

## פיתוח שווקים וירידי אוכל :

**עליית פיתוח והפעלת שווקים ושוקי אוכל** מורגשת רבות בשנים האחרונות וניכר ניסיון של יזמים להתנסות בתחום זה כולל החתום מטה החוטא בהשקעות מסוג ולא תמיד בהצלחה 😊. לתחום יש פרספקטיבה ראשונית רומנטית לעיתים ולא בהכרח תואמת את המציאות העסקית הקורית בישראל. בהיבטים שונים וכמו גם בעסקים בכלל להשפעות סביבתיות \ פוליטיות \ מדיניות או עניני רגולציה, יכולה להיות השפעה דרמטית יותר על שווקי אוכל וירידים ייחודיים.

**ברחבי העולם מגמת שווקי אוכל** זוכים בפופולריות ואף עדנה ויציבות בהשוואה לישראל, ושם מציעים מבחר של הצעות קולינריות מגוונות במרחבים קהילתיים תוססים. שווקים אלה כוללים לרוב ספקים מקומיים, יצרנים זעירים, ומגוון של מטבחים בינלאומיים, היוצרים חוויות אוכל ייחודיות. דוגמאות לכך כמו Mercado de San Miguel במדריד, צ'לסי מרקט בניו יורק ושוק בורו בלונדון.

**בישראל – החלוצה בפיתוח שווקי אוכל** הינה מיכל אנסקי ושותפיה, אין ספק שהרעיון של שוק בנמל הוא מן המדהימים ביותר בתחום המסחר, שעל שטח קטן יחסית של כ 500 מ"ר הצליחו לייצר תשואה להון יוצאת דופן ביחס לכל השקעה מסחרית אחרת.

**שרונה מרקט** (בבעלות קבוצת ביג) הינה דגמה טובה להבין את הסבך הלא פשוט של פרויקטים מסוג זה. קבוצת גינדי שפיתחה את השוק בראשונה הפכה את השוק לדחוס מאד, הכולל מספר רב של עסקים ובמיוחד עסקי מזון בקניבליזציה גדולה. עם רכישת השוק על ידי ביג השכילה ביג לאוורר את השוק, לקבוע קונספט ייחודי של עסקים וסינון דיירים מתאימים, אך עם כל ניסיונה וחוזקה המוערך, עדיין לשוק שרונה לטעמי יש חסרון בולט אחד והוא שהשטח המסחרי גדול משצריך (כ- 8,000 מ"ר). במקרה זה קהל היעד הוא מגוון מאד ומתבסס בעיקר בימי חול על העובדים והחיילים בסביבה, הגרים בשכונות ובסופי שבוע טיילים מהפריפריה הקרובה לתל אביב. לשרונה מרקט יש יתרון נוסף בקהל היעד הוא התיירות (שלצערנו נפקדת בימי מלחמה) שיכולה להוסיף לפדיון גבוה יחסית.

**שוק אלנבי** בפנינת רוטשילד אלנבי בתל אביב היה עוד ניסיון שלא צלח. הסיבות המרכזיות הם: שטח קטן יחסית (כ 2000 מ"ר) מספר מועט של יחידות מסחר, נראות והתמצאות לכניסה לא נוחה ובעיקר כי המקום שופע בסביבה הקרובה מסעדות ודוכני אוכל ואחרים למכביר.

**שוק הצפון** לשעבר בבעלות קבוצתנו, מהווה גם הוא ניסיון לא מוצלח. עם רכישתו של המתחם (כ 1400 מ"ר) על ידי קבוצתנו פעלנו במיקוד להביא את המקום לידי פריחה ענין שכמעט צלח עד ל 7 לאוקטובר 2023. הקונספט המחודש של הפרויקט התבסס על קהל יעד גדול מאד של עובדים ברמת החייל תוך השענות על בניית מתחם רב גוני של עסקי מזון במגוון נושאים וטעמים. סך הפדיון למ"ר במקום וברובו התבסס על עובדי האזור לארוחות צהרים וביתרת שעות היום המקום תיפקד שמטבח רפאים למשלוחים. הפרויקט היה אמור אף להתחזק בניסיון להבאת את דיירי השכונות באזור לרכישות של מזון מוכן הבייתה ועוד ובעיקר בימי חמישי ושישי. מעת המהפכה המשפטית (תחילת 2023) חלה ירידה דרמטית בפדיונות (40-30 אחוז) עקב ירידה חדה במתן הטבות לעובדי החברות ובמיוחד בתחום ההייטק. פרוץ המלחמה והאסון הקרה אותנו השבית באופן מדי את מרבית חנויות השוק (חלקם גויסו וחלקם לא עמדו בפרץ) ענין שגרם לסגירת הפעילות.

**התפתחות השווקים ובמיוחד שוקי האוכל** הולכת יד ביד עם עליית אפליקציות משלוחי מזון ופלטפורמות הזמנה מקוונות, מסעדות וירטואליות ומטבחי רפאים. אלה פועלים ללא חלונות ראויה, ומתמקדים אך ורק בהזמנות משלוחים או איסוף. זאת על ידי מינוף ניתוח נתונים ותובנות צרכנים. מסעדות וירטואליות יכולות להתמחות במטבחי נישה, לייעל את הפעילות לרווחיות גדולה יותר. חלק גדול משווקי האוכל אכן משמשים בסיס לפעילות ייחודית זאת יחד עם מכירות פרונטליות.

**פיתוח שוק אוכל או דומה** הינם השקעות נישה הנושאות בתוכם פוטנציאל תשואה גבוה יחסית לנדל"ן מסחרי רגיל אך טומנות בתוכם גם רמת סיכון גבוה. אין ספק שנישה זאת ו/או נישות מסחריות דומות יהיו בטווח הרחוק העתיד הייחודי של ענף המסחר בכלל. בטווח הבינוני שווקים שכאלו יכולים להוות ריענון ואף עוגנים לא רעים למרכזי מסחר וקניונים מסורתיים שלהערכת הצנועה ( ואמנם באיטיות ) ירדו ברמת הפעילות שלהם עם השנים.

**בתכנון שוק אוכל או כל מיזם נשיתי** אחר שימת הלב להיבטי התכנון הינה מכרעת ושלא כמו בקניונים רגילים או מרכזי מסחר למיניהם בהם בשבלונית יחסית של תמהיל וחלוקה פונקציונלית ניתן להגיע לתוצר טוב יחסי, ההיבטים וההתאמות הנדרשות בנישות מסחריות חייבות להיות מעמיקות הרבה יותר על מנת לאפשר הצלחה או לפחות יציבות ארוכת טווח.

**כך לדגמה** – התאמת הסביבה לתוכן ותמהיל השוק – אין דין שוק אוכל בשכונת מגורים דומה לשוק אוכל בסביבה עסקית כדוגמת שרונה מרקט, שוק בנמל או יריד אוכל בבית חולים כדגמה. ההיבטים של חלוקה פונקציונלית, אופי ואיכות הדיירים, אופי המזון המוגש, מניעת קניבליזציה של תחומי מזון ועוד היא מכרעת. יתרה מכך הביטי התפעול בנישות כאלו שונות בהרבה מתפעול של מרכזי מסחר וקניונים רגילים. עסקי המזון מחייבים מערכות ותשתיות תפעול הדורשות משאבים גדולים יותר מהרגיל ומכאן גם חלק מהסיכון ואף עלול להיות כי הבלתי נודע גדול מהנודע.

**אנו בהחלט מאמינים** כי עידן השווקים והנישות המסחריות רק ילך ויגדל ככל שאלו משקפים את ההעדפות והערכים המתפתחים של הצרכנים, המבקשים לצרוך חוויות ייחודיות ושונות הנותנת מענה לתחומי עניין וסגנונות חיים מגוונים בקהלי יעד שונים.

**אלברט עמית**