

טור דעה מספר 9 -
"מרכז חדש במקום ישן יבוא"

17 בספטמבר 2024

© 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.

צ'מנסקי בן שחר

פתיח - המסחר הפיזי-ליין בישראל כולל היום כ-625 מרכזי מסחר, לפני עשור היו 352 בלבד, משמע תוספת של כ-27 מרכזים בשנה. ב-3-4 השנים הקרובות מתוכננים להיפתח עוד כ-90 מרכזי מסחר, בשטח של 0.85 מיליון מ"ר (17% תוספת ביחס להיצע המרכזים היום וגבוה מהותית מתוספת האוכלוסייה, פחות מ-2% בשנה), חלקם על חשבון מרכזים "ישנים" שייסגרו, בנוסף לשטחי מסחר שיתווספו ברחובות ומעבר לצורך. במקביל לתוספת השטחים, השינויים הטכנולוגיים, השינויים בהרגלי הצריכה וההתנהגות בכלל ושל דורות ה-Y וה-Z בפרט, ועתה דור האלפא, האצת השינויים שמתחוללת בהתנהגות הצרכנים החדשה, עם המעבר גם "מצריכת חפצים" לצריכה של חוויות שמחוללות אושר בכלל ו"רגע" בפרט. כל אלו הביאו ומביאים להבנה הברורה שהמסחר הפיזי החדש מחייב לייצר אצל הלקוח חוויה רגשית שתניע אותו לבלות וגם לקנות. קנייה בלבד נעשית ותעשה במקום אחר! כלומר, עברנו לפנייה לרגשות ולתשוקות שמניעים ומלווים את ה"לקוח החדש" בבילוי שהוא גם קנייה;

המסחר הפיזי בישראל עד היום - במספרים שמקורם בספירות ב"שטח" ב"רגליים" של צ'מנסקי בן שחר ושות', סך שטחי המסחר הקמעונאי נאמד בכ-11.9 מיליון מ"ר (ללא שווקים נודדים וחלקיים). כיום ישראל מונה כ-9.8 מיליון נפש, כלומר בפועל קיימים 1.2 מ"ר של שטחי מסחר לנפש (מעוגל), ברחובות - 0.69 מ"ר, במרכזים - 0.51 מ"ר בלבד. כ-43% מכלל שטחי המסחר מצויים במרכזי המסחר בכ-625 מרכזי מסחר ובשטח העולה על 5 מיליוני מ"ר (היו 3.4 מיליון מ"ר בלבד לפני עשור), ובירידה. הרוב ברחובות - 6.8 מיליון מ"ר. בשכונות (במרכזים וברחובות) נתח השטחים הוא הגבוה ביותר; אחריו: באזורי תעשייה, במרכזי הערים, בפאזר סנטרים ובקניונים;

10 הערים "צפופות" בשטחי המסחר - עם כמות יחסי שטחי המסחר למשק בית הגדולים ביותר בשנת 2024: תל אביב מובילה בסך שטחי המסחר. בהינתן מגמה ארצית של התחזקות הרחובות על חשבון מרכזי המסחר, העיר המובילה בהיצע חנויות רחוב הינה תל אביב. בסך שטחי מרכזי המסחר באר שבע ראשונה. באר שבע וכפר סבא אף מובילות ביחס מ"ר של שטחי המסחר למשק בית כעדות לרמת התפקוד הנמוכה יחסית של מרכזיהן;

היצע שטחי המסחר בישראל עד היום - ב-5 השנים האחרונות נבנו בממוצע מדי שנה כ-481 אלף מ"ר (למ"ס) ובשטח גבוה מהעשור האחרון. מידע זה "מפתיע" לאור העובדה שהרגלי הצריכה של משקי הבית השתנו ובפרט של דורות ה-Z והאלפא עם הגדלת הנתח המופנה לצריכה באון-ליין והמעבר מכלכלת צריכה של "חפצים" לכלכלת צריכה של חוויות שמחוללות אושר. משמע, תוספת משקי הבית וכוח הקנייה גדולים מהמעבר לערוצים אחרים;

צ'מנסקי בן שחר

תמונת שוק המסחר הנדל"ני בשנת 2024 ביחס לשנת 2014 (%)



10 הערים המובילות ב-5 השנים האחרונות - בסך הכול ב-10 הערים המובילות בהיקפי הבינוי נבנו כ-229 אלף מ"ר, וכ-48% מסך גמר בנייה שנתי ממוצע ובהתפלגות שונה של ערים מובילות. ירושלים במקום הראשון, עם כ-47 אלף מ"ר ביחס לכ-36 אלף מ"ר מדי שנה בעשור, משמע, קצב הבנייה הואץ ביותר מ-25%! ראשון לציון במקום השני עם 38 אלף מ"ר, תל אביב שיטית בלבד עם 19 אלף מ"ר בלבד ביחס לכ-33 אלף מ"ר מדי שנה בעשור משמע חווה האטה משמעותית של כ-40%;

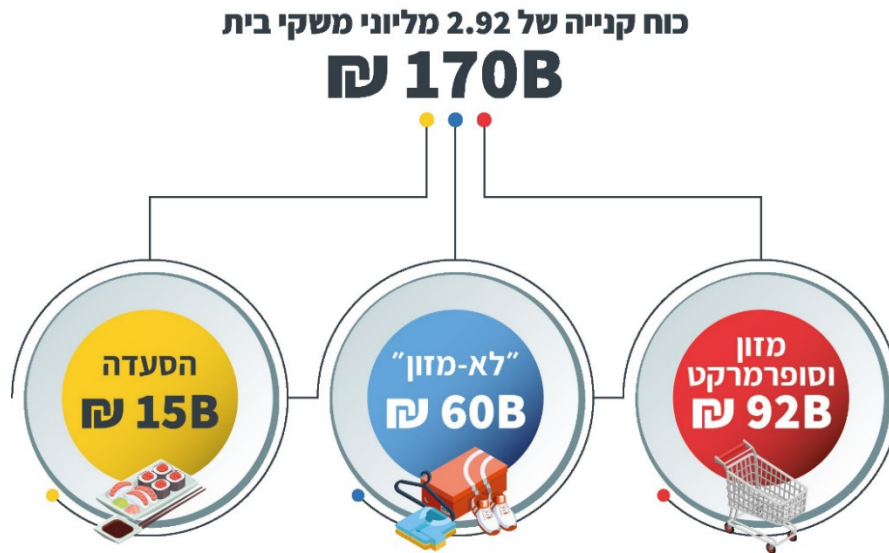
תרשים: גמר בנייה שנתי ממוצע של שטחי מסחר ב-10 הערים המובילות בישראל ב-5 השנים האחרונות (אלף מ"ר)



צ'מנסקי בן שחר

ביקוש - גודל כוח הקנייה שנתי והשינויים בהתנהגות הצרכנית - כוח קנייה של 2.92 מיליוני משקי בית בתחילת שנת 2024 בשוק המסחר הקמעונאי מסתכם בכ-170 מיליארד ₪. בפילוח בין תתי-שווקים כמוצג בתרשים להלן. סך הכול כוח קנייה חודשי של משק בית ממוצע בשנת 2024 יכול לתמוך בכ-3.1 מ"ר של מסחר קמעונאי נטו (ללא שטחי שירות ופעילויות אחרות שבשטחי המסחר);

תרשים: גודל כוח הקנייה השנתי של סך משקי הבית בישראל ובחתך לתתי-שווקים בשנת 2024 (מיליארדי ₪)



התנהגות צרכנית ומגמות בשוק האופנה - דורות ה-Y וה-Z מעבירים חלק מרכישות מחנויות האופנה לרכישות של מוצרי יד שנייה ו"אופנה בהשכרה" ולמוצרים "כמו חדש". בישראל, ה-On-Line וה-Off-Line (חנויות הפיזיות) תשולבנה ביחד, היחס יהיה 30/70 או 40/60 ובעולם רב ערוצים של Omni-Channel, בפועל נתח שטחי האופנה במרכזים המסחריים קטן ויקטן;

ובשוק הסעדה ובתי קפה - בארה"ב גודל ההוצאה של משקי הבית על הסעדה ובתי קפה השתווה השנה לגודל ההוצאה על רכישת מוצרי מזון להכנה בבית. בישראל, היחס עדיין גבוה - 1:5. צפוי כי גודל השוק ימשיך לגדול מתוספת משקי הבית והמועסקים. ימשך המעבר ממסעדות גורמה (Proper Dining) למסעדות Casual Dining ול"דוכני שף";

שורה תחתונה - עברנו מלייצר "חללים" ו"קירות" להפיק מקומות המחברים רגשות ותשוקות של לקוחות לבין מותגים ומקומות. מעבר מ"כלכלת צריכה" של "חפצים" לכלכלת צריכה של "חוויות". תכנון ל"מחר" - כלל השחקנים בעולמות התכנון של מוצרי הנדל"ן השונים, החל מיזמים ועד לרשויות התכנון יתאימו את עצמם ל"מחר"! ויפתחו היצע "אחר";

מכירות און-ליין היום והצפוי - שיעור מכירות האון ליין מסך המכירות הקמעונאיות בישראל היום מוערך על ידי **צ'מנסקי בן שחר ושות'** ב-15%-20%. "מחר", בשנת 2026 שיעור זה צפוי להגיע ל-20%-25%, בדומה לארה"ב. **ערוצי הפצה** - במקום הראשון AliExpress עם כ-2/3 מהשוק וכעדות להתנהגות הצרכנים המזמינים בעיקר מוצרים "זולים" / פשוטים באון-ליין. במקום השני והרביעי אפליקציות ההסעדה של וולט ותן-ביס;

צ'מנסקי בן שחר

עודף היצע של שטחים וקניבליזציה ו/או עצירת הפיתוח במקביל לסגירת שטחים קיימים - תוספת כוח הקנייה החודשי בישראל הנגזר מתוספת במספר משקי הבית ומהגידול ברמת ההוצאה החודשית יכולים לאפשר תוספת שנתית של כ-200 אלף מ"ר ב"רף העליון" בהתחשב ב-O.L. ובקניית בחו"ל (ללא מע"מ). בפועל מתוכננים יותר, משמע, לא כולם יפותחו ו/או חלק מההיצע הקיים ייסגר וישנה ייעודו. עד שנת 2027 קיימות תוכניות לפתיחת 90 מרכזי מסחר חדשים ובשטח כולל של כ-850 אלף מ"ר, אלו מהווים תוספת של כ-6% על שטחי המסחר המצויים וללא שטחי מסחר שיפותחו עוד ברחובות, באזורי תעשייה ובמרחב הכפרי. מהתוכניות עולה שיתרחש מעבר ממוצר הקניין הדומיננטי אל הלייף סטייל, הפאוור סנטר ואל המרכזים השכונתיים. המרכז השכונתי / השדרה ו/או הרחוב במרכז השכונה הופך למקום נדרש והכרחי בחיי היומיום, כולם עוברים דרכו! וצפוי המשך פיתוח מואץ של היצע מרכזים ושטחים שכונתיים נוספים ובקצב של 10-15 מרכזים בשנה לפחות, כמענה לביקוש שהולך ומתעצם ובנוסף לחזיתות המסחריות המתרבות ובפרט במסגרת התחדשות עירונית. במפה שבעמוד הבא מוצגים מרכזי המסחר ה"גדולים" שמתוכנן שיפתחו בישראל;

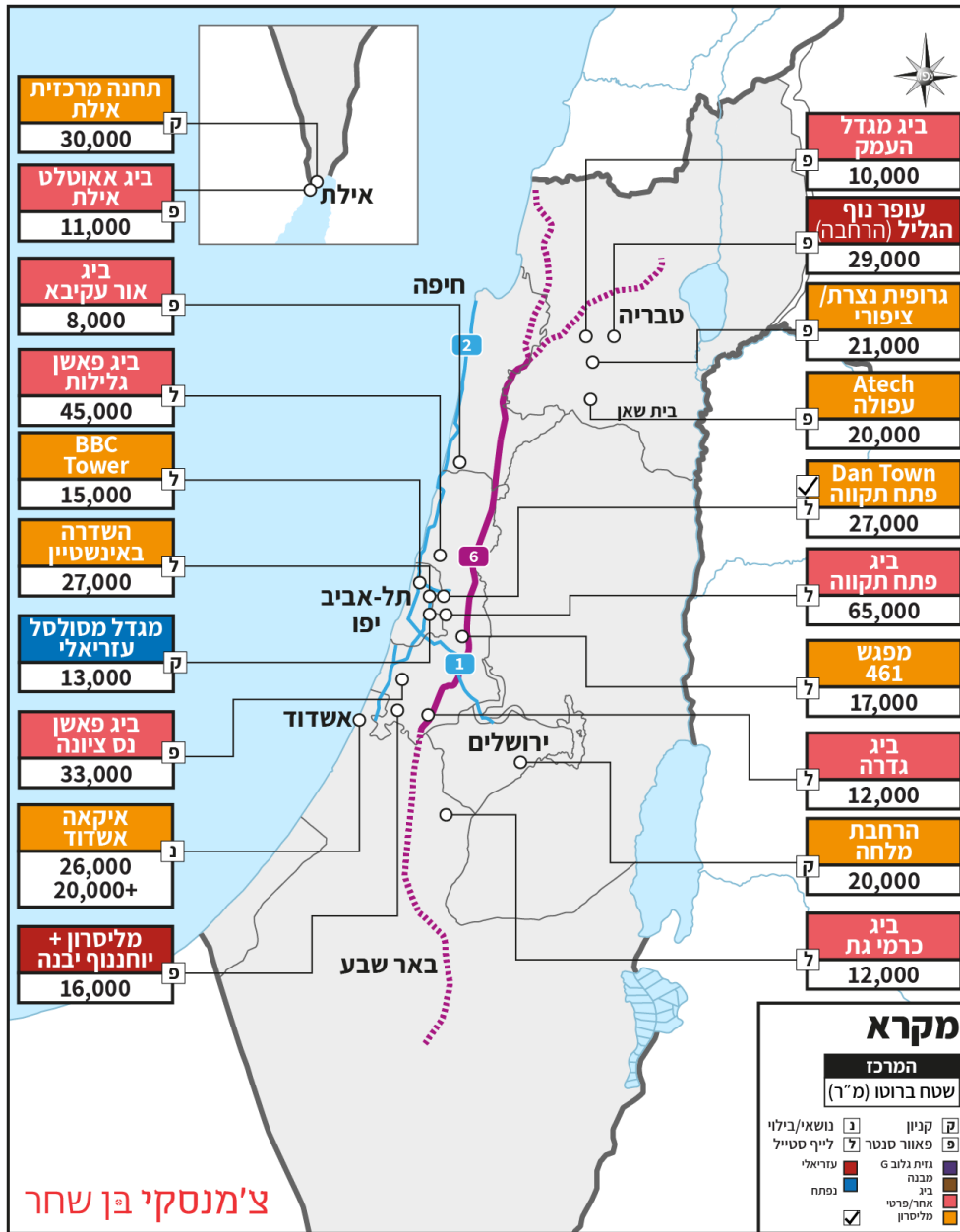
בסיכומו של דבר ובראיה הצופה את פני עתיד

לא יתקיים ביקוש לכול המרכזים המתוכננים כתוספת נטו, לכן "יבוא חדש במקום ישן". ייפתחו מרכזים חדשים המותאמים להרגלי הצריכה וההתנהגות של ה"מחר" ויסגרו עשרות מרכזים מסחרים "ישנים וכשלים". המרכזים החדשים לא רק שייצרו "חללים" ו"קירות" אלא ייצרו מקומות שמחברים רגשות ותשוקות בין הלקוחות לבין המותגים והמקומות. משמע, התכליות החדשות של המרכז המסחרי החדש תהיינה של בילוי, פנאי, הסעדה וגם... מסחר;

נתראה ב"מקום הבא" - במרכז החדש ובחנות החדשה שצב"ש תמליץ לכם לתכנן, לפתח ולפרוס אותם במיקום "מנצח";

צ'מנסקי בן שחר

מפה: מרכזי מסחר גדולים המתוכננים ושייבנו בישראל



צ'מנסקי בן שחר