

עדי דברת-מזריץ

הקניונים שצולחים את המשבר בענף – ואלה שלא עשו השנה עבודה טובה

קניון מלחה הירושלמי שמר על הפסגה, קניוני מול הים באילת ועיר ימים בנתניה זינקו, הקריון הירדרר ומתחם G בכפר סבא הפתיע • הדירוג השנתי של TheMarker וצ'מנסקי בן שחר בחן את השינויים הגדולים בהרגלי הצריכה בישראל, ומה עושים הקמעונאים כדי לעמוד בדרישות



קניון מלחה בירושלים. שנה חמישית ברציפות במקום הראשון

2019 היתה השנה המאתגרת ביותר עד כה לקניונים בישראל. השמים הפתוחים, הגידול בקניות באינטרנט ועודף שטחי המסחר, הביאו לירידה במכירות ובמספר המבקרים. גם קריסתן של רשתות אופנה לצד צמצום שטחי המסחר של רשתות קיימות שניכנסו למשטר צנע חלקי, הקשו על הקניונים. כל זאת, עוד לפני שמדברים על כניסתה הצפויה של הענקית אמזון, שמאיימת על ענף הקניונים כפי שאנחנו מכירים אותנו.

למרות זאת, עשרה קניונים וחי משה מרכזי קניות פתוחים (פאודר סנטרים) הצליחו לנווט את דרכם בהצלחה בתקופה הסוערת, ולהי תכרג לדירוג הקניונים המובילים של TheMarker וחברת הייעוץ צ'מנסקי בן שחר ל-2019, הנערך זו השנה התשיעית ברציפות.

חלקם נכנסו לדירוג מאחר שהשכילו להבין כי מרכז מסחרי מצליח כבר לא יכול להציע עוד מאותו הדבר ולהתבסס רק על מסחר שמורכב בעיקרו מרשתות אופנה. כדי להביא את המבקרים בעידן שבו הם יכולים לקבל את המוצרים לביתם בלחיצת כפתור – לרוב במחירים נמוכים יותר – עליו להציע להם כראש ובראשונה מקום בילוי שכולל מסעדות, בתי קולנוע, מתקני ספורט, פעילויות אטרקטיביות, מכוני כושר ויופי. האתגר של הקניונים יהפוך לקשה הרבה יותר אם לוקחים בחשבון את העובדה שנתח שוק האונליין מסך המסחר הקמעוני צפוי לגדול מ-11% כיום לכ-16% בתוך כחמש שנים (במונחים כספיים – מ-19 מיליארד שקל היום לכ-34 מיליארד שקל בעוד חמש שנים), והנתח של הקניות בחנויות הפיזיות בחו"ל יגדל גם מכ-10% כיום לכדי 15% בתוך כחמש שנים. שתי המגמות ישאירו הרבה פחות כסף לקניונים המקומיים.

אתגר נוסף הוא ההתמודדות עם שוק המסחר המצטופף בשנים האחרונות, שמראה גידול בשטחי המסחר בחישוב של מ"ר לתושב. הערים הצפופות ביותר בשטחי מסחר הן בין היתר חיפה, כפר סבא, ראשון לציון וכפר סבא. בשלוש עד חמש השנים הקרובות מתוכננים

כך בוצע הדירוג

שווי הוגן ומידע שמפיצות חברות ביחס למחיר הממוצע למ"ר.
5% ניתנו לסקר אנונימי שנערך בקרב עשרות מנהלי רשתות בקניונים וכמרכזי הקניות הפתוחים. בסקר נשאלו המנהלים מהם הקניונים שמיניכים עבורם את הפרדון והרווח הגבוהים ביותר, והיכן היו רוצים לפתוח חנויות חדשות. סקר נוסף, שניתן לו משקל של 20%, נערך בקרב עשרות מנהלי קניונים ומרכזים מסחריים, שהביעו את דעתם המקצועית בשאלה אילו קניונים מעניקים ערך מרבי לבעליהם.

עדי דברת-מזריץ

דירוג הקניונים ומרכזי הקניות סקר שהקימו נים רבים מתחומים שונים, המעורבים בפעילות העסקית של הקניונים. את המדרג ערכה חברת צ'מנסקי בן שחר ושות'. ביצירת המדרג השהי תתפחה גם חברת פאנליי, בניהולו של זיו שטרן, המתמחה בביצוע סקרי אונליין.
30% מהמדרג שלפניו נקבע הדירוג מבוססים על סקר אינטרנטי, שנערך בקרב מדרגם מייצג של כ-1,500 משקי בית. משקל של 45% ניתן למדרגים הפיננסיים של המרכזים המסחריים – בין היתר, גודל שטחי המסחר (ללא שטחי משרדים, אם יש כאלה), דמי השכירות הממוצעים,



תמיר בן שחר: צילום: ארז בן שחר

מחיותו קניון אזורי גדול המשרת את תושבי הסביבה, שנמצא באחת הערים היחידות שעדיין חסרים בה שטחי מסחר. התחרות שלו לא חזקה, שכן מרכז ממילא קטן יותר ומשרת בעיקר תיירים, ואילו קניון הדר בתלפיות קטן ולא מהווה לו תחרות. קבוצת עזריאלי שיפצה בשנה האחרונה את מלחה, השיפוץ השני בשנים האחרונות. הוא דורג במקום הראשון גם בסקר הלקוחות וגם בדירוג הרשתות, ובמקום השני בדירוג מנהלי הקניונים. בעוד המקום הראשון במדרג

"כדי להתמודד עם העתיד לבוא, הקניונים ימשיכו לצמצם את השטחים של חנויות האופנה ואלה יהיו רק כמחצית משטח הקניון ואף פחות מכך, לעומת כ-75% כיום. בהתאם, יגדל חלקם של תחומי הפנאי, התרבות והבילוי. לקניונים יתווספו גם חנויות פופ-אפ (חנות זמנית שמתחלפת כל תקופת זמן) שונות ומרכזי מסירה למוצרים שהוזמנו אונליין. קניונים יצטרכו להוריד את דמי השכירות, ומי שצפוי לשרוד טוב יותר את התקופה הקשה הן קבוצות הקניונים הגדולות, שלהן המשאבים והידע לביצוע השינויים הנדרשים", אומר תמיר בן שחר, מחברת הייעוץ צ'מנסקי בן שחר.

המלך הבלתי מעורער מירושלים

את המקום הראשון בדירוג הקניונים תופס זו השנה החמישית ברציפות מי שמוגדר נכון לעתה כמלך הבלתי מעורער של ענף הקניונים – קניון מלחה בירושלים של קבוצת עזריאלי. מלחה נהנה

נשמר, ביתר המקומות חלו תהפוכות רבות: חלק מהקניונים שדורגו בשנים קודמות איבדו ממעמדם ונפלטו מהעשירייה, ואילו קניונים אחרים הציגו שיפורים ניכרים. אחת הקפיצות הגדולות בדירוג היא של קניון מול הים האילתי (50% בבעלות הפניקס וטאו; 50% בבעלות אלי ישראל), שתפס את המקום השני, לעומת המקום השני שי בשנה שעברה. מול הים הוא אחד משני הקניונים עם הפריצות הגבוהים ביותר למ"ר, והוא נהנה מתיירות פנים וחוץ ענפה.

הקניון, שעבר שיפוץ חלקי ב-2017, מצליח לשמר את מעמדו למרות המתחרים – ביג אילת שמתחזקת אף היא בדירוג והאיים מול. ואולם צפויה לו תחרות נוספת מצד שני מרכזים שצפויים להיפתח בסביבתו – קניון soho אילת וביג פאשן אאוטלט איילת. ישראל בטיטו, מנכ"ל מול הים, מודה כי השנה האחרונה היתה לא פשוטה: "לכולנו היתה שנה לא קלה. הפריצות אצלנו בקניון ירדו ב-3.5% לעומת שנה קודמת (ינואר-נובמבר), והיינו צריכים להתחרות בפרויקטים מצוינים כמו ביג אילת והאיים מול ובנוסף להתמודד עם עודף שטחי המסחר – כך שבסך הכל אנחנו מאוד מרוצים מהתוצאה ושהצלחנו לשמר על מעמדנו. כדי להביא את הלקוחות, השקנו אפליקציה שמתקשרת עם תושבי האזור ועם מי שמגיעים לעיר. הכי עיה המאתגרת ביותר עבורנו ועבור הענף בכלל היא עודף שטחי המסחר, שצפוי להחריף".

הקניון הגדול בפתח תקוה של קבוצת קניוני עופר עולה במקום אחד משנה שעברה ומתמקם במקום השלישי. "מדובר באחד הקניונים שכבר מספר שנים רק הולך ומתחזק כתוצאה מעבודה טובה של ההנהלה ומכך שבפתח תקוה אין עוד מרכזים גדולים שיתחרו בו, אלא רק את הפאוור סנטר יכין. האוכי לוסטייה בפתח תקוה הולכת וגדלה, לצד הגידול באוכלוסייה ביישובים סמוכים – והקניון הגדול קוטף את הפירות", מסביר בן שחר.

במקום הרביעי נמצא עזריאלי איילון, שממשיך את ההתחזקות שלו משנים קודמות. אחרי שסיימה את תהליך הוספת הקומה הנוספת, הנהלת הקניון התפתחה השנה להכנסת עסקי הסערה וחינויות מעצבים. בשנה הקרובה גם יורחב הפעלון בקניון. בנוסף, הקניון נהנה מהיותו קניון אזורי רי שעל ידו ממשיכים להיבנות פרויקטים של מגורים ומשרדים.

חביב על כולם, חוץ מעל התל אביבים

אף שהוא כנראה לעולם כבר לא יהיה חביב על התל אביבים, קניון עזריאלי השלום בעיר מראה קפיצה מרשימה מהמקום העשירי לחמישי. בשנה האחרונה הנהלת עזריאלי שפכה סכומים נכבדים על שיפוץ שכלל שדרוג של מתחם המזון, השירותים ועוד. בנוסף, הגידול הניכר במספר המועסקים מסביבו (עקב אכלוס עזריאלי שרינה, מגדל TOHA, מגדלי מידטאון,

קניוני עזריאלי: "הציבור שבע ממבצעים"



ארנון תורן צילום: תומר אפלבאום

"התפוסה בקניונים מלאה וזה לא מובן מאליו בעידן של שינויים ואתגרים יותר גדולים משהיו אי פעם", אומר ארנון תורן, מנכ"ל קניוני עזריאלי. "למזלי, הקבוצה מוכנה להשקיע בכך הרבה כסף וזמן, ואנחנו מטפלים בקניונים ומשפצים אותם אחד אחרי השני. בנוסף, אנחנו ממושיכים עם שרי נויי התמחיל – בחיפה פתחנו בתי קולנוע לפני בחודש, אחרי שפתחנו שם בשנה שעברה את מועדון ואפה. זה מביא קהלים חדשים. הפדיונות שלנו למיד גדלו בכ-3% בשנה האחרונה".

לדברי תורן, "אם עד לאחריונה חנויות האופ" נה תפסו 50%-60% משטחי הקניונים, צימצמו את שטחיהן לכ-40% לטובת שטחי כילוי, הסעדה וחנויות לייף סטייל. הואיל שהיום התחרות היא גם מול האוני לייז ומול החנויות בחו"ל, זה יקטין את המינון של חנויות האופנה בקניונים. אולם בד בבד, אנחנו מר" חייבים את שטחי חנויות הספורט והלייף סטייל, ואני צופה שבשנים הקרובות נראה רשתות ספורט מת" מחות, דוגמת לולומון (תכרת בגדי יוגה ופילאטיס קנרית; עד"מ), מגיעות לישראל".

מה לגבי הפדיונות בתחום האופנה ספציפית? "בחלק מהמקומות אנחנו עומדים במקום ובחלק יש מגמה של ירידה, אבל ככל שהתמחיל משתנה והנפת של האופנה יורד, אנחנו מצליחים להביא את הפדיונות מכיוונים אחרים".

יש תחושה שהעובדה שהקניונים והחנויות תמיד מציעים מבצעים הביאה למיאוס בקרב הצרכנים. "אנשים שבעים ממבצעים, שמתחילים להיות שחוקים, בעיקר אחרי נובמבר שבו אנשים כבר לא יודעים אם זה פריידיי מאנריי, סייבר מאנריי או סטוק די. מה שאנחנו קניונים עושים זה ללכת הרבה יותר על תוכן ולא להסתפק רק במבצעים. בשנה האחרונה עשינו טורניר אקס בוקס, פעילות עם מותג הטיפוח קליניק ובקרב נעשה מתחמי ניג'ה לילדים".

האם בשנה הקרובה נראה ירידה בדמי השכירות?

"אני לא רואה את זה קורה. לדעתי נצליח לשמר את דמי השכירות ואולי לשפר אותם בחלק מהמי קומות, כמו בקניון ראשונים שמאוד מצליח ושכר הדירה ההתחלתי בו היה נמוך יחסית. הביקוש לש" טחים עדיין טוב מאוד. החוויה של להגיע לקניון לא תיעלם, ובשורה התחתונה מדי שנה האוכלו" סייה גדלה בכ-2% ואין התפתחות אמיתית בשטחי המסחר, למעט מרכזים שכונתיים שנפתחים אבל לא יכולים לתת פתרון לחוויה שהקניונים הגדולים יודעים לתת. מכיוון שאין יותר כמעט פתיחות של קניונים גדולים חדשים, אני צופה שהקניונים המ" רכזיים והגדולים יתחזקו אף יותר".

אתם עדיין מנסים להביא רשתות בינלאומיות בכוחות עצמכם?

"אין לנו כוונה להיות קמעונאים, אבל אם נצליח לעשות חיבורים או בהחלט נעשה. צריך לקחת בחי שבון שלא כל השחקנים בתחום הם הראל ויול (בעל השליטה בקבוצת פוקס; עד"מ) שיועד לעשות לבר את החיבורים האלה. אם מחר אני אביא חיבור שכזה בין רשת ישראלית לבינלאומית אני אייצר לעצמי על הדרך ייחודיות בקניונים שלי לפרק זמן מסוים".

קניוני עופר: "בונים על המגזר הערבי והחרדי"



משה רוזנבלום צילום: אסף לוי

הירידה במספר המבקרים בענף הקניונים בירישראל הביאה את הנהלת קניוני עופר לשים את יחבם אצל המגזר הערבי והחרדי.

"זה נכון שיש גידול בכסף שהולך לאונליין, אבל באותו הזמן יש גם גידול באוכלוסייה החרדית והערבית שמגיעות לקניונים. היום יש לנו אנשי שיווק ממוקדים למגזרים אלה שיוודעים לדבר בשפה שלהם", אומר משה רוזנבלום, מנכ"ל קניוני עופר, שבטוח כי "הקניון לא ייעלם, אלא ישנה את התמחיל שלו".

מה לגבי המגזר הכללי? איך מביאים אותו? "עשינו השנה מבצעי קידום מכירות הרבה יותר אגרסיביים והבאנו ללקוחות הרבה יותר פינוקים יותר מתנות והטבות. My Ofer (מו" ערון ההטבות של הקבוצה; עד"מ) והמבצעים השיווקיים שלו נותן את אותותיו ומביא הרבה קהל. אנחנו מבצעים קישור ישיר ללקוח באמי צעות וואטסאפ לפי צרכיו, אם זה בנוגע למבצ" עים, פעילויות או מתנות שאנחנו מחלקים, כמו תבנית אפייה מתנה למי שקונה בקניונים במעל 200 שקל וכדומה".

מתנות זה באמת דבר שמביא לקוחות לקניונים? "כן, וזה לא יאמן עד כמה. הכמות של המת" נות שאנחנו מחלקים היום היא פסיכית לחלוטין. בנוסף, אנחנו עובדים על התמחיל. אין קניון שלא שינינו בו את התמחיל. לדוגמה, הכנסנו ויקטורי בחדרה במקום קו אופ וזה עשה שם מה" פכה בפדיונות, הכנסנו את פרשמרקט במקום קו אופ בקניון השרון וזה הכפיל את הפדיון שנו" שק כבר לשמונה ספרות בחודש. ברמת אביב 40

חנויות שופצו בשנה האחרונה. בשורה התחתונה, הפדיונות שלנו גדלו השנה".

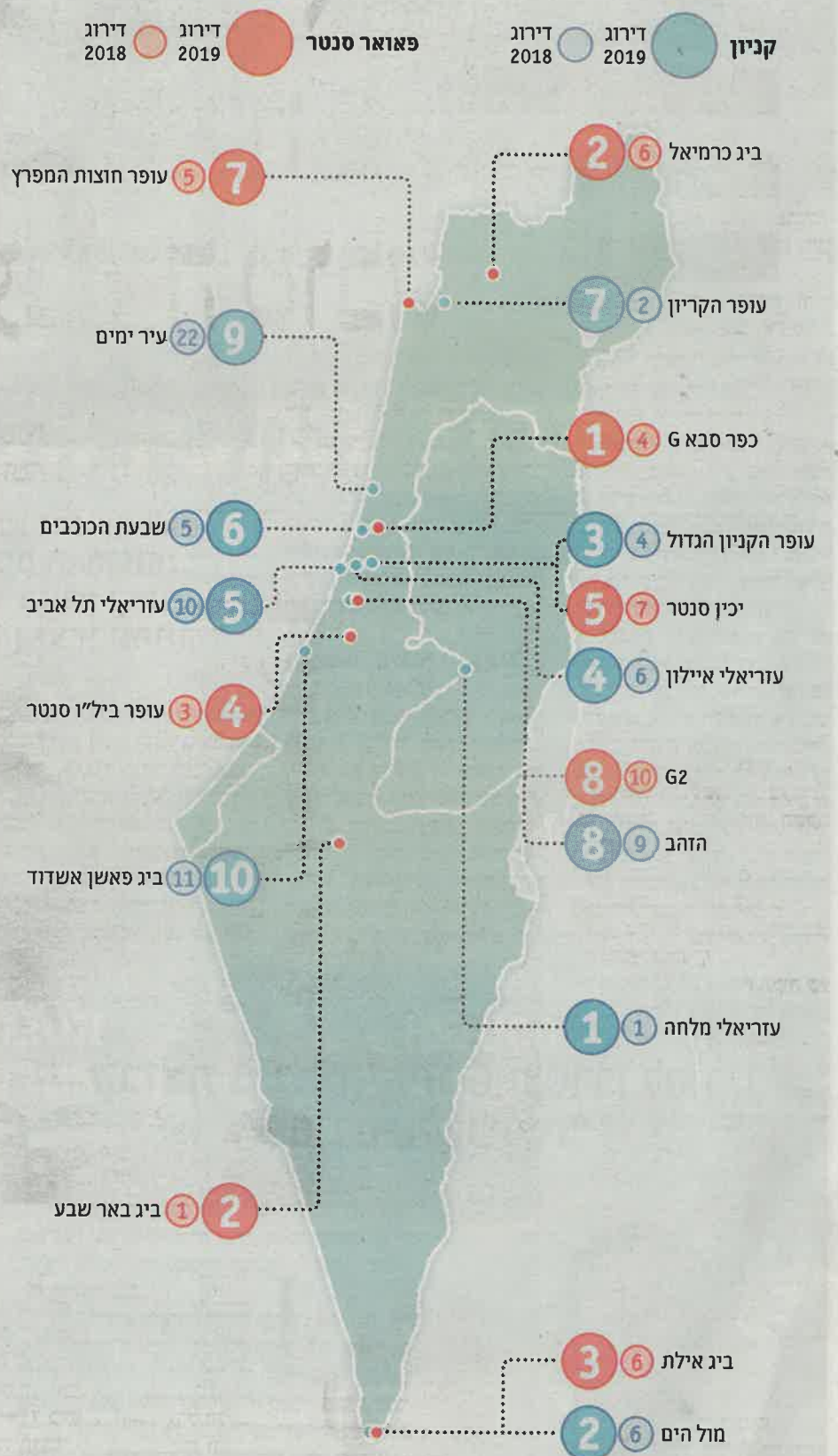
אז אתם טוען שאין בעיה בענף הקניונים, שהכל טוב?

"זה לא שאין בעיה, אלא שללקוחות יש סדר עדיפויות אחר. סכום הכסף שנשאר בקניונים גדול יותר מבשנה שעברה".

מה הצפי לשנה הבאה? "ההתנהגות של הלקוח בשנה הבאה תהיה דומה. כמו שיש רשתות שלא שורדות יש גם רשתות כמו H&M, שמראות גידולים בכל הפרמטרים. מה שאומר שהעוגה נשארת באותו הגודל. משכך, גם בנושאי שכר דירה אני לא חו" שב שיהיה שינוי מהותי בשנה הקרובה, ולדעתי הוא לא צפוי לרדת".

ביג ועזריאלי שולטות בטבלה

דירוג הקניונים והפאזאר סנטרים המצליחים בישראל ב-2019



מקור: צ'מנסקי בן שחר

נתחו של שוק האונליין מסך המסחר הקמעוני צפוי לגדול מ-11% לכ-16% בתוך כחמש שנים, כלומר מ-19 מיליארד שקל היום לכ-34 מיליארד שקל

צאה מירידה מהותית בדירוג הרש" תות וירידה קלה בדירוג הלקוחות. "הפדיון בקריון נמצא בגידול, אולם רשתות האופנה פתחו סניפים רבים בקניונים שנפתחו באזור – בשפר" עם, ירכאוועוד – כך שהעוגה, שלא גדלה, מתחלקת ליותר פרוסות", אומר על הקניון משה רוזנבלום, מנכ"ל קניוני עופר.

לעשות מתיחת פנים משמעותית, ונשאלת השאלה אם העובדה שהוא לא נשלט בידי קבוצת קניונים חזקה וגדולה משפיעה על היכולת שלו לבצע התאמות לשוק החדש", אומר בן שחר.

הנפגע העיקרי בדירוג מתופעת עורף שטחי המסחר הוא הקריון של קניוני עופר, שצולל מהמקום השני למקום השביעי. הקריון נחלש כתר

פרויקטים של חג' ועוד) תרם לגידול במספר המבקרים. "זאת היתה שנה מאוד טור" בה לקניון, מסביר ארנון תורן, מנכ"ל קניוני עזריאלי. "אנחנו נהנים מטראפיק בלתי רגיל, שרק יילך ויתחזק כשהרכבת הקלה תי" פתח, כאשר אנחנו מחברים עכשיו את קניון עזריאלי לקו האדום של הרכבת הקלה".

שבעת הכוכבים ההרצלייני של הכשרת היישוב נחלש מעט ומדרוג השנה במקום השישי – ירידה של מקום אחד משנה שעב" רה שצפויה להחריף אם לא ישרג את עצמו לקראת פתיחת ביג פא" שן גלילות. "מדובר בקניון שצריך

דירוג הקניונים של ישראל

www.themarker.com

המשך מעמ' 5

במקום השמיני, עם עלייה של מקום אחד משנה שעברה, נמצא קניון הזהב של מגדל והאחים משה ויגאל גינדי. מדובר בקניון אזורי גדול שנהנה מהגידול באוכלוסיית ראשון לציון ותירות מישובים מדרום לעיר.

הפריצה של עיר ימים

בתואר תגלית השנה זוכה קניון עיר ימים בנתניה של הראל חברה לביטוח ושיכון ובינוי, שמראה כי באמצעות שיפוץ ועדכון התמהיל ניתן להשיג תוצאות יפות גם בתקופה קשה. הקניון נכנס השנה לראשונה לעשירייה המובילה הישר למקום התשיעי. בשנה שעברה דורג במקום ה-22 ושנה קודם לכן במקום ה-29.

"הקניון כבר בן שמונה שנים והבעלים החליטו להשקיע בו והובילו מהלך של הרחבת הקניון, הוספת קומת חניה ומגדל משרדים מעליו שכולל חדר כושר גדול, חללי עבודה משותפים וקופות חולים", מספר ניצן אריאל, מנכ"ל קניון עיר ימים. "הבאנו חנויות חדשות שמתכתבות עם הביקוש לספורט, כמו נייקי ופוט לוקר, הוספנו פינות ישיבה מעוצבות ברחבי הקניון והפקנו אירועים כמו פסטיבל גיימינג בשיתוף העירייה".

את הדירוג חותם השנה ביג פאשן אשרוד של קבוצת ביג, שעלה מהמקום ה-11 בשנה שעברה. השנה הקבוצה המשיכה לשפר את התמהיל של אחד המרכזים היפים בישראל, עם הכנסת מותגי קבוצת



מתחם ביג באילת. מהמקום השישי אשתקד למקום השלישי ב-2019 צילום: עופר וקנין

אתגר נוסף הוא ההתמודדות עם שוק המסחר המצטופף בשנים האחרונות. הערים הצפופות ביותר הן בין היתר חיפה, כפר סבא, ראשון לציון ונתניה

פקטורי 54 והגדלת חנות נייקי. מדובר בקונספט שמתאים לתקופה, של מרכז לייף סטייל פתוח המדמה רחוב ומציע מסחר לצד ביי לוי ופנאי. מכיוון שדמי השכירות והניהול במרכזים של ביג נמוכים מאשר בקניונים המובילים, הוא נחשב לקניון רווחי עבור הרשתות. כמו כן, הוא זכה לדירוג גבוה מצד הלקוחות והמנהלים של הקניונים.

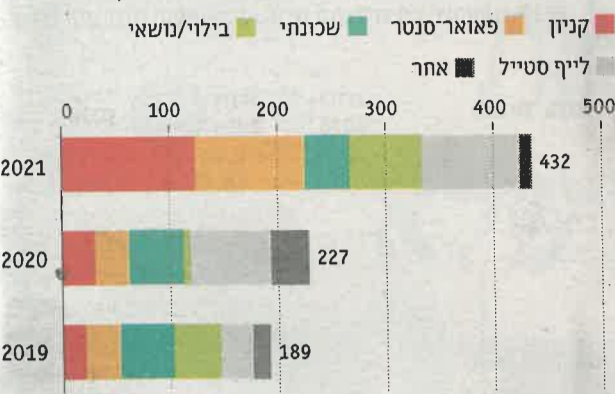
דיזינוף סנטר ורמת אביב נפלטו מהדירוג

הקניונים שנפלטו מהדירוג השנה הם קניון עופר רמת אביב ודיזינגוף סנטר בתל אביב. קניון

לא מעט רשתות תופסות אותו כקניון לא רווחי עבורן. בנוסף, המיצוב הגבוה שלו הפך אותו לכוזה שמתאים לקהל יעד מצר-מצם, אומר בן שחר. רוזנבלום מקניוני עופר אומר כי בשנה האחרונה הפ-דיונות ברמת אביב גדלו באופן משמעותי ומסכיר את המיקום

לא מפסיקים להתרחב

מרכזי המסחר המתוכננים היום לפי שנת פתיחה צפויה, באלפי מ"ר



מקור: צ'מנסקי בן שחר

צ'מנסקי בן שחר רמות פריזן למ"ד לא מאוד גבוהים (אושירה, ערים, כפר סבא הירוקה).

במקום השני מבין הפאוור סנטרים נמצא ביג באר שבע, שהחזיק בארבע השנים האחרונות במקום הראשון. באמצעות שדרוג תדיר של תמהילו הוא מצליח לשמור על מעמדו בכפר שבע, למרות התחרות הרבה בעיר.

קבוצת ביג תופסת גם את המקום השלישי בדירוג הפאוור סנטרים עם ביג אילת, שקופץ מהמקום השישי בשנה שעברה. במקום הרביעי נמצא עופר ביל"ו סנטר, מדכו אזורי גדול הפועל בימי שבת ומציע גם עורפים. את הדירוג חותם יכין סנטר בפ-תח תקוה של קבוצת יכין, שעלה בשני מקומות, בזכות הפיתוח של מסעדות ושטחי משרדים.

עדי דברת-חזריץ

הנמוך בדירוג בכך שחלק מהח-נויות בקניון ייחודיות לו, ולכן לא נדגמו במשאל הרשתות.

גם דיזינגוף סנטר, שמוקם בשנה שעברה במקום השמיני דר-רג השנה במקום ה-14. זאת ככל הנראה משום שנהפך להיות פחות רלוונטי בתודעה של מי שאינם תושבי תל אביב, ולראייה הוא דורג רק במקום ה-23 בסקר הלקוחות.

הפאוור סנטר המוביל - G כפר סבא

בכל הנוגע למדרג הפאוור סנטרים (מרכזי מסחר פתוחים) מוביל את הדירוג לראשונה כמ-קום הראשון G כפר סבא של גזית, שמוקם במקום הרביעי אשתקד. המרכז המסחרי מינף באמצעות עבודת ניהול טובה את חולשתם היחסית של מתחרי העירוניים - שלושה מרכזים שמחוללים לפי

קבוצת ביג: "הקניונים יצטרכו להוריד את דמי השכירות"



ערן אמיציה

"אין ספק שהמצב קשה יותר, אבל זו לא הקפי-טרופה שכולם מדברים עליה. מספר המבקרים די יציב, אומר ערן אמיציה, סמנכ"ל תפעול ושיווק של קבוצת ביג.

על הררכים היצירתיות להגדלת הפריזנות ומ-ספר המבקרים אמר: "בטבריה היתה לנו בעיה עם החנות של H&M שלא כל כך הצליחה, או הוצאנו אותה והכנסנו חדר כושר וחנויות קטנות כחזית. כסר-פו של דבר הגרלנו את הכנסות שכר הדירה, ולחננויות האופנה יש פחות תחרות, אז הפדיון שלהן עלה".

השוכרים החדשים שהקניונים מבניסים, דוגמת חדר כושר או קולנוע, משלמים שכר דירה נמוך מרשתות האופנה. איך מתמודדים עם זה?

"מוצאים פתרונות יצירתיים. בטבריה למשל בשטח שבו היתה החנות של H&M, הכנסנו עם חדר הכושר גם את חנות האביזרים והאופנה מיניסו, חנות נעליים ועוד חנויות שמשלמות שכר דירה גבוה יותר - אז בסוף זה יצא משתלם יותר לכולם".

כמה עולות ההתאמות שצריך לבצע?

"אין ספק שאנחנו צריכים להתאמץ הרבה יותר וזה כמוזן עולה הרבה כסף. אנחנו באמצע שיפוץ בביג קריות בעלות של כ-15 מיליון שקל וברגבה אנחנו משקיעים השנה כ-10 מיליון שקל בשיפוץ אחרי שנים בהן לא נגענו במרכז. לפני כשנה שיפצנו את כל החזיתות בביג באר שבע ועכשיו אנחנו מר-חיבים אותו ובונים חנות לרקטלון שתפתח ב-2020". דמי השכירות והניהול אצלכם נמוכים בהשוואה לקניונים המובילים. אתה חושב שנראה ירידה בדמי השכירות?

גזית גלוב: "קניון שיהיה רק גדול ולא ענק - לא ישרוד"



ירון אשל צילום: אופיר אייב

ומגדל משרדים, ומולו יש את בית החולים. זהו עירוב שימושים קלאסי ולשם הענף שלנו הולך.

"המשמעות של מגדל משרדים שקניון בונה מע-ליו היא כ-3,000 אנשים שקונים, מכלים ואוכלים בקניון. לכן גם בכפר סבא וגם בראשון לציון נוסף בתי מלון ומשרדים וגם נרחיב את המסחר".

למה שמישהו ירצה לבוא למלון בקניון? "הטרנד הוא בהחלט של מלונות בקניונים. לא מדובר על מלון בתוך הקניון אלא על מלונות עס-קיים, ואפילו ידיות להשכרה, שייבנו בשטח של הקניון. דבר חשוב נוסף זה בידול באמצעות יצירת חווית לקוח בשטחים הציבוריים. תמהיל החנויות בקניונים דומה, אז מה שייבדל אותם זה הכילו בשטחים הצי-בוריים ואיכות בתי הקפה והמסעדות".

תחיה או ענקי או שכונתי - או שלא תחיה. זה המופץ של ירון אשל, מנכ"ל גזית גלוב ישראל. אשל מסביר שלהערכתו, "מי שיצליח לשרוד את השנים הקרובות אלה הקניונים האזוריים הענקיים, שיכללו הכל מהכל - 60-70 אלף מ"ר של מסחר, בילוי, מסעדות מיוחדות, מלון, משרדים וחדר כושר. בנוסף, נראה פריחה של המרכזים השכונתיים שממוקמים במיקומים טובים. קניון שיהיה רק גדול ולא ענק לא ישרוד".

מה אתם עושים כדי להיות מוכנים לשנים הבאות? "השנה עברנו על רכישת נכסים ופעילות באזר-רים אורבניים עם אוכלוסייה ממעמד סוציאקונומי גבוה וקהל רב שגר בסביבת הנכס. עבור כך רכשנו נכס בסביון (כ-30 דונם ועליו מרכז מסחרי בנוי) ואת קולנוע רב חן בכיכר דיזינגוף בתל אביב. בנוסף, הר-חבנו את נכסי ה"מבצר" שלנו, שהם נכסים אזוריים גדולים הממוקמים על חטיבת קרקע גדולה - כמטרה ליישם בהם עירוב שימושים.

"במקביל גם המשכנו לעבוד על חוויית הבי-לוי וההסעדה בכל הנכסים שבבעלותינו. בשנים הקרובות אנו עתידים להשקיע כ-1.5 מיליארד שקל רק בפיתוחם".

עירוב שימושים זה באמת מה שהולך להציל את הקניונים?

"כן, בסוף בכל עיר או אזור יהיה קניון אחד ענק מאוד מוצלח, וכל השאר יתקשו ויצטרכו לעשות התאמות. ביקרתי בקניון הגדול בפתח תקוה (של קניוני עופר; עד"מ) שבאחרונה נבנה בית מלון בשטח של הקבוצה הצמוד לקניון (של רשת פרימה; עד"מ),