

הוראת מנכ"ל 5.2 - "הסל של ישראל" – הליך תחרותי להוזלת מחירי מוצרי יסוד ברשתות

קמעונאות

1. כללי

במסגרת מדיניות הממשלה להפחתת יוקר המחיה, להגברת התחרות ולהעצמת כוחו של הצרכן, מקים משרד הכלכלה והתעשייה מיזם שנתי – "הסל של ישראל" – במסגרתו תתמודדנה רשתות קמעונאיות ארציות על התחייבות למחיר הנמוך ביותר עבור סל מוצרים אחיד שקבע המשרד. הוראה זו קובעת את תנאי הסף, הליך הבחירה, מנגנון החישוב, אמצעי בקרה ואכיפה, ומסגרת תקציבית לקמפיין ציבורי מלווה. המהלך נועד להוזיל מחירים בפועל לציבור, ליצור תמריץ חיובי מתמשך בין הרשתות, ולבסס סטנדרט שקיפות חדש בענף הקמעונאות.

2. הגדרות

בהוראת מנכ"ל זו (להלן: "ההוראה"), תיוחד למונחים הבאים ההגדרה המופיעה בסעיף זה, זולת אם נאמר אחרת במפורש בגוף ההוראה:

2.1. "אגף דוברות"

דוברות משרד הכלכלה והתעשייה

2.2. "האגף"

אגף בכיר למסחר ושירותים, מערך עסקים ותעסוקה.

2.3. "הוועדה"

ועדה שהוקמה לפי סעיף 9 להוראה זו.

2.4. "היום הקובע"

מועד ההפעלה שיוכרז בנפרד בו יחל הקמפיין.

2.5. "המשרד"

משרד הכלכלה והתעשייה.

2.6. "הסל של ישראל" / "הסל"

רשימת 100 מוצרים שיקבעו כמרכיבי סל המוצרים (נספח א1), כולל מפרט זיהוי מוצר (שם מוצר, מותג, מק"ט, מחלקה, קטגוריה, ספק, מחיר יחוס) ועוד 13 מוצרי יסוד תוספתיים.

2.7. "הרשת"

רשת קמעונאות ארצית המגישה הצעה במסגרת הליך זה, בין באמצעות חברת האם ובין באמצעות חברת בת או חברת אחות.

2.8. "מחיר יחוס"

מחיר מקסימלי לכל מוצר בסל, כפי שנקבע ומפורסם ע"י המשרד בנספח א1'. המשרד יפרסם מחיר ייחוס לכל מוצר, וכן מחיר ייחוס לסל.

2.9. "מחיר מוצע למוצר"

מחיר שהרשת תתחייב למכור כל אחד מהמוצרים בסל לאורך כל תקופת הזכייה ובלבד שלא יעלה על מחיר הייחוס.

2.10. "מחיר מוצע לסל"

המחיר שהרשת תתחייב למכור את הסל לאורך כל תקופת הזכייה. יחושב לפי סיכום כל המחירים שהציעה הרשת עבור כל 100 מוצרי הסל הראשיים ועוד המחיר ל 13 מוצרי יסוד תוספתיים בהצעתה.

2.11. "תקופת הזכייה"

6 חודשים מהיום הקובע (להלן "התקופה הראשונה") - פלוס אופציית הארכה ל-6 חודשים נוספים (להלן "התקופה השנייה").

3. תנאי סף

זכאית להשתתף בהליך רשת שממלאת אחר התנאים הבאים:

3.1. מינימום 40 סניפים פיזיים פעילים או מחזור מכירות שנתי מעל 3 מיליארד שקל בשנת הכספים 2024.

3.2. כל סניפי הרשת צריכים להיות ממוקמים בלפחות שבעה מתוך תשעה אזורים ארציים אשר רשימתם וכתובתם יצינו מראש (נספח א2), לפי החלוקה הבאה: דרום, דרום רחוק, השרון, חיפה והקריות, ירושלים והסביבה, צפון - גליל תחתון ועמקים, צפון רחוק

– גליל עליון והגולן, שפלה ומרכז דרומי, גוש דן - בהתאם לאמור בנספח א3. (מינימום סניף אחד לאזור בשבעה מתוך תשעת האזורים).

3.3. במידה ולרשת מס' פורמטי קמעונאות ממותגים (דיסקאונט, חנויות נוחות, וכו') הרשת רשאית להציע פורמט בודד או שילוב של פורמטים ובלבד שתעמוד בדרישות סעיף 3.1 ושכל סניפי הרשת מהפורמט שהוגש או השילוב ביניהם ע"י הרשת יהיו מחויבים למחירי הסל המוצע במידה והרשת תבחר כזו.

3.4. הגשת ההצעה מהווה התחייבות לפיה כלל המוצרים שהרשת הציעה לגביהם הנחה (לפחות 85% מן המוצרים שבסל) יהיו זמינים למכירה במשך כל תקופת הזכייה ומחירים לא יעלה על המחיר המוצע עד לתום תקופת הזכייה. כמו כן, תהיה הרשת מחויבת למחיר שהציעה ביחס ל- 13 מוצרי הייסוד התוספתיים ומחירים לא יעלה על המחיר המוצע עד לתום תקופת הזכייה.

3.5. הגשת ההצעה מהווה התחייבות ביחס למוצרים להן הרשת לא הציעה מחיר (לא יותר מ-15% ממוצרי הסל), לפיה: ככל שהמוצרים אינם ברשות הרשת - היא לא תהא מחויבת למכור מוצרים אלו. יחד עם זאת, ככל שבמהלך תקופת הזכייה יוכנס מוצר מן המוצרים הללו למכירה אצל הרשת, תהיה הרשת מחויבת למכור את המוצר במחיר אשר אינו עולה על מחיר הייחוס לאותו מוצר.

3.6. ככל שהרשת מפעילה פלטפורמות מכירה מקוונות, היא מחויבת להציע את מוצרי הסל בערוצים אלו במחירים שלא יחרגו מן המחירים שהוצעו על ידי הרשת לאורך תקופת הזכייה.

3.7. הרשת אינה בעלת חשבון מוגבל, אינה נמצאת בתהליך של כינוס נכסים, פירוק, פשיטת רגל וכיוצ"ב ואין לה חובות בלתי מוסדרים למשרד.

4. פרסום קול קורא, הגשת ההצעה, בחינתה ואישורה

4.1. פרסום קול קורא

4.1.1 המשרד יפרסם קול קורא באתר האינטרנט של המשרד;

4.1.2 המשרד יפרסם את המועדים המחויבים כמפורט להלן:

- **המועד האחרון להגשת שאלות על ההליך** – כל רשת המעוניינת בכך תוכל

להעביר למשרד שאלות ובקשות להבהרה של סוגיות הנוגעות להליך זה;

- **המועד האחרון לפרסום תשובות על השאלות שהוגשו** – המשרד יפרסם

באתר מענה לשאלות שהגישו הרשתות;

- **המועד האחרון להגשת הצעות** - המועד האחרון שבו רשאיות רשתות המעוניינות בכך להגיש הצעה להשתתפות בהליך שפורסם בקול הקורא.

4.2. הגשת ההצעה

- 4.2.1. רשת המבקשת להשתתף בהליך, תגיש את הצעתה עד למועד האחרון שיקבע. הצעה שתוגש במועד מאוחר יותר מהמועד הנקוב-תפסל;
- 4.2.2. הרשת תגיש את ההצעה על גבי טופס (נספחי 1 ו 2) באתר ייעודי של משרד הכלכלה והתעשייה. הטופס יכלול פירוט המוצרים ובכלל זה: שם מוצר, מותג, מק"ט, מחלקה, קטגוריה, ספק ומחיר יחוס. הרשת תשלם על גבי הטופס את הפרטים הבאים: שם הרשת או פורמט הרשת המשתתפת, רשימת הסניפים המלאה ופריסתם וכן מחיר מוצע לכל מוצר.
- 4.2.3. במסגרת ההצעה, תציין הרשות מחיר מוצע לכל אחד ממוצרי הסל הראשיים ולכל הפחות 85% ממוצרי הסל (להלן: "**המוצרים המוצעים**"). לגבי מוצרים להן הרשת לא הציעה מחיר (כאמור, לא יותר מ-15% ממוצרי הסל) - ככל שהמוצרים אינם ברשות הרשת - היא לא תהא מחויבת למכור מוצרים אלו והמחיר שיוזן עבורם יהיה בגובה מחיר היחוס. ככל שבמהלך תקופת הזכייה יוכנס מוצר מן המוצרים הללו למכירה אצל הרשת הזוכה, יהיה הזוכה מחויב למכור את המוצר במחיר אשר אינו עולה על מחיר הייחוס לאותו מוצר.
- 4.2.4. רשימת 100 המוצרים הראשיים מורכבת מהמוצרים בעלי המכר הגבוה ביותר. ככל שברשימה הופיעו מוצרים זחים ממותגים שונים נבחר המוצר בעל המכר הגבוה ביותר.
- 4.2.5. בנוסף, הסל יכלול 13 מוצרי יסוד תוספתיים. לעניין 13 מוצרי היסוד הללו, הרשת רשאית לבחור את היצרן לפי שיקול דעתה, לרבות מותג פרטי, ומלבד שמדובר ביצרן שונה מהמוצר הדומה שנמצא ברשימת 100 המוצרים, ויעמוד באותו תיאור. ל-13 מוצרים אלה לא ייקבע מחיר ייחוס, ועל הרשת להתחייב למחיר אשר ישוקלל בסל.
- 4.2.6. המחיר המוצע לסל יחושב כסכום כולל של כל המחירים שהציעה הרשת עבור כלל מוצרי הסל, דהיינו: סכום המחירים שהוצעו עבור 100 המוצרים הראשיים, בתוספת המחירים שהוצעו עבור 13 מוצרי היסוד התוספתיים.
- 4.2.7. יצוין כי מחיר הייחוס של כל 100 המוצרים בסל הינו 1,405 ₪ כולל מע"מ (כמפורט בנספח א1). על הרשת המציעה להגיש הצעה למחיר כל אחד

מהמוצרים הראשיים בסל, כך שסה"כ המחיר לסל לא יעלה 1,405 ₪ כולל מע"מ ושההצעה למחיר מוצר בודד לא תעלה על מחיר הייחוס לאותו מוצר. לסכום זה יתווסף סכום 13 מוצרי הייסוד התוספתיים.

4.2.8. הרשת תעביר מכתב חתום על ידי מורשה חתימה בו הרשת מתחייבת כי תעמוד בכל תנאי כתב ההתחייבות (נספח ב).

4.3 בחינת ההצעות

- 4.3.1. ההצעות יובאו בפני הוועדה.
- 4.3.2. ראשית תבחן הוועדה את עמידת כלל ההצעות שהוגשו בתנאי הסף הקבועים בסעיף 3 לעיל. הצעות אשר יעמדו בתנאי הסף יועברו לשלב חישוב ההצעה הזולה ביותר.
- 4.3.3. נפסלה ההצעה בשל אי עמידה בתנאי סף - תשלח הוועדה הודעה מנומקת לרשת שהצעתה נפסלה.
- 4.3.4. בסוף ההליך, הכריזה הוועדה על ההצעה הזוכה - תשלח הוועדה הודעה מתאימה לרשת הזוכה ותיידע את הרשתות שלא זכו על החלטתה.

5. מנגנון חישוב לבחירת זוכה

- 5.1. הסל כולל 100 מוצרים מן הנמכרים ביותר בשוק המזון הקמעונאי, אותו המשרד יפרסם בצמוד למחיר יחוס לכל מוצר ברשימה סגורה יחד עם 13 מוצרי יסוד התוספתיים (נספח א1). יודגש כי רשימה זו לא תכלול תוצרת טרייה (פירות וירקות, מוצרי בשר ודגים טריים) מוצרים בפיקוח מחירים, מוצרי טבק ומשקאות חריפים.
- 5.2. המותגים שיצוינו ברשימה הינם מוצרים שמובילים את המכירות בקטגוריות הרלוונטיות.
- 5.3. כל הצעה מצד הרשתות תכלול מחיר מוצע קבוע לכל מוצר בסל ביחס למחיר היחוס.
- 5.4. לצורך החישוב, מוצרים להן הרשת לא יכולה להתחייב לספק לאורך תקופת הקמפיין (כאמור לעיל, לא יותר מ-15% ממוצרי הסל (יחושבו לפי הנחה 0%) כלומר בעלות מחיר הייחוס.
- 5.5. המחיר המוצע לסל יחושב כסך המחירים המוצעים בסל המוצרים.
- 5.6. על הרשת המציעה להגיש הצעת מחיר לכל אחד מהמוצרים הכלולים בסל 100 המוצרים, כך שסך המחיר הכולל המוצע לסל לא יעלה על 1,405 ₪ כולל מע"מ. בנוסף, תוגש הצעת מחיר עבור 13 מוצרי הייסוד התוספתיים מספקים שונים. המחירים שיוצעו

עבור מוצרי היסוד התוספתיים יסוכמו יחדיו, והסכום הכולל של 113 המוצרים יהווה את המחיר המוצע הכולל לסל.

5.7. הרשת שהמחיר המוצע לסל בהצעתה הוא המחיר הנמוך ביותר והיא עומדת במחיר המקסימום שנקבע בסעיף 5.6 לעיל – תוכרז כזוכה.

5.8. ככל שייוצר מצב של שוויון של מספר רשתות במחיר המוצע לסל עד לספרה אחת לאחר הנקודה, תיבחר הרשת בעלת מספר הסניפים המוצע הגבוה ביותר. ככל שלרשתות האמורות יש אותו מספר סניפים, רשאי המשרד לקיים הליך תחרותי נוסף בין אותן רשתות ולאפשר להן להגיש הצעה משופרת בתוך פרק הזמן שיקבע. ההצעה המשופרת הזולה ביותר תהיה ההצעה הזוכה.

6. הקמפיין

6.1. המשרד יוביל קמפיין פרסום ארצי תחת המותג "הסל של ישראל".

6.2. תקציב הקמפיין יעמוד על 50 מיליון ₪ אשר יוקצו באופן הבא: עד 25 מיליון ₪ על פני התקופה הראשונה ועד 25 מיליון ₪ אשר יוקצו על פני התקופה השנייה במידה שיוחלט על הפעלת האופציה.

6.3. ממונה קמפיין – הזוכה ימנה ממונה קמפיין שיהווה איש הקשר מול משרד הכלכלה והתעשייה.

6.4. תהליך בניית הקמפיין יתבצע בשיתוף פעולה עם ממונה הקמפיין מטעם הרשת הזוכה, לצורך התאמה מיטבית של המסרים לקהל היעד, ומתוך מטרה להדהד את המסר ולהבליט את היותה של הרשת הזוכה כרשת הזולה ביותר לאותו סל מוצרים, הכול ללא פגיעה בעצמאות המקצועית של המשרד.

6.5. תכני הקמפיין שיבנו במשותף, יאושרו ע"י אגף דוברות המשרד. בקמפיין תצוין, בין היתר, רשימת הסניפים המשתתפים בפריסה ארצית, וכן כל מידע נוסף עליו יחליטו המשרד והרשת הזוכה ובהתאם להנחיות וועדת החסויות המשרדית.

6.6. המשרד רשאי לשלב בקמפיין רכיב חינוכי לצרכנות נבונה והשוואת מחירים.

7 שקיפות לציבור ופלטפורמה דיגיטלית



- 7.1** המשרד יפעיל אתר ייעודי בו יפורסמו: רשימת סל המוצרים, מחיר היחוס של הסל והמוצרים המרכיבים אותו, שם הרשת הזוכה, המחיר המוצע של הסל אליו התחייבה הרשת הזוכה והמוצרים אליהם מתייחס כל מחיר מוצע.
- 7.2** הרשת הזוכה תהיה רשאית להציב בסניפים שלטים אודות זכייתה בהליך זה, בהתאם להנחיות שייקבעו ע"י ועדת החסויות המשרדית בדבר אופן הפרסום והפרטים שיציגו בו.

8 תקופת התכנית

- 8.1** הרשת הזוכה תתחייב לתקופה ראשונה של 6 חודשים (להלן: התקופה הראשונה).
- 8.2** לצדדים תינתן האופציה להאריך את התקופה הראשונה ב-6 חודשים נוספים באותם התנאים או בתנאים שיוסכמו על ידיהם (להלן: התקופה השנייה).
- 8.3** בקשת הרשת הזוכה למימוש האופציה להארכת הקמפיין לתקופה השנייה תוגש למשרד, בכתב, עד 30 ימי עבודה לפני תום התקופה הראשונה.
- 8.4** לוועדה סמכות לאשר את ההארכה גם במידה שהבקשה הוגשה פחות מ 30 ימי עבודה לפני תום התקופה הראשונה.
- 8.5** בהיעדר הסכמת הצדדים להארכה לתקופה השנייה, המשרד רשאי להפעיל את התוכנית בתקופה השנייה עם מי שהגיע למקום השני בהליך זה, היה והרשת השנייה תוותר, רשאי המשרד לפנות לרשת השלישית וכך הלאה, או לצאת בקול קורא חדש, בהתאם לשיקול דעתו.

9 הוועדה

- 9.1** לצורך ביצוע הוראה זו הוקמה ועדה שחבריה הם:
- 9.1.1** נציג מערך תעסוקה ועסקים – יו"ר הוועדה
 - 9.1.2** נציג אגף מסחר ושירותים – חבר וממלא מקום יו"ר הוועדה
 - 9.1.3** נציג מנכ"ל משרד הכלכלה והתעשייה – חבר
 - 9.1.4** נציג חשב משרד הכלכלה והתעשייה - חבר
 - 9.1.5** נציג מערך אסטרטגיה - חבר
 - 9.1.6** מוזמנים קבועים לוועדה:

- 9.1.6.1 מרכז הוועדה;
- 9.1.6.2 היועצת המשפטית או נציגתה

9.2 סדרי עבודת הוועדה

- 9.2.1 החלטות הוועדה תתקבלנה ברוב קולות, באין הכרעה ישמש קול היו"ר כקול מכריע.
- 9.2.2 מניין חוקי לקיום דיון וקבלת החלטות: 3 חברים, בהם היו"ר או מ"מ וחשב המשרד או נציגו.
- 9.2.3 לכל חבר ועדה ניתן למנות ממלא מקום.
- 9.2.4 עמדת היועצת המשפטית, או נציגתה, תכריע בעניינים משפטיים; עמדת החשב, או נציגו, תכריע בעניינים תקציביים.
- 9.2.5 הוועדה תנהל פרוטוקולים של ישיבותיה. הפרוטוקולים ייחתמו על ידי היו"ר או מ"מ.
- 9.2.6 הוועדה תדון ברשימת המצעים, תשקול טענות מהותיות ותכריז על הזוכה/זוכים.
- 9.2.7 הוועדה מוסמכת לפרסם הבהרות/שאלות ותשובות לכלל המתמודדים, ושומרת זכות לבצע תיקוני נוסח לא מהותיים בהוראת המנכ"ל.
- 9.2.8 הוועדה רשאית להסתייע ביועצים מקצועיים ובמשקיף ציבורי, בהתאם לשיקול דעתה.

9.3 תפקידי הוועדה

לוועדה סמכות לקבל כל החלטה הדרושה לשם הפעלת הוראה זו, ובכלל זה:

- 9.3.1 לבחון את הבקשות השונות;
- 9.3.2 לבקש מהמשתתפים הבהרות ו/או השלמות ביחס לבקשותיהם ככל שנדרש; ויובהר, כי על המשתתף למסור מענה לבקשת הוועדה בתוך 5 ימי עבודה ובהיעדר מענה במועד שייקבע, תכריע הוועדה בהתאם למידע שבידה. בסמכות הוועדה להאריך תקופה זו בהתאם לשיקול דעתה.
- 9.3.3 לדון ולהכריע באישורן/דחייתן של בקשות בהתאם לתנאי הסף ולדירוג המשתתפים בהוראה.
- 9.4 כל שינוי בכתב האישור יידרש לאישור מראש של הוועדה ושל מורשה החתימה של המשרד.

10 השגה

10.1 הרואה עצמו נפגע מהחלטת הוועדה, כולה או מקצתה, רשאי להגיש השגה מנומקת, אשר תידון בוועדה.

11 פרסום פרטי הזוכה באתר המשרד

11.1 רשת המגישה את ההצעה לפי הוראה זו, מסכימה לכך שבמידה ותזכה, יפורסם באתר האינטרנט של משרד הכלכלה והתעשייה או במקום אחר שיוחלט לגביו כל הפרטים כאמור בסעיף 7 לעיל.

11.2 המשרד רשאי לעשות שימוש בפרטי הזוכה, לרבות באמצעות מי מטעמו, לצורך מחקרים, סקרים, בחינת יעילות התוכנית או כל צורך אחר של המשרד ולפי שיקול דעתו הבלעדי.

12 פיקוח ובקרה

- 12.1 הזוכה ימציא לוועדה, למשרד, או מי מטעמם נתונים לפי דרישתם.
- 12.2 הזוכה מתחייב לאפשר בכל עת למשרד או למי מטעמו לרבות גורמים חיצוניים מטעמו לבקר את פעולותיו, לפקח על ביצוע התוכנית במועדים ובתנאים שיקבעו על ידם ולפעול על פי הנחיות המשרד, כפי שתינתנה מעת לעת.
- 12.3 גוף בקרה יערוך ניטור, בקרה, מדידה, דו"חות ועדכון הרשת הזוכה לאחר בדיקות שטח ויקבע ציוני ציון לכל ביקורת.
- 12.4 למשרד שמורה הזכות להפעיל מנגנון בקרה רציף של ביקורות שטח בסניפי הרשת לבחינת עמידה במחירים ובמלאי בסניפים השונים לאורך התקופה במספר מופעים בתדירויות שונות.
- 12.5 מנגנון הבקרה יבחן, בין היתר ומבלי לגרוע מאמות מידה נוספות, את עמידת הרשת במחירי הסל, זמינות המוצרים, עדכניות המידע, דיוק מחירים מול הקופה, וכן פרמטרים תפעוליים נוספים לפי הצורך.
- 12.6 המשרד יקים מנגנון ייעודי לקבלת פניות מן הציבור, שבאמצעותו ניתן יהיה לדווח על אי עמידה של הרשת הזוכה בהתחייבויותיה על פי תנאי כתב ההתחייבות (נספח ב).

13 ביטול זכיה

13.1 במקרים המפורטים להלן תראה הוועדה הפרה יסודית של תנאי הוראה זו ותהיה רשאית להחליט על ביטול הזכיה, בכפוף לקיומו של שימוע כדין :

13.1.1 הזוכה לא עמד בהתחייבות שהגיש במסגרת ההצעה, ובכלל זה: לא העמיד

את המוצרים המוצעים באופן רציף, מכר את המוצרים המוצעים במחירים

גבוהים מאלו שהציע או כל פעולה אחרת החורגת מהתחייבויותיו. הועדה

תבחן מהו מס' ההפרות לפי סעיף זה אשר ייחשב להפרה יסודית המצדיקה

ביטול זכיה, וזאת לאור אופי ההפרות ותכיפותן.

13.1.2 הזוכה מסר נתונים כוזבים במסגרת הגשת ההצעה או לאחריה.

13.1.3 הזוכה לא שיתף פעולה עם ביקורת המשרד, בהתאם לאמור בסעיף 12 לעיל.

13.1.4 הזוכה לא קיים הוראה שנקבעה בהוראת מנכ"ל זו, כתב האישור או כל תנאי שנקבע בהחלטת הועדה.

13.2 במקרה של הליך שימוע לזוכה זכות מענה בכתב בתוך 5 ימי עסקים ממועד קיומו של השימוע. החלטה מנומקת תימסר לזוכה ותפורסם באתר המשרד, בכפוף לכל דין.

13.3 החליט המשרד על ביטול הזכיה בשל הפרה יסודית, יהיה משרד הכלכלה והתעשייה רשאי לנקוט בהפעלת סנקציה מהותית אשר עלולה לגרור ל: (1) הפסקת הקמפיין. (2) פרסום לציבור בדבר אי עמידתה, לרבות קמפיין בעל אופי שלילי המבליט את התנאים שבהם לא עמדה (3) דרישה להחזר כספי הקמפיין שהושקעו עד ליום הפרת ההסכם.

13.4 לאחר ביטול הזכיה בשל הפרה יסודית, המשרד יהיה רשאי להפסיק את הקמפיין או לפנות לרשת שקיבלה את הציון המסכם השני הנמוך ביותר בהליך ולהציע לה להחליף את הרשת הזוכה ולהפעיל את הקמפיין. היה והרשת השנייה תוותר, רשאי המשרד לפנות לרשת השלישית וכך הלאה. כן רשאי המשרד להחליט על פרסום קול קורא חדש, בהתאם לשיקול דעתו של המשרד.

14 מניעת תיאום מחירים

14.1 ההשתתפות תיעשה בכפוף להוראות כל דין ותוך הקפדה יתרה על דיני התחרות.

15 תקציב

- 15.1 היציאה לקמפיין כפופה למגבלות התקציב או התקציב ההמשכי המאושר של המשרד ולקיומו של תקציב בתקנה התקציבית המתאימה .
- 15.2 במידה והיקף התקציב שיוקצה לתוכנית זו ישתנה (יפחת או יגדל) – תפורסם הודעה על כך באתר המשרד.

16 מועד להגשת הבקשות

מועד הגשת הבקשות יפורסם בהודעה באתר האינטרנט של המשרד.

17 פרסום

ההוראה וכל הטפסים הנחוצים להפעלתה יפורסמו באתר האינטרנט של המשרד. מועדי הגשת הבקשות, נהלי התוכנית ומשקלות לאמות המידה יפורסמו באתר האינטרנט של המשרד.

18 כללי

- 18.1 למבקשים הפוטנציאליים תעמוד האפשרות להפנות שאלות הבהרה בכתב עד למועד האחרון שיוגדר מראש. המענה לשאלות יימסר לכלל המשתתפים באופן שווה ושקוף, ויפורסם באתר הרשמי של הקמפיין. מובהר כי רק תשובות רשמיות שפורסמו על-ידי המשרד יהיו בעלות תוקף מחייב, וכל הבהרה או מידע שיימסרו בעל-פה לא יחייבו את המשרד.
- 18.2 ככל שהרשת הזוכה תחליט שלא לממש את אופציית ההארכה או לא תעמוד בהתחייבויותיה במהלך התקופה הראשונה, רשאי המשרד לפנות לרשת שהציעה את המחר לסל השני הנמוך ביותר בקמפיין, ולהציע לה להחליף את הרשת הראשונה ולהפעיל את הקמפיין. היה והרשת השנייה תוותר, רשאי המשרד לפנות לרשת השלישית וכך הלאה. בנוסף וככל שיידרש, המשרד שומר לעצמו את הזכות לפרסם הליך חדש ולפנות לגורם אחר בהתאם לשיקול דעתו, ועפ"י הוראות כל דין.
- 18.3 על כל שינוי בתנאי הוראת המנכ"ל או המועדים המפורטים במודעה, תפורסם הודעה באתר האינטרנט של המשרד.
- 18.4 למען הסר ספק, מובהר כי במקרה של סתירה או אי התאמה בין נוסח המודעה לבין הוראת המנכ"ל ונספחיה, האמור בהוראת המנכ"ל ונספחיה גובר.

- 18.5 אין בהודעה זו משום התחייבות לאישור השתתפות בתכנית למי מהפונים.
- 18.6 בחירת הזוכה לפי ההוראה יינתן על פי שיקולים ענייניים בלבד.
- 18.7 האמור בהוראה נוקט בלשון זכר אך מכון לנשים ולגברים כאחד.
- 18.8 פרטים נוספים אודות הוראת המנכ"ל ניתן למצוא באתר המשרד בכתובת: [הסל של](#)

[ישראל.](#)

19 תחולה

תוקף הוראה זו מיום חתימתה.

20 נספחים

- 20.1 נספח א'1 – טופס מילוי מחירים מוצעים - רשימת מוצרי "הסל של ישראל" (כולל מק"טים, מותגים, כמויות, מחירי יחוס). - למילוי
- 20.2 נספח א'2 – פריסת סניפים משתתפים - למילוי
- 20.3 נספח א'3 – חלוקה לאזורים גאוגרפיים – לעיון
- 20.4 נספח ב' - כתב ההתחייבות – למילוי

מוטי גמיש

המנהל הכללי

ירושלים, ו' כסלו תשפ"ה

14 ינואר 2026