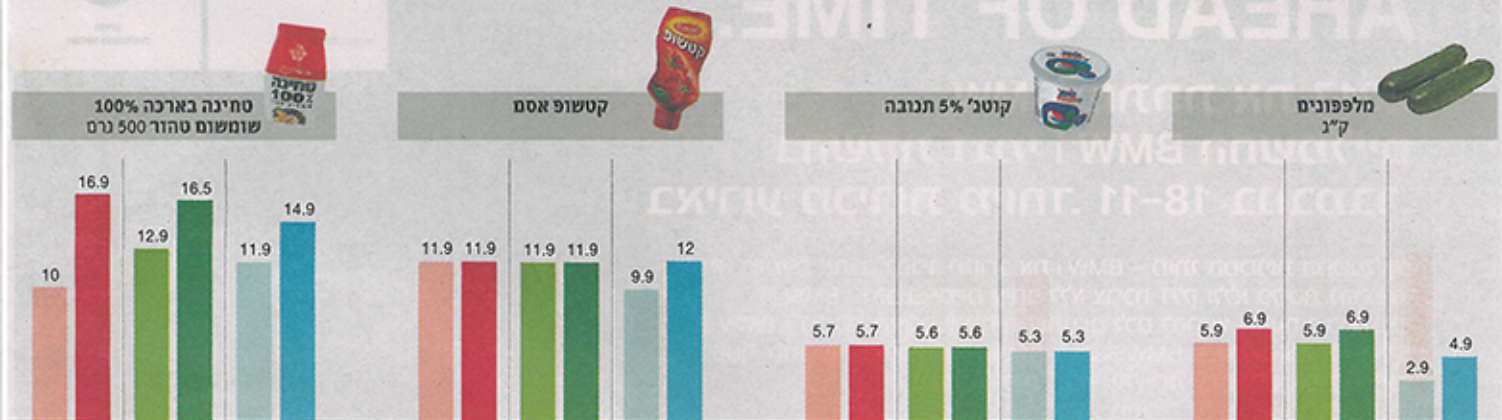


יינות ביתן ממשיכה להעלות מחירים מחירי מוצרים נבחרים ברשתות השיווק לפני ואחרי מכירת מנה ליינות ביתן, בשקלים



עסקת מגה לא הגבירה את תחרות המחרים: הרשתות העירוניות נותרו יקרות

בדיקת TheMarker מאז רכישת מגה בירי רשת הדיסקאונט יינות ביתן לפני ארבעה חודשים, עלו המחירים ביינות ביתן ב-1.3% והמחירים במגה בעיר לא ירדו • מחירי סל של 71 מוצרים במגה בעיר וזהו למחירו בשופרסל שלי – 1,287 שקל • הפער בין שופרסל שלי ומגה בעיר לרמי לוי עדיין גבוה – 14.7% בממוצע • יינות ביתן: "מגה בעיר שומרת על סל מוצרים במחיר הוגן, המותאם לערוץ השכונתי"



סניף של רשת יינות ביתן ברחובות. עליית המחירים שווה לרשת של 36 מיליון שקל בשנה צילום: ירמיהו סונדרס

חברת הייעוץ צ'מנסקי בן שחר: "קניית מגה לא הביאה בשורה לצרכנים. נחום ביתן משלם את המחיר היקר של רכישת הרשת באמצעות גביית מחיר גבוה מהצרכנים ושימור המחירים הגבוהים"

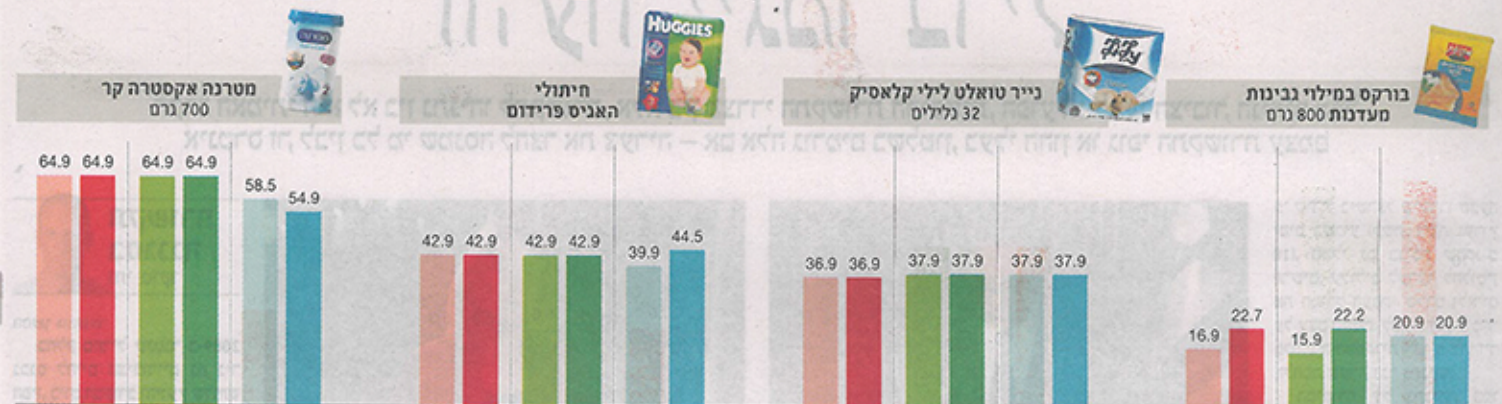
ההבדל במחירי הסל של מגה בעיר, ירדו, ואף עלו ב-0.3%, לעומת מחירים לפני העברת הבעלות בדיסקאונט יינות ביתן. מחירי הסל שבנדק השבוע היה 1,287 שקל – בדיוק כפי שהיה ברשת העירונית המתחרה, שופרסל שלי. נתון זה עשוי ללמד על יכולת הבחירה המוגבלת לכאורה של הצרכנים הנאלצים לבחור בין שופרסל שלי ומגה בעיר בכל הנוגע לקניית מוצרי הסל בשופרסל שלי, ואולם, הציפייה היתה

גדלה – ואולי אף נחלשה – שהיינו יינות ביתן המחירים התייקרו מאז הרכישה בכ-1.3% בממוצע במוצרים שנבדקו. רשת יינות ביתן מגלגלת יותר מ-2.8 מיליארד שקל בשנה ללא מגה בעיר, כך שעליית מחירים של 1.3% מסיימת בהכנסה של 36 מיליון שקל בשנה. כדי לוודא שלא מדובר ביינויות מחירים כללית ברשתות המזון, בדקנו גם את המחיר של אותו סל ברמי לוי שיווק השקל ומבשרסל דיל בשני המוצרים, וגילינו כי המחיר אף ירד מעט במוצרים שנבדקו: המחיר ירדו ברמי לוי שיווק השקמה בכ-0.4% בממוצע במוצרים שנבדקו, ומחירי הסל הסתכם ב-1,122 שקל. המחירים בשופרסל דיל הוללו ב-0.2% במוצרים שנבדקו, ומחירי הסל הסתכם ב-1,203 שקל. יינות ביתן, עם סל שהסתכם ב-1,180 שקל, יקרה ב-5.2% בממוצע ברמי לוי שיווק השקמה, לעומת פער של 3.5% בבריקה שבוצעה לפני שהחזיקה גם במגה בעיר.

ל-TheMarker באוגוסט כי היא לא מוטרדת מהעברת הבעלות של מגה בעיר ליינות ביתן: "כדיגני אני לא רואה שהוא (נחום ביתן) בעלי יינות ביתן) הוריד מחירי רים או שהתחרות התגברה. עוד עולה מבריקה כי שופרסל שלי ומגה בעיר יקרות מרמי לוי שיווק השקמה ב-14.7% בממוצע במוצרים שנבדקו. ממצא נוסף שעולה מבריקה קה, ומעיד על כך שהתחרות לא

התבררה, ושופרסל הורידה את המחירים רק ב-1.5% בממוצע, לפי ממצאי הבדיקה. מנכ"ל שופרסל, אציק אברכה, אף אמר

יינות ביתן, לפני הרכישה (30.6) | מנה בעיר, לפני הרכישה (30.6) | שופרסל שלי, לפני הרכישה (30.6)
יינות ביתן, אחרי הרכישה (6.11) | מנה בעיר, אחרי הרכישה (6.11) | שופרסל שלי, אחרי הרכישה (6.11)



מקור: mySupermarket צילומים: בעדן נובלמן

כי הוא יושב על הר מזמנים וגם כי השקפת העולם שלו היא שהשם רמי לוי מביא את הקהל בהמוניו לחנויות. לכן סביר שהוא היה מר ריד מחזירים ומנסה להרוויח באמצעות הגדלת הפריז. ביתן ככל הנראה לא משחק בזירה הזאת.

רשות ההגבלים: מוקדם להסיק מסקנות

ארו איוונברג, סמנכ"ל השיווק של רשת יינות ביתן ומנהל אמר בתשובה לשאלה מדוע המחירים במגה בעיר לא ירדו מאז הרכישה והאם ירדו בהמשך, כי "מגה בעיר שומרת על סל מחירים הוגן המותאם לערוץ השכונתי, כפי שמראה בדיקת TheMarker. לגבי תוכניות להמשך, עברו בסך הכל ארבעה חודשים מהרכישה ואנו נמצאים בתהליך מתמיד של למידה. בדיקה של תהליך המבצעים ברשת מגה בעיר ילי מר שגם בוסן הקצר שעבר מאז הרכישה, טיב המבצעים השתפר לטובת הצרכן. לרברוי, אין להסיק מהבדיקה כי יינות ביתן העלתה מחירים: "מאחר שנבדגו מן רק 70-75 מוצרים מתוך כ-15 אלף פריטים, שינוי של 1.3% אינו מעיד על מגמה. בנוסף, כפי שניתן לראות בבדיקה, הסל הוא תחרותי והוגן".



סניף של מגה בעיר בתל אביב. "מנוהלת כרשת עירונית יקרה" צילום: עופר וקנין

מגה בעיר ושופרסל שלי משוות מחירים 71 מוצרים ברשתות המזון הגדולות, בשקלים – לפני ואחרי העסקה*



יבדיקה בוצעה על ידי mySupermarket הסתמך על המחירים של שופרסל שלי ודי הרשתות. סל מוצרי כמות

מוזן גדולה. לרברוי בכיר ברשת מוזן, "הנתונים שלנו מעידים על כך שרשת המחירים בסופרמרקטים גדולה בסך הכל מאז שיינויות ביתן רכשה את מגה. צריך להיזהר בזה שההשוואה התפעולית של רמי לוי המזון נע בין 1.5% ל-3.3%. במצב כזה אתה יכול בקלות להתרשט אם אתה עושה טעויות, ומספיק לראות את מה שקרה למגה. עבור יינות ביתן המצב אפילו מסובך יותר, כי במגה רים אם הוא היה רוכש את מגה, גם

ששיקפות המחירים באינטרנט, כפי שנקבעה בחוק המזון, הביאה לתוצאה הפוכה – במקום שהמחיר ירד, ירדו הרשתות משוות לכאורה מחירים בארץ. חנו מספרים כי התחרות בערים לא התגברה. "מי שחשב שרכישת מגה על ידי יינות ביתן תשנה את השוק טעה. יינות ביתן מנוהלת כיינות ביתן ומגה בעיר מנוהלת כרשת עירונית יקרה, ועולם כמי נהגו נוהג", אומר בכיר בחברת

את הרשת, הוא יוריד את המחירים בערים ב-10% לפחות. "קניית מגה לא הביאה כשורה לצרכנים – נשאר אותו קונספט ואותה רמת מחיר גבוהה שאנחנו משרתים. אומר תמיר בן שחר, מנהל תחום הייעוץ צ'מנסקי בן שחר. לרברוי, "בעלי יינות ביתן משלמים ליד הבית בהיעדר אלי תוך הערים עם פורמט שכונתי כבר בחודשים הקרובים – מהלך שצפוי לעודד מלחמת מחירים בתחום. כשתתמודד על רכישת מגה בעיר הצדדי לוי כי אם ירכוש