

המגמות בשוק מוצרי הצריכה בישראל מבטאות "דואליות" - מחד, מוצרים שנחשבים בריאותיים או מבטאים טרנדים המתחברים לWellness צומחים ומתחזקים. לצידם - צומחים גם מוצרים מפנקים, פרימיומים ועשירים בטעם העונים על צורך אחר לחלוטין.



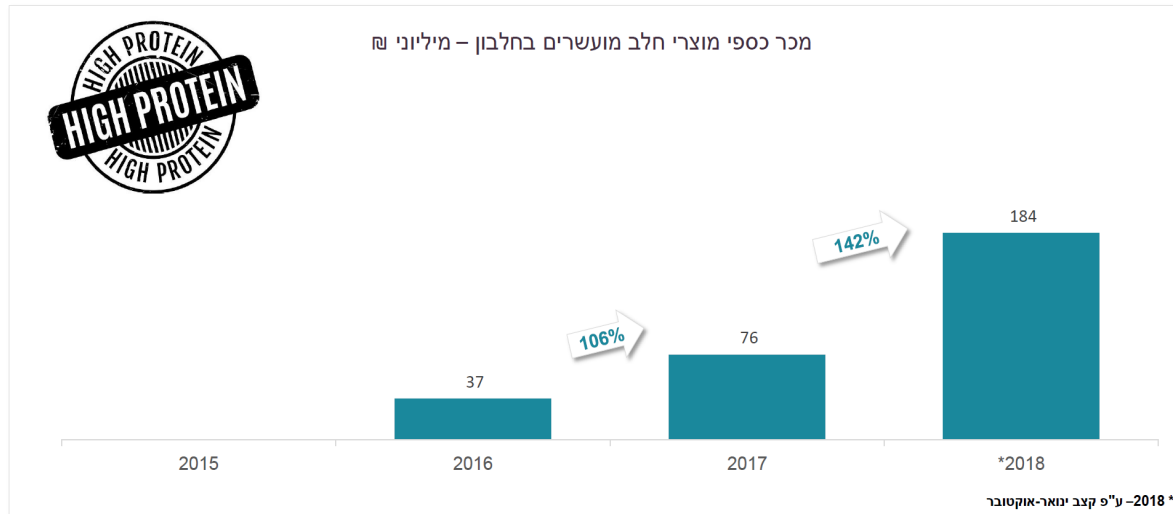
השנה נרשם גידול בשיעור הצמיחה של המוצרים ללא גלוטן

לאחר האטה מסוימת בשנת 2017 חוזר התחום להציג צמיחה בקצב דו ספרתי



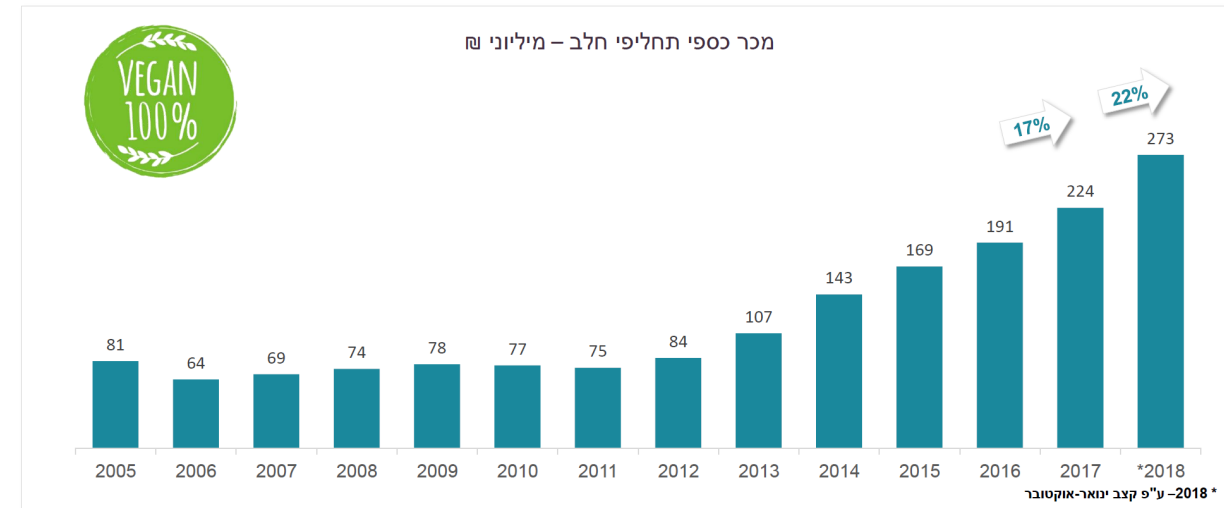
ללא גלוטן, Non dairy ומוצרים מועשרים בחלבון המתלווים לפעילות גופנית גדלים כולם בקצב דו ספרתי, הרבה מעבר לצמיחה הכללית בשוק המזון

והעלייה החדה ביותר נרשמת במכר המוצרים המועשרים בחלבון



תמונה דומה מתקיימת גם בקטגוריות תחליפי החלב

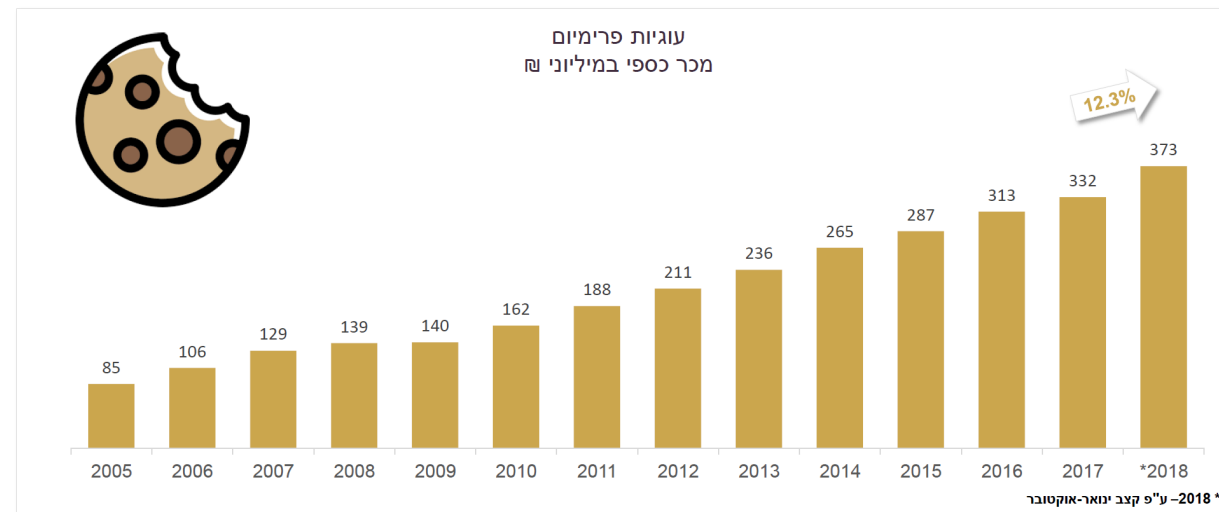
למעשה קצב הצמיחה בשנת 2018 הוא הגבוה ביותר שנרשם ב-4 השנים האחרונות



יחד עם זאת, גם קטגוריות העוגיות מיוחדות, הגבינות שמנות והמפנקות וגלידות הפרימיום (בהובלת בן אנד ג'ריס) צומחות וממחישות את הלך רוח שונה

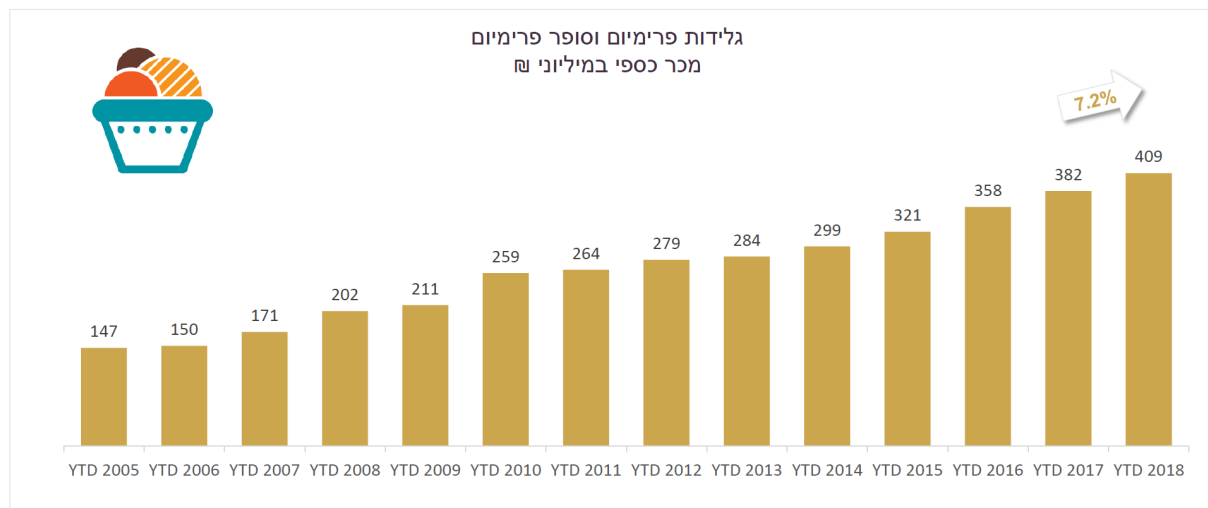
עוגיות הפרימיום מציגות שיעור צמיחה גבוה במיוחד

שיעור הצמיחה השנתי הוא הגבוה ביותר בקטגוריה מאז שנת 2014 המחיר האפקטיבי לק"ג ללא שינוי ב-4 השנים האחרונות



וגם בעולם הגלידות הצעות הפרימיום רושמות צמיחה נאה במכר

גלידות הפרימיום והסופר פרימיום מהוות כמחצית מהמכר הכספי במחלקה ובקטגוריית חבילות הבית – מותגי הסופר פרימיום מהווים כ-40% מהמכר



הגבינות המיוחדות צומחות בשיעור של כ-12% גם הן

לאחר שנתיים של צמיחה בשיעור של כ-10% השנה קצב הצמיחה אפילו גבוה יותר מדובר בשיעור הצמיחה השנתי הגבוה ביותר במהלך כל תקופת הבדיקה

