

26.78x27.67	1	4	עמוד	הערב - גלובס	13/11/2013	39648951-5
ישראל 263677 - תערוכת ענף המזון						

# מנכ"ל מגה: "2014 לא הולכת להיות שנה קלה לאף אחד"

זמן. נכון שהשוק והעיתונאים הם קצרי רוח, אבל לוקח זמן, ואנחנו בונים חברה לעשור הקרוב. מי שעובד איתנו רואה חלק מהדברים בתוך הארגון. החלפנו כמה מאות תפקידים, הכנסנו כוח חדש. כל שיטת השכר תשתנה ולקראת הקיץ 75% מהמוצרים בסופר יעברו דרך המרכז הלוגיסטי."

● מה אתה צופה לשנת 2014?

"שנת 2014 לא תהיה שנה קלה לאף אחד. זה לא מה שאתה הולך לעשות, אלא איך אתה הולך לבצע. 2014 תהיה השנה של מגה והספקים כבר מחבקים אותנו."

מנכ"ל טיב טעם, עדי כהן, התייחס גם הוא למלחמות המחיר. לדבריו, "יש לי ביקורת על תחרות המחירים. הבנו שאנחנו לא יכולים לבחור באותה אסטרטגיה כמו כולם. במלחמת מחירים יש רק אחד שהוא הכי זול, וכל השאר הם סתם. המחיר פוגע בפרמטרים אחרים - באיכות, שירות, נראות, ובסופו של דבר הלקוח נפגע". גם כהן הביע פסימיות ביחס לשנה הבאה. לדבריו: "השוק לא נראה מאיר פנים, במאקרו ובמיקרו רואים מערכת לא יציבה ולא מפנקת."

ראובן שליסל מבעלי חברת ליימן שליסל התייחס למהלך הוזלת המוצרים במגה: "אנחנו משועים לתחרות והתחרות העמיקה בעקבות מהלך מגה להוזלת 1,000 מוצרים למחירים טובים. זה גורם להרבה מהומות, אבל אסור לנו להתערב, ואנחנו נושכים שפתיים ומחכים שזה ייגמר". שליסל גם רמז, כי הפחתת המכסים לא מגולגלת במלואה לצרכן: "לצער, לא כולנו רואים בחנויות מה קורה עם הורדת המכס. אבל אני חושב שבשמן זית ובמוצרים אחרים אנחנו נראה".



קרן. "חוזרים אלינו הרבה מאוד לקוחות" (צילום: יח"צ)

שבשנים האחרונות מגה לא מציגה הצעות טובות ומאבדת נתחי שוק, אבל זה גם לא חדש שהיא הרשת הראשונה, שקיימת כבר מ-1937. בשנים האחרונות איבדנו קצת את הדרך, שנת 2013 הייתה שנת התארגנות ושנת 2014 הולכת להיות שנת הפריצה של מגה. אנחנו הולכים לעשות מהפכה, אבל זה ייקח

קיימים. אנחנו לא יכולים להתמקד רק בדבר אחד אלא צריכים לעסוק בהכול, ולתפוס את כל עם ישראל. נלמד מה הלקוח מחפש ונתפור לו חליפה מתאימה. זה בסיס אסטרטגיה שלנו". קרן הביע אופטימיות לגבי עתיד הרשת ומתח ביקורת על קודמיו. לדבריו: "זה לא חדש

מוטי קרן אמר את הדברים בוועידת ענף המזון והקמעונאות של קבוצת שטיר • ראובן שליסל: "מהלך ההוזלה של מגה גורם להרבה מהומות, אבל אסור לנו להתערב. אנחנו נושכים שפתיים ומחכים שזה ייגמר"

## הצצה לתוכניות של מגה

- הוזלת 1,000 מוצרים
- עבודה עם מספר גדול של פורמטים, שיותאמו לאזורים שונים וללקוחות שונים
- החלפת מאות בעלי תפקידים בתוך הארגון והכנסת כוח אדם חדש
- שינוי שיטת השכר
- העברת רוב המוצרים לסופרמרקטים דרך המרלו"ג

את עצמם והמחיר הוא הבידול היחיד, או התעשייה משעממת. אנחנו הקמעונאים צריכים להחזיר את הבידול הבסיסי. המחיר הוא תנאי בסיסי בשל יוקר המחיה הגבוה, שהוא לא בגלל הקמעונאים והספקים, אלא בעיקר בגלל הממשלה. נזכיר, כי לאחרונה הכריזה רשת מגה על תוכנית אסטרטגית שבמסגרתה היא תשיק פורמטים חדשים שיותאמו לאזורים ולצרכנים שונים. קרן רמז היום, כי בכוננת הרשת לפעול עם מספר גדול יחסית של פורמטים, וכן ליצור פורמט שיתמקד בטריות ופורמט שיתמקד בנוחות. "אנחנו לא יכולים לעבוד רק בנישה. נשיק פורמטים שלא

## מאת אילנית חיות

מנכ"ל רשת מגה, מוטי קרן, התייחס היום (ג') לתוצאות של מהלך הורדת מחירי 1,000 מוצרים ברשת מגה בעיר, וגם הודה כי הרשת גובה פרמיית מחיר. בוועידת ענף המזון והקמעונאות שקיימה קבוצת שטיר בתל-אביב, אמר קרן: "אמרתי שאני לא הכי זול, ושאני גובה פרמיה. במגה בעיר אנחנו מעניקים חוויית קנייה, קונים את המלפפונים הכי טובים בשוק, ונותנים חוויה ייחודית שעבורה אנחנו דורשים פרמיה מול רשתות הדיסקאונט. תיקנו את הצעת הערך לצרכן ואנחנו בהחלט רואים תוצאות טובות למהלך. חזרו אלינו הרבה מאוד לקוחות. נחמד לראות שהמתחרים מנסים לחקות אותנו". בהתייחס לשאלה האם רשת מגה על המדף והאם בכוננת הרשת להתחבר לשחקן גלובלי, השיב קרן: "השוק בישראל קטן מדי ומורכב מדי מכדי ששחקן גלובלי ייכנס. אומרים עלינו שצריכים להיות פסיכים כדי להיכנס לשוק הזה". קרן התייחס היום גם למלחמות המחירים שאנחנו לדבריו: "מי שחושב שאנחנו באמת משוגעים בגלל מלחמות המחירים, שידע שזה משחק קטן ביחס למה שקורה בעולם, רק ששם מדברים יפה ועושים את זה יותר יפה. מחיר הוא לא חזות הכול, אבל הוא תנאי הכרחי כדי להיות במשחק. כשיש עסקים שלא מבדלים