



על קניונים, מרכזי מסחר, קמעונאות וצרכנות !





כמה עובדות

ראית "קניון אחד, ראית 100 אחרים" ... (כולם זהים).

ישראל רוויה בשטחי מסחר 1.2 מ"ר לאחד נפש! ישראל במקום השלישי בעולם ביחס בין שטחי המסחר לנפש, לאחר שוודיה וארה"ב.

מרבית הקניונים ללא זהות וקונספט מוגדרים.

גידול בפיתוח מרכזי מסחר שכונתיים וקונספטים חדשים. ומגמות חדשות כמו שווקים, סטריט - מול, מרכזים פתוחים ועוד.

חזרה איטית למסחר ברחובות.

תרומת עוגנים מסורתיים לקניון נחלשת . (יציאת בתי הקולנוע, סופרים).

קצב החיים, טכנולוגיות חדשות, רכישות און-ליין, שינויים בסביבה ושינויים באווירה ביטחונית ומדינית משפיעים על הרגלי הצריכה.





מגמות בשוק בשנים האחרונות

עלייה בהיקף שטחי המסחר הריקים בישראל לצד המלחמה ועליות המחירים.

ירידה איטית בפדיונות.

פיתוח של 600 אלף מ"ר שטחי מסחר מדי שנה כאשר כוח הקנייה מאפשר 200 אלף מ"ר בלבד.

השפעות הצריכה (לטוב ולרע) מאווירת מלחמה, קורונה, מהלכים פוליטיים ומדיניים.

ירידה של 29% בפעילות המסעדות בישראל מתחילת 2025, מנגד גידול בצריכת פנאי ובלוי.



יזמות בקניונים / מרכזי מסחר

קבוצות קניונים – אמות, צים, ביג, גי, עזריאלי

שחיקה ברמת שכר הדירה (איטית)

רמת התשואה ברכישות יזמיות 6-8%

מיעוט בפיתוח קניונים חדשים לעומת מרכזי מסחר

יזום ופיתוח מרכזים מסחריים קטנים:

גידול במספר המתעניינים בתחום מרכזי המסחר

יתרונות מרכזי מסחר קטנים

מרכזי מסחר שכוניים – יחס נפח אוכלוסייה לגודל

רשתות קמעונאיות



קניבליזציה
בתחומים
חופפים



נטיית חלק
מהרשתות
לפיזור.



חוסר זהות
במיצוב רשתות
האופנה, ועייפות



רשתות
קמעונאיות
בישראל –
מצבן?



כניסת מותגים
בינלאומיים.



תחרות חריפה
יותר בקרב
הרשתות
הקמעונאיות.



גידול נפח
פעילות
ההסעדה
בקניונים על
חשבון ענפים
אחרים.



שחיקה ברמת
הרווחיות של
רשתות
קמעונאיות.

מאפייניי הצרכן בישראל

◀ מחיר ומבצעים:

- הצרכן הישראלי רגיש מאוד למחיר.
- נוטה לרכוש במבצעים גם כשאינן צורך במוצר
- "יש לי / אין לי - קונה!"
- ישראלי בחופשה

◀ סקפטייות וחוסר סבלנות:

- מצפים לשירות מהיר, זמין, ישיר.
- מוכנים להתלונן ולדרוש דורשם תמורה מהירה לכסף.

◀ חוויה ולא רק מוצר:

- מחפש קנייה כחלק מבילוי (משפחה, קפה, אטרקציות).
- מרכזים מסחריים נתפסים
- כ"מרכזי בילוי" ולא רק כ"מקומות צריכה".

◀ השפעות סביבתיות תכופות:

- קורונה/מלחמה/פוליטיקה/עלויות מחירים.



ניהול מרכז מסחרי

- ◀ ניהול מרכז מסחרי- התמקצעות
- ◀ דמ"נ- נטל לדייר וליזם
- ◀ חלקן הגדול של חברות הניהול מסובסדות
- ◀ דמי הניהול נעים במרכזים קטנים בין 15-30 ₪ למ"ר, בהשוואה לקניונים בין 60-150 ₪ למ"ר ויותר.
- ◀ חברות ניהול חיצוניות לעומת ניהול פנימי
- ◀ הביטי קידום מכירות (אפ"יק) במרכז מסחרי.



שכר דירה

01

**שחיקה ברמות השכירות
בקניונים ובמרכזי מסחר**



02

**התחזקות גרעין 50
הקניונים המובילים בישראל**



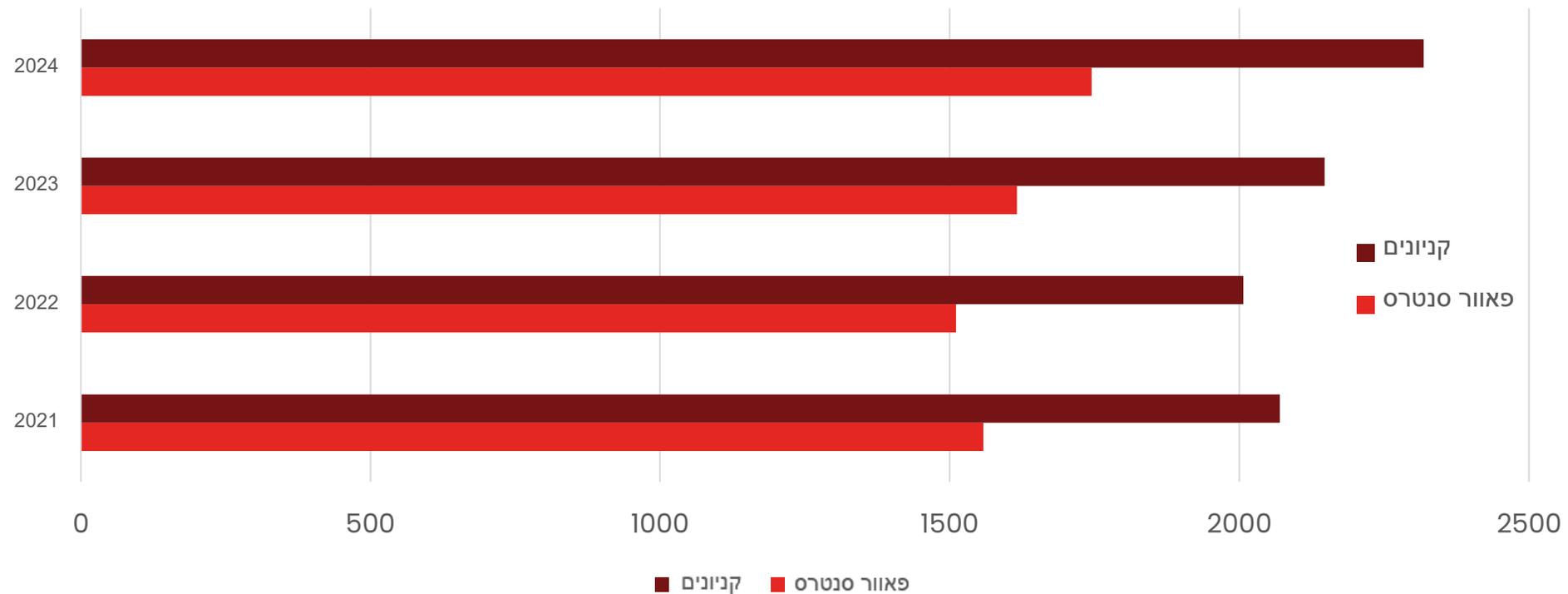
03

**האטה ביזמיות חדשות
ומגבלות אשראי**



מגמת הפדיונות למ"ר בין השנים 21-24 - RIS

פדיון למ"ר פאזור סנטרס / קניונים מובילים





מרכזי מסחר שכונתיים

- ◀ חזרה לעבר.. קטן, מוכר, זמין
- ◀ 2000-4000 מ"ר מניב.
- ◀ עלויות בניה יחסית נמוכות .
- ◀ עלות תפעולית יחסית נמוכה (20-25 ש"ח למ"ר)
- ◀ תמהיל מותאם לקונספט. (פארם, סופר...)
- ◀ מרכיב האופנה קטן.
- ◀ דוגמאות- שוהם, מיקדו, כוכב יאיר, בית כרם .
- ◀ שטחים ואלמנטים משותפים קטנים, יחסית.
- ◀ מהות החניה / הקרבה למרכזי מגורים.
- ◀ נפח אוכלוסייה נדרש.



והעתיד..

- ◀ אכלוס שטחים מסחריים בשנים הקרובות ייהפך למאתגר בצל השפעת המלחמה ועלויות המחירים.
- ◀ שווקים מסוגננים.
- ◀ מרכזי מסחר באוכלוסייה שבויה. (בתי חולים, אוניברסיטאות)
- ◀ מתחמי ירידים ייחודיים (מעצבים וכו').
- ◀ מתחמי מסחר משולבים בתיירות.
- ◀ מגמות חדשות מתחזקות כגון חנויות "פופ אפ" באופנה ו"פודטראקים" בתחום המזון.

