה, אבל באחרים אנחנו רואים את זה כל הזמן. אני מקבל הרבה פניות ממרכזים מסחריים ומקניונים שאומרים 'בוא, יש לנו שטח, יש לנו מקום', אומר ל'גלובס' בעלים של רשת קמעונאות בתחום האופנה, שלפי שעה מעדיף למקם את רוב הפעילות של הרשת שבבעלותו במרכזים פתוחים ולהישאר מחוץ לקניונים. לדבריו, "יש היום המון הצעות מפתות לרשתות, אבל זו לא חוכמה לפתוח חנות אלא להפעיל אותה לאורך זמן. לא כולם מבינים את זה וברור שיהיו עוד סגירות, אי-אפשר אחרת. המכירות ירדו, שכר הדירה עלה, הרווח הגולמי לא השתפר ובסוף סוגרים. כל אחד גורר כמה שהוא יכול בהתאם לעומק הכיס שלו, אבל בסוף אין ברירה".

● **אתה לא מתפתה להיכנס לקניון?**
"אני לא יכול ללכת על משהו שכולל שלום של שכר דירה נמוך ודמי ניהול. אני יכול להעריך שאם רשת כמו זברה פתחה חנות בקניון בקריית אונו או די ברור שהיא לא שילמה שם שכר דירה ואולי אפילו קיבלה השקעות מהמרכז".

"אצל זארה זה עובד, אבל לא כולם זארה"

למרות שאותן השקעות נשארו עד היום מאחורי הקלעים, מדובר בתופעה שצריכה לעניין גם את המשקיעים של קבוצת הקניונים. עשרות שיחות שקיימנו עם גורמים בענף הקמעונאות מתארים מגמה שבעבר הייתה נחלתן של הרשתות הגדולות שנחשבו לעוגנים, אך הורחבה כעת בעקבות המצב

כך שהראשון יתכווץ ל-50%, והשני, המחיר, יגדל ל-40%. הוא מסמן שתי טעויות בולטות שהובילו לקריסה בענף בקרב רשתות מוזלות, שחקניות מחיר דוגמת זברה. "הראשונה היא שהן נכנסו ל'מלכודת' ופתחו חנויות בקניונים, שדורשים דמי שכירות ודמי ניהול שלא מאפשרים את הישרדותן לאורך זמן". הטעות השנייה, לדבריו, היא התכווצות השוק לצד פתיחה של עורך שטחי מסחר. "עברנו מלארג' לסמול, אבל הרשתות מוסיפות מטרים על מטרים כפי שעושים השחקנים הרגילים הגדולים והחזקים יותר (ראו הרחבה על כך בדיעה נפרדת). היה ברור שיגיע המועד שבו כולם יקרוסו כמו מגדל קלפים".

מורידים מסגרות וחשיפה לענף". גורם בכיר נוסף אומר כי "היכולת של מי שהוא לא נורא חזק להתגלגל בשוק הזה היא יחסית מוגבלת, זאת לעומת מי שגדול מאוד שיכול להתנהל גם בתקופות משבריות. תמיד הייתה תחלופה של רשתות, היו כאלה שנעלמו ולעולם גם יהיו כאלה".

תמיר בן שחר, ממשרד הייעוץ הכלכלי צ'ינסקי בן שחר, מחלק את שוק האופנה לשלושה סגמנטים: שוק הפרימיום, שמהווה כ-10% מהענף, שוק האמצע, המיינסטרים, שמהווה כיום כ-65%-60% ממכירות האופנה, ושוק המחיר, שעומד על כ-30% ושוק ההערכת, בשנת 2021 שוקי המיינסטרים והמחיר ישנו את האיוון,

הרשתות מצמצמות חנויות, אבל מגדילות את השטחים

אחת המגמות שמאפיינות בשנים האחרונות הן קמעונאיות בינלאומיות כמו זארה ו-H&M, והן קמעונאיות מקומיות כמו קסטרו, היא צמצום מספר החנויות, לצד הגרלת רצפת המכירה של כל חנות. אם החנויות הראשונות של זארה בישראל הסתכמו ב-800 מ"ר, היום החנויות החדשות מגיעות גם ל-2,500 מ"ר. גם קסטרו שבעבר הרחוק הסתפקה בחנויות של 100 מ"ר, הגדילה אותן לשטח של 1,000 מ"ר; וכך גם רנואר שפועלת באופן דומה. "אם בעבר היו מודדים ברשתות רק פדיון, היום מודדים גם חוויית קנייה. אם זארה נהגה לפתוח 15 חנויות בעיר מסוימת, היום היא תפתח 10 חנויות אבל גדולות יותר", אומר גורם מענף הקניונים.

לדברי בן שחר, "המרכזים המסחריים עדיין לא הבינו שאין להם צורך ב-60%-70% מהשטחים כאופנה. גם הרשתות, במקום להקטין מגדילות שטחים ל-1000-2,000 מ"ר. זה מיותר, זה שטח מבוזבז, ומחר זה יהיה מיותר עוד יותר כי בעתיד הקרוב כבר לא נירדש לתאי מדירה או לקופות. החנויות צריכות להיראות כשוארום (Show Room): חררי תצוגה ולא מחסנים של בגדים. יותר וול היום למקם את המחסן מחוץ לעיר עם שילוח על פי הזמנה".

ליד: "הרשתות, במקום להקטין מגדילות שטחים ל-1000-2,000 מ"ר. זה מיותר, זה שטח מבוזבז, ומחר זה יהיה מיותר עוד יותר כי בעתיד הקרוב כבר לא נירדש לתאי מדירה או לקופות".

נתח שוק

קמעונאות • שיווק • מדיה • פרסום • ניו־מדיה • תעופה

www.globes.co.il

החשך מעמוד 25 <<

פריסה ארצית וכניסה לקניונים נחשבים היא סוג של יתרון. "במקום שרשת מתפתחת תשקיע 100 אלף שקל או מיליון שקל מהתזרים שלה, היא מקבלת את הסכום מהקניון ולאחר מכן משלמת אותו בטיפין טיפין כל חודש בשכר הדירה, או שהיא לא משלמת את זה בכלל וזה למעשה מימון של הקניון".

● למה זה קורה?

"הקניון רוצה להיראות מלא, שיש בו תנועה ושהכול תקין. זה אינטרס הרדי. היום לפתוח קניון בלי לחשוב שאתה הולך לתת השקעות לחלק מחנויות העוגן זה בלתי אפשרי".

לדברי בן שחר, מדובר בעקב אכילס של הקניונים: "נניח שאני משלם שכירות של 300 שקל למ"ר ואת הסכום של ההשקעות שמים בסעיף אחר. אם לא קוראים בזירות חושבים שהקניונים רק צומחים".

לכן, לדבריו, הגיע הזמן שהמרכזים יעצרו ויחשבו מסלול מחדש. "כולם מסתכלים על סעיף ה-NOI (הכנסה תפעולית נטו - ש.מ), ולא רואים את הסעיפים של ההשקעה במשכיר, ההשתתפות בפרסום, שורות ש'מחביאים'. אז אצל זארה זה יעבוד, אבל לא כולם זארה. צריך להפסיק את הרמאות העצמית הזו. אם אין לך



חנות סגורה ב"גן העיר" בתל אביב. בחלק מהקניונים אפילו נמנעים מלהוציא שוכרים שהפסיקו לשלם

צילום: שני מוזס



צילום: קובי קנטור

יח ברק. קונים באונליין ובחול'ל

"בנווית שלנו, כל סגירה של רשת היא לא נוחה, אבל בסופו של דבר ברוב המקרים מדובר ברשת שאוהבת בשטחים קטנים וזה משהו שאנחנו יודעים להתגבר עליו בקלות. לצד זה יש תמיד כאלה שבאים וזה מה שמאזן", אומר ל"גלובס" גורם בענף הקניונים.

אלא שלדברי בן שחר, לא לעולם חוסן: "אחרי שנים של עדנה למרכזים המסחריים, השינוי בשווקים מגיע גם לרצפת הנדל"ז. בעלי המרכזים המסחריים העלו את דמי השכירות וחשבו שהתגובה תימשך לנצח, אבל בשלוש השנים האחרונות קרו דברים ששינו את המצב: האונליין שהגיע למרות שניסו להתעלם ממנו, לצד מדיניות השמיים הפתוחים".

עבור הקניונים סגירת הרשתות היא בסך הכול שיקול עסקי: מי שמצליח נשאר בפנים, ומי שלא - נשאר בחוץ. "מאז ומעולם היו רשתות בתחום האופנה שיכולות להישרדות שלהם היא לא אינ־סופית. באופנה, פעם אתה באופנה ופעם אתה לא. תחרות יוצרת שחיקה, ויש כאלה שמוצאים עצמם מחוץ למסגרת", אומר ל"גלובס" גורם בכיר אחר.

כך או כך, סביר להניח שהקבוצות החזקות שמפעילות מאות נקודות ושיש להן תמהיל מבוזר שכולל בתוכו גם תחומי פעילות נוספים כמו אופנת ספורט או טיפוח, ובראשן קבוצת פוקס שרוחותיה התבלטו לעומת המתחרות כשהציגה צמיחה דו־ספרתית במכירות ושיפור בשיעור הרווח התפעולי, הן אלה שימשיכו להוביל את השוק גם ב-2019. ●

גורם בכיר בענף האופנה. להערכת הגורם, הקניונים שמתקשים לעיתים למצוא שוכרים חלופיים למיקומים אטרקטיביים פחות בקניונים חלשים יותר, מבקשים להימנע ממצב שבו מספר חנויות יעמרו סגורות ולכן פשוט נמנעים מלהוציא שוכרים. השיטה הנהוגה כיום מול שוכרים בינוניים היא ערבות חלוט של שלושה חודשים, או של חצי שנה לקטנים. כך הנהלת הקניון מבטיחה שאם שוכר יתעכב בתשלום דמי השכירות או ייקלע למשבר, הקניון יוכל לחלט את הסכום ולהגן על עצמו. אלא שלדברי הגורם, בחלק מהמרכזים המסחריים נמנעים כיום מלהוציא עסקים שמתעכבים לשלם, לעיתים כדי להימנע ממצב של חנות שעומדת ריקה במתחם ועלולה להבריה גם שוכרים פוטנציאליים וגם מבקרים.

"פעם אתה באופנה, ופעם אתה לא"

עד כה, לפחות, התוצאות העסקיות של קבוצות הקניונים הציבוריות לא משקפות, או שמא עדיין לא משקפות, את המגמות האלה של סגירת רשתות.

האשמים: מזג האוויר החם בחורף הקודם והצעירים שצורכים פחות

בנוסף למדיניות השמיים הפתוחים והמעבר לקניות באונליין, גורם נוסף שמשפיע על המכירות ושקשה יותר לחזות אותו הוא דווקא מזג האוויר. החורף בשנה שעברה היה חם במיוחד עם מיעוט ימים קרים וגשומים, ולא מעט רשתות התקשו להיפטר מהסחורה, בעיקר מהמעילים והסודרים שנחשבים ליקרים יותר באופן יחסי. השנה, לעומת זאת, חודש דצמבר היה קר וגשום והצרכנים קנו, אבל ינואר כבר לא הביא עימו בשורה לשנה החדשה. "החורף התחיל במכירת סוף עונה", אומר בן שחר ומציין כי לדעתו "ניהול העונות במדינת ישראל שגוי. בגלל הלחץ התזרימי, מכירות סוף העונה התחילו בנובמבר בשנים האחרונות. ככל שהשוקנים לחוצים יותר למכור, כך הם סוחפים את השוק אחריהם ואז נוצר אפקט דומינו". אבל גם הרגלי הצריכה השתנו. לדברי בן שחר, הדורות החדשים - דור ה-Y ודור ה-Z - צורכים פחות מותגים ואופנה. "חשובים להם ערכים, תפוסות עולם והחיים: פחות שעות עבודה, הכנסה יותר גבוהה, יותר שעות פנאי, ספורט, בילויים, מסעדות ופחות מותגים. הם מפנים את הגב ומעדיפים טיולים, שיראו אותם באינטגרם בחוף במלדיביים. כבר לא חשוב להם מה הם לובשים כמו שהיה פעם. מרביתם כמעט שלא משקיעים בהופעה שלהם". ●

לצד הניסיון לפתוח רשתות בהשקעות, תופעה נוספת שמדברים עליה בענף היא העובדה שחלק מהשוכרים כלל לא משלמים דמי שכירות. "להערכתי, 5% מהשוכרים בקניונים ובמרכזים לא משלמים ולא מוציאים אותם", אומר ל"גלובס"

יכולת לפתח עסקים ואין לך מספיק הון חוזר - תעזור". בן שחר הולך אפילו רחוק יותר וטוען כי שיטת ההלוואות היא מוכרות "דומה לשלב אחד לפני שאתה הולך לשוק האפור. האפור זה השחור החדש".

כרטיסים אחרונים

הרוח הישראלית

21.2.2019

עברי לידר - ההופעה

מארח את דורון סלמון (גי'ין בורדו)

אירוע התרמה חגיגי

הרוח הישראלית למען ילדים ובני נוער בסיכון

יום חמישי / 21.2.2019 / 19:30

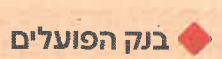
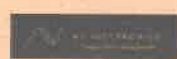
אולם סמולרש, אוניברסיטת תל אביב

19:30 התכנסות | 20:00 פתיחת דלתות

מנחה: קובי מחט



הסמל החדש



לפרטים ורכישת כרטיסים: 03-7628490 | ריבה: 052-6130139
www.spiritofisrael.org.il | באתר: marina@spiritofisrael.org.il
התכנסות מהאירוע קודש לשיפור חיי ילדים ובני נוער במצבי סיכון.