

## "המרכז השכונתי מבוקש" -

בחיי היומיום המרכז השכונתי הופך למקום מבוקש - כולם עוברים דרכו!

**אוקטובר 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 - "המרכז השכונתי מבוקש"

בחיי היומיום המרכז השכונתי הופך למקום מבוקש - כולם עוברים דרכו! זאת כתוצאה מההעדפות וצרכי קהלי היעד ומכר שרמת החיים עולה. "העדר הזמן" שמתבטא בסדר עדיפות לטובת פעילויות אחרות, הרגישות למחיר שקטנה (אצל חלקים הולכים וגדלים באוכלוסייה), בעיית העומס בכבישים והרגלי צריכה שהשתנו בתקופת משבר הקורונה, כל אלה ביחד מגדילים ויגדילו את הביקוש למרכזים שכונתיים. במקביל, מתרחש תהליך בו יותר ויותר חברות נדל"ן מתכננות, רוכשות ובונות מרכזים שכונתיים, ובאופן שייבנו עשרות מרכזים חדשים בשנים הקרובות;

### "מרכז שכונתי"

בהגדרתו הוא מרכז המתוכנן לספק אפשרות קנייה יומיומית, נוחה לקהלי יעד, במתכונת של "חנה-קנה-וסע", ושמיגיעים אליו בנסיעה ייעודית וגם ברגל. קיימים 2 סוגים של מרכזים שכונתיים: "מרכז שכונתי" ו"מרכז קהילתי - על שכונתי". כאשר המיקום המיטבי הינו במרכז השכונה והוא בעל נגישות. משמע הוא נמצא "על" צירי תנועה שכונתיים ראשיים. קהלי היעד של המרכז השכונתי הם משקי הבית המתגוררים במרחק 3-5 דקות נסיעה אליו, כולל זמן חיפוש חנייה. גודלו המסחרי של מרכז שכונתי הינו בשטח של 3-7 אלפי מ"ר;

### תמהיל המרכז השכונתי

מרכז שכונתי נשען על עוגן עיקרי שהינו חנות סופרמרקט או מינימרקט, לרוב מלווה גם בחנות פארם. יתרת השטח מאוכלס על ידי חנויות מסוגים שונים, כגון: חנויות שירות - חדרי כושר/סטודיו לעיצוב הגוף, בנק, דואר/שליחים, ניקוי יבש, בית מרקחת, מרפאות. בתת-שוק ה"לא-מזון" רלוונטי - חנות ספרים, מתנות, כלי מטבח ועיצוב הבית, סלולר, אופנת בסיס ולעיתים אף חנות מעצבים ייחודית. בתת-שוק ההסעדה - אוכל מוכן, מזון מהיר, שירותי שליחים, בתי קפה ומסעדות (במקרים רבים כחלק מרשתות מוכרות ובמיצוב בינוני-גבוה). שטחי ההסעדה, תופסים נתחים הגדלים משמעותית ומעבר ל-10% הנהוגים כיום. זאת לאור שינוי מהותי בהרגלי הצריכה וההתנהגות של ההורים ומשקי הבית וכנגזר גם מגידול ברמת החיים (המתבטא בהוצאה גדולה יותר על הסעדה ועל אוכל מוכן). תקופת פוסט הקורונה צפויה להגביר מגמה זו. מרכז שכונתי נבנה במתכונת של Strip Center או "מרכז נוחות". כלומר, שורה של חנויות בעלות תקרה משותפת המכסה את רצועת החנויות כ-One-Stop-Shop ובאופן שכול מגוון החנויות מצוי מול קהלי היעד;

# צ'מנסקי בן שחר

## התנהגות צרכנית עד היום ומגמות - ממצאי סקרים אינטרנטיים

65% מהאוכלוסייה בישראל רוכשים במרכזים שכונתיים. כ-35% אינם רוכשים, והגורמים לכך הם: שלכ-29% אין מרכז שכונתי הקרוב לביתם, לכ-22% המרכז השכונתי שבקרבתם יקר מדי ו-14% מעדיפים לרכוש בחנות סופרמרקט גדולה ו/או בקניון 9%. המרכז השכונתי נתפס כמספק מענה לצריכת מוצרי מזון וסופרמרקט (25% מהנסקרים הצהירו על זה), כמקום נוח (15%) לבילוי ופנאי (12%) ועם מגוון חנויות. קהלי המרכז השכונתי מגיעים אליו בזמן הגעה ממוצע של 5 דקות. נתח ההוצאה במרכזים השכונתיים מסך ההוצאה המוצהרת בסקר של משקי הבית: סופרמרקט - 26%, אופנה - 9%; הסעדה/בתי קפה - 13%;

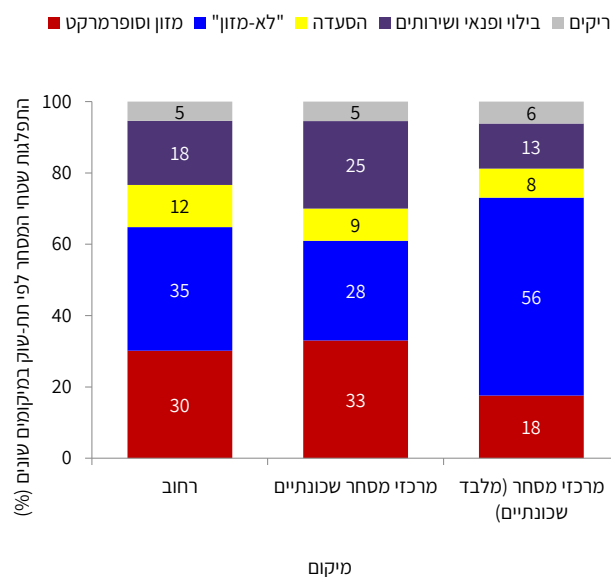
## התפלגות ונתח שוק של המרכזים השכונתיים

**מאפייני המרכזים השכונתיים** - סך שטחי מרכזי המסחר השכונתיים בישראל (כל המידע מבוסס על ספירות ב"רגליים", בשטח של עובדי החברה) הינו כמעט 700 אלף מ"ר ברוטו הפרוסים ב-214 מרכזים שכונתיים קיימים. גודל ממוצע של מרכז שכונתי הוא 3.1 אלפי מ"ר. שטחי המסחר שבמרכזים שכונתיים תופסים כ-7% מסך שטחי המסחר בישראל, וביחד עם המצוי ברחובות בשכונה הם מהווים את הנתח הגדול ביותר מסך שטחי המסחר כ-23%. במרכזי ערים - כ-16% מסך שטחי המסחר;

**בעשור האחרון** נפתחו 51 מרכזי מסחר שכונתיים בשטח של כ-200 אלף מ"ר.

**תמהיל** - ביחס לכלל שוק מרכזי המסחר והמסחר ברחובות, במרכזים השכונתיים היצע שטחי המזון והסופרמרקט תופסים 33% (ביחס ל-18% בלבד בשאר המרכזים), שטחי ה"לא-מזון" 28% בלבד (55%), שטחי בילוי ופנאי ושירותים כ-25% (13%), ושטחי הסעדה כ-9% (8%);

## תרשים: התפלגות שטחי המסחר לפי תת-שוק רחוב, בכלל מרכזי המסחר ובמרכזים שכונתיים בשנת 2020 (%)



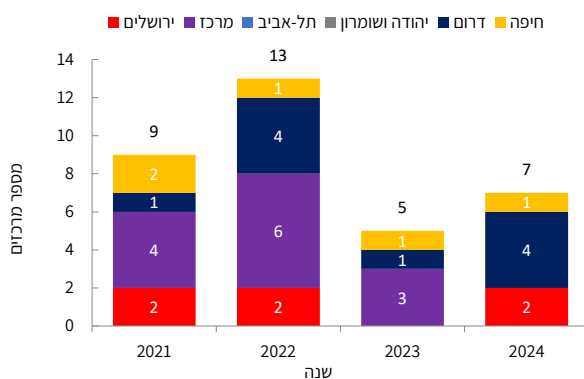
# צ'מנסקי בן שחר

**השחקנים המרכזים בשוק הינם:** קרסו עם 6 מרכזים קיימים ו-3 מתוכננים, חנן מור עם 2 מרכזים קיימים ו-5 מרכזים מתוכננים, גזית גלוב עם 4 מרכזים קיימים ו-3 מתוכננים, אמות השקעות, מבנה ורבע נדל"ן עם 3 מרכזים כל אחד. היום "כולם" מבקשים לרכוש מרכזי מסחר שכונתיים ו/או לפתח פעילות בשוק זה וכחלק מפעילות הנדל"ן של חברתם;

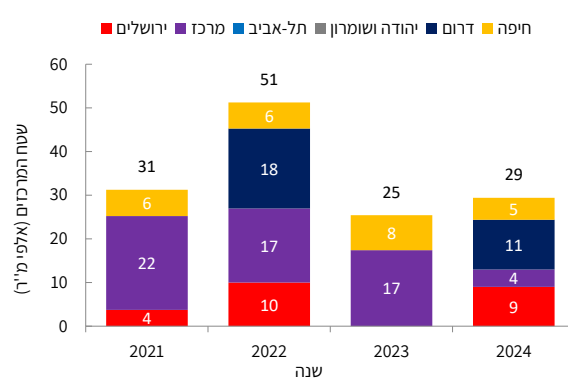
## שורה תחתונה וצופה פני עתיד

בעתיד צפוי גידול במספר ובשטחי מרכזי המסחר השכונתיים. במהלך 4 השנים הבאות מתוכננים להיבנות 34 מרכזי מסחר שכונתיים לפחות, בשטח כולל של כ-137 אלף מ"ר. המרכזים שיבנו יהיו בעלי בתמהיל שימשיך את גידול השטחים הקמעונאיים על חשבון שטחי שירותים, פנאי ובילוי, וריקים. משמע, התחזקות המרכזים השכונתיים תבטא לא רק בגודלם, אלא גם בתמהיל הדיירים;

**תרשים: מספר מרכזי המסחר השכונתיים שיתווספו בין השנים 2021-2024 לפי מחוז**



**תרשים: שטח מרכזי המסחר השכונתיים שיתווספו בין השנים 2021-2024 לפי מחוז (אלפי מ"ר)**



**כוח הקנייה החודשי בפועל והפוטנציאל האפשרי** - תוספת כוח הקנייה החודשי הקמעונאי בכל שנה של משקי הבית, יחד עם הגידול בהוצאה לצריכה של משקי הבית הקיימים ותוספת של כ-70 אלף משקי בית בישראל, יחוללו כל שנה, תוספת כוח קנייה חודשי של כ-450 מיליון ש"ח, שהם 5-5.5 מיליארד ש"ח בשנה;

נתח של השכונתיים החדשים - בהינתן נתחי שוק של תתי-השוק במרכזים השכונתיים, ובהתאם לפדיונות חודשיים נדרשים למ"ר עבור כל תת-שוק, תאפשר תוספת של לפחות 11 מרכזים בשנה לפחות, בגודל ממוצע של 4.2 אלפי מ"ר. כל זאת בהתעלם מתוספת היצע של מרכזי מסחר שניתן לפתחם כבר היום;

**בסיכומו של דבר ובראייה צופה פני עתיד - המרכז השכונתי הופך למקום נדרש והכרחי בחיי היומיום - כולם עוברים דרכו! צפוי המשך פיתוח מואץ של היצע מרכזים שכונתיים נוספים ובקצב של 10-15 מרכזים בשנה, כמענה לביקוש שהולך ומתעצם.**