

Mylan Russia

КОММЕРЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА

ООО «МАЙЛАН ФАРМА»

г. Москва

2023 год

Содержание

1. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ.....	4
2. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ	7
3. КАТЕГОРИИ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ДЕЛОВЫХ ПАРТНЕРОВ.....	9
4. КРИТЕРИИ ОТБОРА ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ДЕЛОВЫХ ПАРТНЕРОВ	10
4.1. Базовые критерии отбора Потенциальных Деловых партнеров.....	10
4.2. Критерии отбора Ретейл-дистрибьюторов.....	15
4.3. Критерии отбора Публичных дистрибьюторов.....	16
4.4. Критерии отбора Аптечных сетей.....	17
4.5. Критерии отбора Онлайн-площадок	18
5. ПРОЦЕДУРА ОЦЕНКИ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ДЕЛОВЫХ ПАРТНЕРОВ.....	1
5.1. Общие принципы проведения оценки.....	1
5.2. Процесс оценки	1
6. ПЕРИОДИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ДЕЛОВЫХ ПАРТНЕРОВ	9
6.1. Критерии переоценки для Делового партнера-Ретейл-дистрибьютора:.....	9
6.2. Критерии переоценки для Делового партнера-Публичного дистрибьютора:.....	9
6.3. Критерии переоценки для Делового партнера-Аптечной сети:.....	10
6.4. Критерии переоценки для Делового партнера-Онлайн-площадки:	11
7. ПОСТАВКА ПРОДУКЦИИ	13
7.1. Договор.....	13
7.2. Отгрузка Продукции	13
7.3. Условия оплаты	14
8. СТИМУЛИРУЮЩАЯ ПОЛИТИКА КОМПАНИИ	16
8.1. Термины и определения стимулирующей политики.....	16
8.2. Категории стимулирующих вознаграждений, доступных для Деловых партнеров	16
8.4. Дополнительные выплаты за оказание Деловым партнером маркетинговых услуг	18
8.5. Дополнительные выплаты за оказание Деловым партнером информационных услуг	18
8.6. Иные бонусы и скидки.....	18
9. ПРОЦЕДУРА УНИЧТОЖЕНИЯ.....	19

10. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ.....	20
ПРИЛОЖЕНИЕ 1. ФОРМА АНКЕТЫ ПОТЕНЦИАЛЬНОГО ДЕЛОВОГО ПАРТНЕРА	21
ПРИЛОЖЕНИЕ 2. КОНСОЛИДИРОВАННЫЕ АНТИКОРРУПЦИОННЫЕ ТРЕБОВАНИЯ	28
ПРИЛОЖЕНИЕ 3. ШАБЛОН ДОГОВОРА ПОСТАВКИ	37
ПРИЛОЖЕНИЕ 4. СТИМУЛИРУЮЩАЯ ПОЛИТИКА	63

1. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ

Любые понятия и определения, используемые в настоящей Политике, разработаны в строгом соответствии с применимыми положениями законодательства Российской Федерации, включая, помимо прочего, гражданское, антимонопольное, антикоррупционное; законодательство об обращении лекарственных средств, об основах охраны здоровья граждан и иные положения.

1.1. Анкета — документ, заполняемый Потенциальным Деловым партнером для предоставления Компании сведений, подтверждающих соответствие Потенциального Делового партнера критериям, установленным для соответствующей Категории Потенциального Делового партнера.

1.2. Аптечная сеть — крупная организация, осуществляющая розничную торговлю, хранение, перевозку и отпуск лекарственных препаратов для медицинского применения в соответствии с требованиями Федерального закона «Об обращении лекарственных средств» и иного применимого законодательства РФ, имеющая или намеревающаяся заключить прямой Договор с Компанией. Такая организация реализует Продукцию Компании Конечным потребителям.

Для целей настоящего определения под «крупной» сетью понимается совокупность двух или более аптечных организаций (ее обособленных подразделений), входящих в одну группу лиц в соответствии с Федеральным законом «О защите конкуренции», или совокупность двух и более аптечных организаций (ее обособленных подразделений), которые используются под единым коммерческим обозначением или иным средством индивидуализации.

1.3. Аффилированное лицо — любое юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, контролируемые Деловым партнером. Для целей настоящего определения «контроль» означает: (а) способность прямо или косвенное оказывать влияние на деятельность и политику юридического лица или индивидуального предпринимателя, будь то через голосующие акции или другую долю участия, по договору или иным образом; или (б) через прямое или косвенное владение более чем 50 (пятидесятью) процентами голосующих акций или долей участия в таком юридическом лице.

1.4. Группа Компании — международная группа компаний Viatris, включая саму Компанию.

1.5. Деловой партнер — юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, установившие Сотрудничество с Компанией для целей приобретения Продукции и ее последующей реализации, включая перепродажу. Во избежание сомнений, к Деловым партнерам относятся любые Категории Деловых партнеров.

1.6. Договор — прямой договор поставки Продукции, заключенный между Деловым партнером и Компанией.

1.7. ЕАЭС — Евразийский экономический союз.

1.8. Категория Делового партнера/Потенциального Делового партнера — перечисленные в Разделе 3 Политики виды Потенциальных Деловых партнеров, в зависимости от роли в товаропроводящей цепочке и типа потребителя Потенциального Делового партнера.

1.9. Коммерческий комитет — периодически собирающийся орган Компании, осуществляющий координацию деятельности по взаимодействию с Потенциальными Деловыми партнерами и Деловыми партнерами с целью принятия отдельных решений при возникновении спорных вопросов в отношении взаимодействия с Деловыми партнерами.

1.10. Компания — общество с ограниченной ответственностью «Майлан Фарма», зарегистрированное по адресу 125315, г. Москва, Вн.Тер.Г. Муниципальный Округ Аэропорт, пр-кт Ленинградский, д. 72, к. 4, ИНН: 7714780648

1.11. Конечный потребитель — физическое лицо, приобретающее Продукцию Компании самостоятельно или получающее необходимую лекарственную терапию в рамках получения медицинской помощи в ЛПУ.

1.12. ЛПУ — лечебно-профилактические учреждения, находящиеся в ведении субъектов федерации или Правительства Российской Федерации.

1.13. Онлайн-площадка — лицо, способствующее законному информированию Конечных потребителей о Продукции Компании и позволяющее осуществлять онлайн-заказы Продукции с последующим самовывозом Продукции и (или) ее доставкой Конечному потребителю.

1.14. Политика — настоящая политика по порядку взаимодействия с Потенциальными Деловыми партнерами и Деловыми партнерами Компании.

1.15. Потенциальный Деловой партнер — юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, имеющие намерение вступить в Сотрудничество с Компанией и направивших заполненную Анкету.

1.16. Продукция (или Товар) — лекарственные средства, зарегистрированные надлежащим образом на территории Российской Федерации и (или) ЕАЭС, биологически активные добавки, медицинские изделия или косметика, обращающиеся под товарным знаком Компании или Группы Компании.

1.17. Протокол заседания — документ, формируемый по результатам заседания Коммерческого комитета, в котором закрепляются принимаемые Коммерческим комитетом решения.

1.18. Публичный дистрибьютор — лицо, имеющее или претендующее на заключение прямого Договора с Компанией, у которого доля продукции (лекарственных препаратов для медицинского применения), поставляемой в рамках процедур публичных закупок лекарственных препаратов, составляет более 50% от общего товарооборота.

1.19. Ретейл-дистрибьютор — лицо, имеющее или претендующее на заключение прямого Договора с Компанией, поставляющее Продукцию Компании в аптечные сети, аптеки или другим дистрибьюторам.

1.20. Росздравнадзор — Федеральная служба по надзору в сфере здравоохранения — федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по контролю и надзору в сфере здравоохранения в России.

1.21. Сервис дистанционного заказа (далее – «СДЗ») — сайт в сети Интернет и/или приложение для мобильных устройств, работающих на операционных системах iOS, Android и WindowsMobile или иных, надлежаще зарегистрированные и действующие в соответствии с законодательством Российской Федерации, которые позволяют Конечному потребителю сделать заказ (формирование посредством сайта/приложения заявки от аптечной организации в адрес Делового партнера на поставку Продукции с целью последующей покупки Продукции в аптечной организации) непосредственно в адрес Делового партнера от аптечной организации.

1.22. Сотрудничество — договорные отношения между Компанией и Деловым партнером для целей приобретения и последующей реализации Продукции, включая их перепродажу и исполнение всех необходимых обязательств, связанных с этим (контроль качества, фармаконадзор, требования надлежащих практик и т.д.).

1.23. FMV (Fair Market Value) – средняя рыночная стоимость товаров/услуг, сложившаяся для определенной категории товаров/услуг на рынке за текущий или предыдущий финансовый год, при определении которой используются данные проведенного выбранной в соответствии с процедурами Компании третьей стороной исследования.

1.24. GDP (Good Distribution Practice) — надлежащая дистрибьюторская практика, установленная применимыми нормативными правовыми актами, включая, но не ограничиваясь, Решение Совета Евразийской экономической комиссии от 03.11.2016 № 80 «Об утверждении Правил надлежащей дистрибьюторской практики в рамках Евразийского экономического союза» и Приказ Минздрава России от 31.08.2016 № 646н «Об утверждении Правил надлежащей практики хранения и перевозки лекарственных препаратов для медицинского применения».

2. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Целью настоящей Политики является определение единых принципов по коммерческому взаимодействию между Компанией и ее Деловыми партнерами в России. Основные коммерческие условия, действующие между Компанией и соответствующим Деловым партнером, всегда отражаются в Договоре, но основаны на принципах, изложенных в настоящей Политике. Политика регулируется применимым российским законодательством и комплаенс-требованиями Компании, перечисленными в Приложении 2 Политики.

2.1. Сфера применения

Политика применяется ко всем сотрудникам Компании, которые прямо или косвенно взаимодействуют с Деловыми партнерами. Политика также распространяет свое действие и на отношения с Потенциальными Деловыми партнерами.

Контроль за исполнением настоящей Политики осуществляется Коммерческим отделом, Финансовым отделом, Юридическим отделом и Отделом качества в зависимости от применяемых положений Политики.

2.2. Основные принципы и цели

Являясь одной из ведущих международных фармацевтических компаний, Компания должна вести свою деятельность добросовестно и в соответствии с законодательством всех стран, в которых она представлена.

Компания понимает свою социальную ответственность в области здравоохранения, и принимает все меры, необходимые для успешного достижения своей основной цели: содействие в улучшении здоровья человека посредством разработки и поставки на фармацевтический рынок (в частности, на российский фармацевтический рынок), безопасных и действенных лекарственных препаратов. Действуя таким образом, Компания устанавливает строгие стандарты как для себя, так и для Деловых партнеров. Компания тщательно изучает своих Деловых партнеров и ожидает от них соблюдения требований Компании в части предполагаемого качества Продукции и деловой этики. Для целей настоящей политики Деловые партнеры компаний, входящих в Группу Компании в России, воспринимаются и оцениваются не в качестве новых контрагентов (Потенциальных Деловых партнеров).

Настоящая Политика направлена на:

- (a) поддержание эффективной дистрибьюторской системы в России, которая будет обеспечивать своевременную и бесперебойную поставку Продукции, а также соответствующее качество и безопасность Продукции;
- (b) обеспечение конкурентоспособности Продукции Компании на всех сегментах рынка и обеспечение ее наличия на российском рынке таким образом, чтобы Конечные потребители имели достаточный доступ к Продукции;
- (c) обеспечение прозрачного, недискриминационного и беспристрастного подхода к сотрудничеству со всеми Деловыми партнерами, включая Потенциальных Деловых партнеров с учетом применимых норм права в юрисдикции;
- (d) поддержание репутации Компании как надежного и выгодного партнера и обеспечение строгого соблюдения требований применимого российского и международного законодательства, а также высоких этических принципов;

- (e) защиту экономических, финансовых и правовых интересов и репутации Компании при дистрибуции Продукции в России.

3. КАТЕГОРИИ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ДЕЛОВЫХ ПАРТНЕРОВ

С целью осуществления справедливого и равного подхода отбора для всех Потенциальных Деловых партнеров Компания настоящим устанавливает Категории Потенциальных Деловых партнеров, необходимые для разграничения критериев отбора Потенциальных Деловых партнеров, в зависимости от характера осуществляемой Потенциальным Деловым партнером хозяйственной деятельности, а также от характера потенциального Сотрудничества между Потенциальным Деловым партнером и Компанией.

Компания использует следующие Категории Потенциальных Деловых партнеров:

1. Ретейл-дистрибьютор;
2. Публичный дистрибьютор;
3. Аптечная сеть;
4. Онлайн-площадка.

Для отнесения Потенциального Делового партнера к определённым выше категориям Потенциальные Деловые партнеры проходят оценку соответствия критериям той или иной категории, закрепленным в соответствующих подразделах Раздела 4 Политики.

4. КРИТЕРИИ ОТБОРА ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ДЕЛОВЫХ ПАРТНЕРОВ

4.1. Базовые критерии отбора Потенциальных Деловых партнеров

При рассмотрении Потенциальных Деловых партнеров с целью возможного Сотрудничества Компания обращает внимание на следующие базовые критерии:

- Предоставление необходимой документации;
- Правоспособность;
- Финансовая состоятельность;
- Деловая репутация;
- Базовые коммерческие критерии;
- Базовые критерии технической оснащенности и соблюдение требований по качеству и GDP;
- Любые дополнительные критерии, которые могут быть установлены Компанией.

4.1.1. Предоставление необходимой документации

Для возможности проведения оценки каждый Потенциальный Деловой партнер предоставляет Компании следующие документы (оригиналы или копии, скрепленные печатью и подписью уполномоченного представителя Потенциального Делового партнера):

- (1) учредительные документы со всеми соответствующими изменениями и дополнениями;
- (2) свидетельство о государственной регистрации в качестве юридического лица;
- (3) выписка из Единого государственного реестра юридических лиц, выданная не ранее, чем за два месяца до обращения к Компании с предложением к Сотрудничеству;
- (4) свидетельство, подтверждающее постановку на учет Потенциального Делового партнера в соответствующем налоговом органе в качестве юридического лица;
- (5) лицензия на осуществление фармацевтической деятельности, действующая на момент обращения к Компании о Сотрудничестве и в течение всего срока действия Договора (неприменимо для Онлайн-площадок);
- (6) решение о назначении Генерального директора Потенциального Делового партнера;
- (7) решение/приказ о назначении Главного бухгалтера Потенциального Делового партнера;
- (8) список лиц, уполномоченных на подписание от имени Потенциального Делового партнера (доверенность), и образцы подписей;
- (9) финансовая отчетность за последние 2 отчетных года (Форма 1 и Форма 2) (не применяется в отношении новых компаний);
- (10) Анкета, заполненная по форме, утвержденной в Приложении 1 к Политике:

Коммерческий отдел ответственен за сбор вышеуказанных документов в отношении Потенциального Делового партнера. Проверка на соответствие Потенциального Делового партнера

критериям правоспособности и финансовой стабильности проводится коммерческим отделом, финансовым отделом и юридическим отделом Компании.

4.1.2. Правоспособность

Целью применения критерия правоспособности является анализ правовых, рисков, связанных с установлением / продолжением деловых отношений с Потенциальным Деловым партнером на основе предоставленной Потенциальным Деловым партнером информации, а также информации, полученной от государственных органов, официальных или открытых источников.

Основные условия соответствия Потенциального Делового партнера критериям правоспособности:

1. Надлежащая регистрация в качестве юридического лица и соблюдение всех процедур корпоративного управления, установленных законодательством Российской Федерации;
2. Наличие и предоставление Компании документации, указанной в п. 4.1.1 Политики;
3. Подтверждение полномочий лица, представляющего Потенциального Делового партнера;
4. Отсутствие действующих процедур по ликвидации, инициированных в отношении Потенциального Делового партнера в качестве юридического лица, признаков банкротства и процедур по банкротству, инициированных в отношении Потенциального Делового партнера;
5. Отсутствие в открытой базе данных по адресу: <https://bankrot.fedresurs.ru> информации о банкротстве Потенциального Делового партнера;
6. Отсутствие решений контролирующих и (или) судебных органов о приостановлении деятельности Потенциального Делового партнера
7. Наличие действующей лицензии на фармацевтическую деятельность и иных необходимых лицензий и разрешений, действующих в течение срока действия Договора (кроме Онлайн-площадок).

4.1.3. Финансовая состоятельность

1. Соблюдение Потенциальным Деловым партнером требований российского законодательства о предоставлении бухгалтерской отчетности;
2. Отсутствие задолженности по налогам, сборам или иным обязательным платежам, причитающимся в государственный бюджет на любом уровне или в государственные внебюджетные фонды, или иным третьим лицам на основании соответствующих судебных решений за предшествующий календарный год в сумме, представляющей более 25% от балансовой стоимости активов Потенциального Делового партнера в соответствии с его финансовой отчетностью за 2 (два) последних отчетных периода;
3. Предоставление применимой финансовой отчетности за установленный Политикой отчетный период;
4. Отсутствие исполнительных производств и судебных дел, по которым Потенциальный Деловой партнер является ответчиком, где размер предъявленных требований (суммарно) превышает 25% балансовой стоимости активов Потенциального Делового партнера;

5. Финансовое состояние Потенциального Делового партнера, согласно предоставленным бухгалтерским документам, должно быть устойчиво и соответствовать следующим критериям:
- Коэффициент текущей ликвидности на конец отчетного периода = стр. 1200 Бухгалтерского баланса/стр. 1500 Бухгалтерского баланса =>1
 - Коэффициент финансовой автономии (отношение собственного капитала к общей сумме активов) стр 1300 Бухгалтерского баланса / стр. 1600 Бухгалтерского баланса =>5%
 - Период погашения кредитов и займов (кол-во месяцев) = (строка 1510 Бухгалтерского баланса + стр 1410 Бухгалтерского баланса) / стр 2110 Отчета о финансовых результатах <=1.
6. Компания оставляет за собой право использовать рейтинговые агентства для проверки финансовой устойчивости Потенциального Делового партнера

4.1.4. Деловая репутация

Целью применения критерия деловой репутации является выполнение полноценной оценки рисков, в том числе связанных с несоблюдением Потенциальным Деловым партнером, его Афффилированными лицами, владельцами и конечными бенефициарными владельцами, членами семьи, законными представителями, сотрудниками и контрагентами, включая любых других посредников, действующих в интересах Потенциального Делового партнера, законодательства о противодействии коррупции в государственном и частном секторах, легализации незаконно полученных денежных средств и всех законов, регулирующих отношения с государственными служащими, служащими международных государственных организаций, специалистами в области здравоохранения, персоналом медицинских учреждений, служащими компании, служащими некоммерческих организаций и членами политических партий, если такие законы применяются в каждом конкретном случае.

Критерий деловой репутации подробно изложен в соответствующем разделе Приложения 2 к Политике.

4.1.5. Базовые коммерческие критерии

Целью применения базовых коммерческих критериев является установление приоритетов коммерческого взаимодействия Компании с Потенциальными Деловыми партнерами, установление справедливых, объективных и экономически обоснованных порогов инициирования Сотрудничества с Потенциальными Деловыми партнерами для их последующей категоризации с учетом обозначенных в настоящей Политике Категорий Потенциальных Деловых партнеров. Кроме того, целью применения базовых коммерческих критериев является проведение оценки соответствия ожиданиям Компании в части возможных коммерческих результатов Сотрудничества с Потенциальным Деловым партнером. Перечень базовых коммерческих критериев и их значение отличаются для различных Категорий Потенциальных Деловых партнеров. Указанные критерии представлены в таблице ниже и могут применяться также к Афффилированным лицам Потенциального Делового партнера для целей оценки:

Критерий	Публичный дистрибьютор	Ретейл-дистрибьютор	Аптечная сеть	Онлайн-площадка
----------	------------------------	---------------------	---------------	-----------------

Валовый оборот в соответствующем сегменте рынка (публичный или коммерческий) за последний полный год, млрд. руб.	$\geq 19^1$	$\geq 62^2$	$\geq 61^3$	$\geq 9^4$
Предоставление Потенциальным Деловым партнером отчетов об остатках и продажах Продукции, поставленной в рамках Договора с Компанией в соответствии с требованиями Компании через систему Компании в ежедневном автоматическом режиме или иным способом, который используется Компанией	+	+	⁺⁵	+
Отсутствие расторжения ранее заключенного Договора (включая расторжение с участниками Группы Компании) в течение 3 (трех) предыдущих лет, за исключением случаев расторжения Договора по взаимному согласию Сторон	+	+	+	+
Наличие опыта работы с Продукцией Компании	⁺⁶	+	+	+
Срок присутствия на рынке, лет ⁷ . Для целей настоящего критерия срок присутствия отсчитывается с момента получения соответствующей лицензии на фармацевтическую деятельность	≥ 5	≥ 3	≥ 3	≥ 3

¹ Продажи в рамках процедур публичных закупок.

² В коммерческом сегменте рынка лекарственных препаратов.

³ В коммерческом сегменте рынка лекарственных препаратов.

⁴ В коммерческом сегменте рынка лекарственных препаратов.

⁵ Включая информацию о перемещении и остатках Продукции в аффилированных аптечных организациях.

⁶ Не по Договорам, заключенным с Компанией и/или наличие опыта работы в терапевтических сегментах соответствующих Продукции Компании.

⁷ Не применимо к ситуациям реорганизации, ликвидации или иным ситуациям, включая случаи правопреемства.

4.1.6. Базовые критерии технической оснащенности и соблюдение требований по качеству и GDP

Целью применения критериев технической оснащенности является предъявление особых требований в отношении контроля качества Продукции. К таким критериям, применительно к Потенциальным Деловым партнерам, относятся следующие:

1. наличие лица, ответственного за внедрение и обеспечение системы качества, имеющего высшее или среднее фармацевтическое образование;
2. наличие достаточного количества сотрудников для осуществления складских операций;
3. соответствие применимым требованиям по GDP (например, Решение Совета Евразийской экономической комиссии от 03.11.2016 N 80 «Об утверждении Правил надлежащей дистрибьюторской практики в рамках Евразийского экономического союза»);
4. наличие системы управления качеством, включая: процедуры руководства по качеству, внедрение системы управления изменениями, внедрение плана корректирующих и предупреждающих действий;
5. наличие на любом законном праве складских помещений и оборудования, используемых для хранения Продукции, соответствующих требованиям действующего законодательства и нормативной документации на Продукцию;
6. наличие транспортных средств, осуществляющих транспортировку и доставку лекарственных средств, соответствующих требованиям действующего законодательства и нормативной документации на Продукцию, либо действующего контракта с курьерской службой, представляющей услуги по транспортировке и доставке лекарственных средств, отвечающих данным требованиям;
7. обеспечение надлежащей работы с маркированными лекарственными средствами и обмену данными через МДЛП в соответствии с Постановлением Правительства РФ от 14.12.2018 N 1556 «Об утверждении Положения о системе мониторинга движения лекарственных препаратов для медицинского применения»;
8. обеспечение соответствия любого из своих контрагентов, участвующих в цепочке поставок Продукции в России, тем же или более высоким стандартам качества (путем включения соответствующих положений в договоры с такими контрагентами или иным образом);
9. наличие и постоянное поддержание системы фармаконадзора, с учетом применимых положений российского законодательства, включая, но не ограничиваясь, Приказ Росздравнадзора от 15.02.2017 № 1071 «Об утверждении Порядка осуществления фармаконадзора»;
10. проведение надлежащего обучения работников в отношении обязательств по фармаконадзору в соответствии с основополагающими письменными процедурами каждой стороны и требованиями законодательства Российской Федерации или ЕАЭС.
11. готовность осуществлять самовывоз Продукции со склада Компании за свой счет.

4.2. Критерии отбора Ретейл-дистрибьюторов

4.2.1. Коммерческие критерии

Целью применения коммерческих критериев является проведение оценки соответствия ожиданиям Компании в части осуществления хозяйственной деятельности по дистрибуции лекарственных препаратов в ретейл-сегменте.

При этом любой Ретейл-дистрибьютор должен соответствовать следующим коммерческим критериям:

1. Общий оборот Ретейл-дистрибьютора в соответствии с общеизвестными рейтингами дистрибьюторов по данным аналитических агентств по выбору Компании должен составлять не менее 1 % от общего оборота всего соответствующего коммерческого сегмента за последний полный календарный год, за период которого сформирован рейтинг
2. Представленность в общеизвестных рейтингах дистрибьюторов (по выбору Компании), позиция по данным аналитических агентств, позиция не менее ТОП-10 в коммерческом сегменте (по данным аналитических агентств по выбору Компании по результату последнего полного календарного года, за период которого сформирован рейтинг).
3. Ретейл-дистрибьютор для целей обеспечения географического покрытия имеет не менее 5 (пяти) филиалов/региональных складов на территории РФ.

4.3. Критерии отбора Публичных дистрибьюторов

4.3.1. Коммерческие критерии

Целью применения коммерческих критериев является проведение оценки соответствия ожиданиям Компании в части осуществления хозяйственной деятельности по дистрибуции лекарственных препаратов в сегменте государственных закупок.

При этом любой Публичный дистрибьютор должен обязательно соответствовать следующим коммерческим критериям:

1. Публичный дистрибьютор должен иметь документ, подтверждающий специализацию в конкретном терапевтическом сегменте (например, письмо-подтверждение, предоставленное в печатном виде или в виде скана за подписью и печатью).
2. Доля продаж лекарственных препаратов сегмента государственных закупок (т.е. препаратов, преимущественно реализуемых в рамках процедуры публичных закупок лекарственных средств) в структуре продаж Публичного дистрибьютора составляет не менее 50%, подтвержденная официальным письмом Публичного дистрибьютора за подписью и печатью с приложением соответствующего отчета.

4.4. Критерии отбора Аптечных сетей

4.4.1. Коммерческие критерии

Целью применения коммерческих критериев является проведение оценки соответствия ожиданиям Компании в части осуществления хозяйственной деятельности по дистрибуции лекарственных препаратов в аптечном сетевом сегменте.

При этом любая Аптечная сеть должна соответствовать следующим коммерческим критериям:

1. Аптечная сеть должна быть представлена в общеизвестных рейтингах Аптечных сетей на позиции не менее ТОП-10 в коммерческом сегменте (по данным аналитических агентств по выбору Компании по результату последнего полного календарного года, за период которого сформирован рейтинг).
2. Аптечная сеть должна быть представлена в общеизвестных рейтингах Аптечных сетей с долей в рынке РФ не менее 1% в коммерческом сегменте (по данным аналитических агентств по выбору Компании по результату последнего полного календарного года, за период которого сформирован рейтинг).
3. Обеспечение Аптечной сетью предоставления фискальной отчетности по продажам Продукции в аффилированных аптечных организациях, содержащего фискальные данные (Фискальные данные - фиксируемая на контрольной ленте и в фискальной памяти информация о наличных денежных расчетах и (или) расчетах с использованием платежных карт, согласно ФЗ от 22.05.2003 № 54-ФЗ «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт») за последний закрытый бухгалтерский период.
4. Предоставление Аптечной сетью подтверждения аффилированности аптек сети и юридического лица Аптечной сети, для обеспечения которых планирует приобретать Продукцию Компании. Для этих целей Аптечная сеть предоставляет сканы действующих агентских или иных соглашений, а также реестр данных соглашений с указанием реквизитов соглашений, заверенный подписью и печатью Аптечной сети.
5. Обеспечение Аптечной сетью географического покрытия не менее, чем в 10 (десяти) регионах Российской Федерации.
6. Предоставление детализированного отчета, подтверждающего ежегодную долю продаж лекарственных препаратов Аптечной сети в сегменте офлайн (не дистанционных) продаж, должна составлять не менее 70% от общего числа продаж Аптечной сети в течение двух последних лет.
7. Предоставление информационного письма о готовности предоставления Аптечной сетью банковской гарантии для обеспечения обязательств по Договору. Принятие банковской гарантии (утверждение банка и условий) – на стороне Компании.

4.5. Критерии отбора Онлайн-площадок

4.5.1. Коммерческие критерии

Целью применения коммерческих критериев является проведение оценки соответствия ожиданиям Компании в части осуществления хозяйственной деятельности по дистрибуции лекарственных препаратов в онлайн сегменте.

При этом любая Онлайн-площадка должна соответствовать следующим коммерческим критериям:

1. Предоставление детализированного отчета, подтверждающего ежегодную долю продаж лекарственных препаратов Онлайн-площадки в сегменте дистанционных продаж, должна составлять не менее 70% от общего числа продаж Онлайн-площадки в течение двух последних лет.
Указанный отчет должен содержать следующую информацию: период продаж, способ формирования заказа Конечного потребителя и соответствующая доля онлайн/оффлайн продаж.
2. Онлайн-площадка должна быть представлена в общеизвестных рейтингах онлайн-площадок аналитических агентств с позицией не менее ТОП-10 (общеизвестные рейтинги по выбору Компании по результату последнего полного календарного года, за период которого сформирован рейтинг).
3. Общий оборот Онлайн-площадки в соответствии с общеизвестными рейтингами Онлайн-площадок по данным аналитических агентств по выбору Компании должен составлять не менее 1 % от общего оборота всего коммерческого сегмента по результату последнего полного календарного года, за период которого сформирован рейтинг.
4. Предоставление документа (например, справки от регистратора доменных имен или иных документов), подтверждающего принадлежность (на любом законном основании) онлайн ресурса и/или мобильного приложения для осуществления продаж/информирования Конечных потребителей юридическому лицу Онлайн-площадки или его Аффилированным лицам.
5. Предоставление информационного письма о готовности предоставления Онлайн-площадкой банковской гарантии для обеспечения обязательств по Договору. Принятие банковской гарантии (утверждение банка и условий) – на стороне Компании.

5. ПРОЦЕДУРА ОЦЕНКИ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ДЕЛОВЫХ ПАРТНЕРОВ

5.1. Общие принципы проведения оценки

Оценка Потенциальных Деловых партнеров базируется на следующих принципах:

- Единые равные критерии оценки Потенциальных Деловых партнеров;
- Открытое и объективное принятие решений;
- Соблюдение действующего российского законодательства, включая применимые положения антикоррупционного законодательства.

Компания по своему усмотрению принимает окончательное решение о том, вступать в сотрудничество с Потенциальным Деловым партнером или нет:

- Потенциальный Деловой партнер, который не полностью соответствует критериям, имеет право предложить партнерство с Компанией;
- На основании решения, установленного в Протоколе заседания Коммерческого комитета, Компания может вступить в Сотрудничество с Потенциальным Деловым партнером, который не полностью соответствует критериям, если для такого сотрудничества существуют экономические или технологические объективные причины. Потенциальный Деловой партнер должен доказать такие экономические или технологические объективные преимущества. Компания оценивает каждое такое решение на соответствие российскому антимонопольному законодательству.

Компания принимает решение о будущем Сотрудничестве или об отказе в Сотрудничестве с Потенциальным Деловым партнером на основе анализа информации и документов, предоставленных Потенциальным Деловым партнером с целью подтверждения соблюдения им описанных в настоящей Политике критериев.

5.2. Процесс оценки

Заключение Договора поставки с Потенциальным Деловым партнером предусматривает следующие действия:

- (1) получение предложения о сотрудничестве/поставке Продукции от Потенциального Делового партнера (по электронной почте) в виде официального подписанного письма от Делового Партнера за подписью и печатью уполномоченных лиц;
- (2) уведомление Потенциального Делового партнера о том, что должна быть проведена проверка, и отправка списка требуемых документов и сведений, указанных в данной Политике, посредством отправки Интернет-ссылки на данную Политику. Проведение оценки производится в следующем порядке:

№ п/п	Этап	Ответственный отдел Компании
1.	Направление Потенциальным Деловым партнером заполненной Анкеты и	Не применимо

	комплекта документов, предусмотренных настоящей Политикой для прохождения процедуры оценки.	
2.	Оценка полноты направленного Потенциальным Деловым партнером комплекта документации. Запрос дополнительных документов, необходимых для обеспечения полноты комплекта.	Коммерческий отдел
3.	Направление Потенциальным Деловым партнером дополнительных документов, запрошенных Компанией, необходимых для прохождения процедуры оценки (если применимо).	Не применимо
4.	Оценка правоспособности Потенциального Делового партнера.	Юридический отдел
5.	Оценка финансовой состоятельности Потенциального Делового партнера.	Финансовый отдел
6.	Проведение оценки критериев технической оснащенности Делового партнера	Отдел Качества
7.	В случае обнаружения несоответствия критериям правоспособности и (или) финансовой состоятельности принятие решения Компанией о невозможности проведения оценки критериев технической оснащенности и коммерческих критериев Потенциального Делового партнера.	Исключения могут приниматься на Коммерческом комитете
8.	Проведение оценки коммерческих критериев Потенциального Делового партнера. Данный этап включает также определение Категории Потенциального Делового партнера для выбора надлежащих критериев оценки.	Коммерческий отдел
9.	Принятие решения о заключении Договора	Генеральный директор

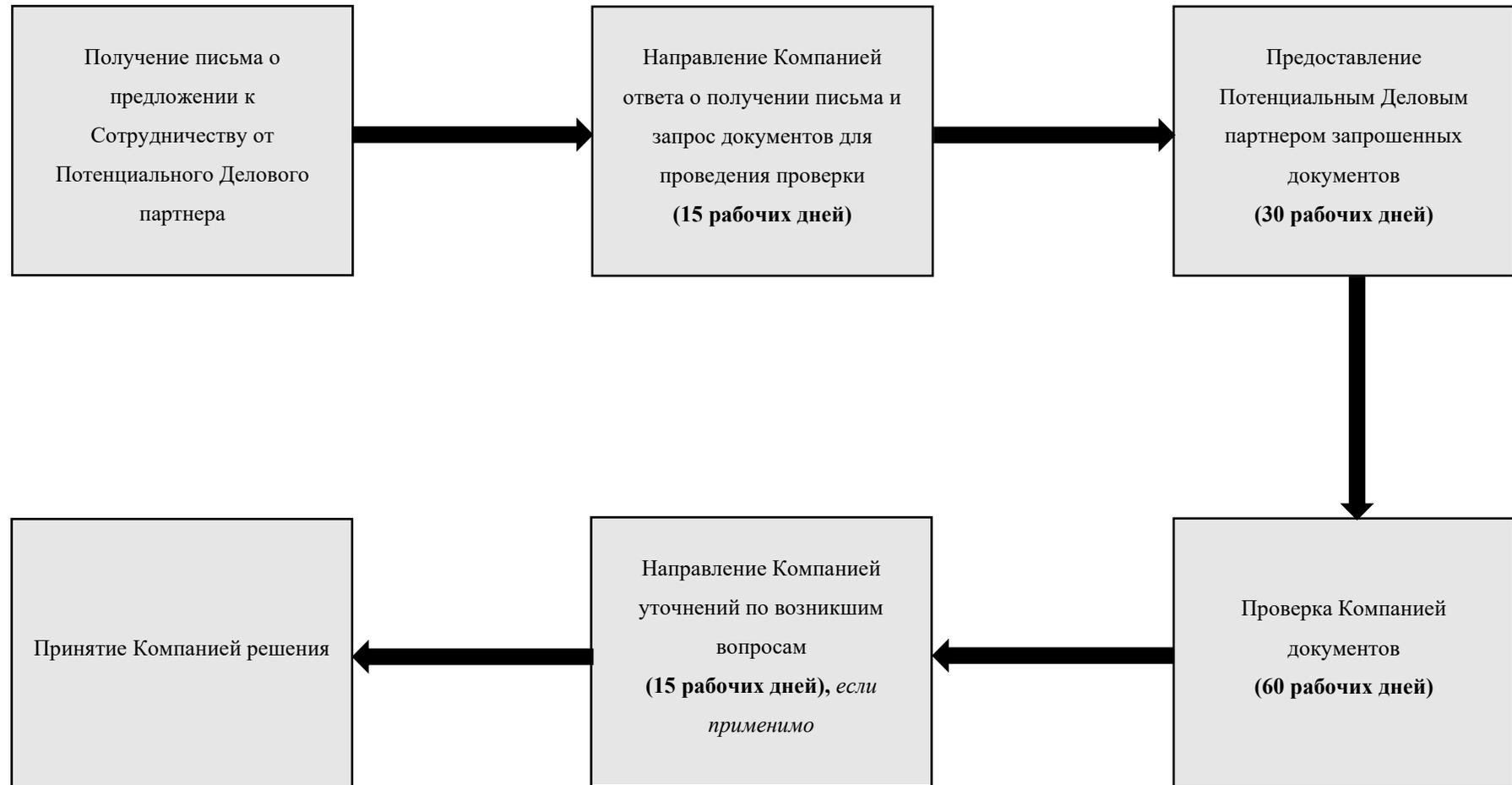
(3) оценка проводится в сроки, указанные в блок-схеме в п. 5.2.1 Политики с даты получения полного пакета документов и сведений в отношении того, являются ли достаточными

предоставленные документы и сведения для проведения проверки, сбор информации из открытых источников;

- (4) при необходимости, как указано в таблице выше, проводится запрос недостающих документов и сведений от Потенциального Делового партнера;
 - в ходе проверки ответственные представители Компании могут задавать вопросы Потенциальному Деловому партнеру в письменной форме (по электронной почте) в целях получения дополнительных разъяснений. При ответе на подобного рода вопросы Потенциальный Деловой партнер должен сообщить в письменной форме (по электронной почте) всю информацию, имеющуюся у него по поставленному вопросу, или уведомить об отсутствии такой информации;
- (5) при необходимости предложение об устранении Потенциальным Деловым партнером неточностей в предоставленных документах и/или информации, и приостановление проверки на срок, который может потребоваться Потенциальному Деловому партнеру для устранения таких неточностей, но не более чем на срок, указанный в блок-схеме в п. 5.2.1 Политики с момента направления Деловому партнеру предложения об устранении неточностей в предоставленных документах и/или информации.

5.2.1. Сроки оценки/проверки

Порядок проведения проверки поэтапно описан на блок-схеме ниже:



Срок проведения оценки может быть приостановлен в случаях и на срок, предусмотренные в настоящей Политике. Указанный максимальный срок оценки/проверки не включает в себя срок, на который приостанавливается проведение проверки, в том числе в случае необходимости устранения Потенциальным Деловым партнером неточностей в предоставленной информации и/или документах. Предельный срок оценки/проверки и принятия решения Компанией составляет не более 150 (ста пятидесяти) рабочих дней с учетом возможных приостановлений оценок/проверок Потенциального Делового партнера. В случае если срок оценки/проверки превышает 150 (сто пятьдесят) рабочих дней, то оценка/проверка прекращается, а повторное обращение возможно не менее чем через 1 (один) календарный год. Если в течение 60 (шестидесяти) рабочих дней после отправки Договора, он не будет подписан обеими Сторонами, то оценка и соответствующие результаты проверки не считаются проведенными, а последующее обращение Потенциального Делового партнера с предложением о Сотрудничестве также возможно не менее чем через 1 (один) календарный год.

5.2.2. Данные, полученные от государственных органов

В ходе процесса оценки/проверки Потенциального Делового партнера Компания также может запросить информацию у уполномоченных государственных органов, местных государственных органов Российской Федерации и иностранных государств в соответствии с применимым правом. До получения ответов на соответствующие запросы рассмотрение документов, проведение оценки/проверки соответствующего Потенциального Делового партнера приостанавливается.

5.2.3. Решение

По результатам проверки Потенциального Делового партнера на соответствие критериям, настоящей Политики Компания принимает одно из следующих решений:

- если Потенциальный Деловой партнер соответствует всем критериям, указанным в Политике, кандидатура Потенциального Делового партнера подлежит утверждению, согласовываются коммерческие условия, и с Потенциальным Деловым партнером заключается (или продлевается, если применимо) Договор, или
- если Потенциальный Деловой партнер не соответствует какому-либо из критериев, указанных в настоящей Политике — принимается решение об отказе от заключения/продления (если применимо) Договора с Потенциальным Деловым партнером.

5.2.4. Форма уведомления

В случае принятия Компанией решения в соответствии с п. 5.2.3. настоящей Политики Потенциальному Деловому партнеру в течение 30 рабочих дней с даты принятия соответствующего решения по электронной почте направляется письмо с информированием о принятом Компанией решении в части одобрения Потенциального Делового партнера и заключения Договора или об отказе от заключения Договора поставки с указанием причин отказа.

5.2.5. Задачи и обязанности сотрудников

Коммерческий отдел Компании несет ответственность за инициирование соответствующих процедур проверки в отношении Потенциальных Деловых партнеров в соответствии с настоящей Политикой, включая, в том числе, прозрачное и открытое общение с Потенциальным Деловым партнером в процессе исполнения Договора.

5.2.6. Отказ в Сотрудничестве

Отказ в Сотрудничестве применим как к Потенциальным Деловым партнерам, так и к действующим Деловым партнерам.

5.2.6.1. Отказ на этапе оценки

Как указано выше, Компания принимает решение о будущем Сотрудничестве или об отказе в Сотрудничестве с Потенциальным Деловым партнером на основе анализа информации и документов, предоставленных Потенциальным Деловым партнером с целью подтверждения соблюдения им описанных в настоящей Политике критериев.

Если имеется какое-либо официальное заявление со стороны любого компетентного государственного органа в отношении участия Потенциального Делового партнера или его владельцев, сотрудников или Аффилированных лиц в любых коррупционных действиях, налоговых, таможенных, антимонопольных или иных правонарушениях, непосредственно связанных с обычной хозяйственной Потенциального Делового партнера/любых его Аффилированных лиц, то Компания вправе приостановить соответствующую оценку и воздержаться от принятия решения в отношении заключения Договора до момента получения от компетентного государственного органа официального ответа о результатах проверки обстоятельств, послуживших причиной обнародования соответствующего заявления.

Компания также вправе отказать в Сотрудничестве, если из обстановки будет очевидно, что указанный выше ответ компетентного государственного органа о результатах проверки обстоятельств, послуживших причиной обнародования соответствующего заявления, будет получен с существенным превышением срока проведения проверки Потенциального Делового партнера. Под существенным превышением срока проверки понимается превышение, указанного в настоящем Разделе Политики срока на 60 (шестьдесят) рабочих дней.

В случае отказа Потенциального Делового партнера в предоставлении документов или получения Компанией заведомо ложной информации и документов в ходе проверки, включая, но не ограничиваясь, комплексной проверки ФСРА, Ежегодной Сертификации третьего лица, Компания сохраняет за собой право на отказ в Сотрудничестве вследствие необходимости действовать с должной осмотрительностью в отношениях с Деловыми партнерами (включая Потенциальных).

Компания сохраняет за собой право на отказ в Сотрудничестве с Деловым партнером (включая Потенциальных) в случае следующих действий (или статуса) Потенциального Делового партнера или Делового партнера (в рамках периодической оценки):

- отказа в предоставлении документов, перечисленных в настоящей Политике, или в случае, если предоставленные документы содержат недостоверную или ложную информацию;
- отказа в заполнении Анкеты комплексной проверки ФСРА или в случае, если предоставленная информация содержит недостоверные или ложные данные;
- отказа в возможности проведения аудита Компанией или назначенным ей третьим лицом с целью периодической оценки соблюдения им требований настоящей Политики и включения данного положения в Договор;

- несоответствия какому-либо из применимых критериев, перечисленных в настоящей Политике;
- в иных случаях, предусмотренных настоящей Политикой.

В случае принятия Компанией решения об отказе в Сотрудничестве с Потенциальным Деловым партнером последующая подача последней новой заявки для Сотрудничества возможна исключительно по прошествии 1 (одного) календарного года с момента принятия решения об отказе. Коммерческий комитет вправе рассмотреть возможность более ранней повторной оценки при предоставлении Потенциальным Деловым партнером валидных подтверждений устранения ранее выявленных недостатков, если устранение таких недостатков возможно с учетом их специфики.

Отказ в заключении Договора, а также, любые исключения из настоящей процедуры по любым причинам, связанным и/или не связанным с несоответствием Потенциального Делового партнера критериям, указанным в настоящей Политике, утверждаются Коммерческим комитетом.

5.2.6.2. *Отказ от Договора*

Компания сохраняет за собой право на односторонний отказ от Договора, подписанного с Деловым партнером, в следующих случаях:

- непрохождение антикоррупционного тренинга в течение 30 (тридцати) дней с даты получения электронного уведомления в связи с заключением/продлением Договора с Компанией;
- отказ Делового партнера в проведении аудита (по запросу Компании) Компанией или назначенным ей третьим лицом с целью оценки соблюдения им требований настоящей Политики и включения данного положения в Договор;
- отказ Делового партнера предоставлять отчеты о продажах и остатках препаратов Компании или предоставление таких отчетов с задержкой, превышающей 30 (тридцать) календарных дней по отношению к сроку, предусмотренному соответствующим Договором;
- получения сведений о недобросовестности конкретного Делового партнера. К таким сведениям, в частности, могут относиться: включение Делового партнера в реестр недобросовестных поставщиков в соответствии с Федеральным законом от 05.04.2013г. № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг, для обеспечения государственных и муниципальных нужд», привлечение Делового Партнера, любых его аффилированных лиц к административной ответственности за недобросовестную конкуренцию (ст.14.33 Кодекса РФ об административных правонарушениях) или иные подобные нарушения законодательства.
- получение иных сведений о Деловом партнере, которые могут отрицательно повлиять на исполнение Деловым партнером своих обязательств в соответствии с Договором, а именно: официальное заявление со стороны любого уполномоченного государственного органа, в отношении участия (потенциального) Делового партнера или его владельцев, сотрудников или Аффилированных юридических лиц в любых коррупционных действиях, налоговых, таможенных, антимонопольных или иных

правонарушениях, информация в прессе о коррупционном скандале, связанном с соответствующим Деловым партнером, любых его Аффилированных лиц, сотрудников, основанная на информации, полученной из официальных или проверенных источников или информация об инициировании процедуры банкротства/ликвидации в отношении Делового партнера;

- непрохождение периодической оценки Деловых партнеров, предусмотренной Разделом 6 настоящей Политики;
- прекращение соответствия применимым критериям, предъявляемым к Деловым партнерам;
- коммерческая деятельность (заказ Продукции) не осуществляется в течение более чем последовательных 6 (шести) месяцев;
- в случае наличия у Делового партнера существенной просроченной задолженности на срок более 5 рабочих дней в течение текущего календарного года. Размер существенной просроченной задолженности фиксируется (твердая сумма или метод ее определения) в Договоре с Деловым партнером;
- в иных случаях, предусмотренных настоящей Политикой и условиями Договора.

6. ПЕРИОДИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ДЕЛОВЫХ ПАРТНЕРОВ

В рамках взаимодействия с Деловыми партнерами Компания вправе проводить текущую переоценку соблюдения Деловыми партнерами ряда критериев, установленных в зависимости от Категории Делового партнера.

Периодическая оценка Деловых партнеров проводится 1 (один) раз в год в октябре по результатам прошедших 9 (девяти) месяцев. По результатам периодической оценки Коммерческим комитетом принимается решение о целесообразности продолжения Сотрудничества с учетом соответствия Делового партнера, установленным критериями переоценки.

По заявлению Делового партнера или по результатам периодической оценки Деловых партнеров он может быть отнесен в другую Категорию Делового партнера, при условии соответствия установленным коммерческим критериям новой Категории в соответствии с пп. 4.2–4.5

6.1. Критерии переоценки для Делового партнера-Ретейл-дистрибьютора:

1. Отсутствие за последние 9 (девять) календарных месяцев или иной период с момента начала Сотрудничества случаев возникновения задолженности перед Компанией по оплате, поставленной Ретейл-дистрибьютору Продукции с просрочкой платежа более, чем на 5 (пять) рабочих дней.
2. Осуществление закупки Продукции с периодичностью отгрузок не реже 1 раза в месяц за текущий календарный год или за период Сотрудничества в текущем календарном году.
3. Среднемесячный объем закупки Ретейл-дистрибьютора составляет не менее 7 (семи) млн. рублей. Во избежание сомнений среднемесячный объем закупки рассчитывается по следующей формуле:

$$Z_{\text{ср}} = Z_{\text{общ}} / K, \text{ где}$$

$Z_{\text{ср}}$ – среднемесячный объем закупки;

$Z_{\text{общ}}$ – общая сумма объема закупки Ретейл-дистрибьютора за весь период Сотрудничества в пределах последнего календарного года;

K – количество месяцев Сотрудничества в пределах последнего календарного года.

4. Соответствие применимым требованиям Приложения 2 Политики.
5. Регулярность предоставления отчетов об остатках и продажах Продукции, поставленной в рамках Договора с Компанией в соответствии с требованиями Компании через систему Компании в ежедневном автоматическом режиме или иным способом, который используется Компанией (за исключением случаев технических сбоев работы системы Компании или иных технических причин, не зависящих от сторон).

6.2. Критерии переоценки для Делового партнера-Публичного дистрибьютора:

1. Среднемесячный объем закупки Публичного дистрибьютора составляет не менее 7 (семи) млн. рублей. Во избежание сомнений среднемесячный объем закупки рассчитывается по следующей формуле:

$Z_{\text{ср}} = Z_{\text{общ}} / K$, где

$Z_{\text{ср}}$ – среднемесячный объем закупки;

$Z_{\text{общ}}$ – общая сумма объема закупки Публичного дистрибьютора за весь период Сотрудничества в пределах последнего календарного года;

K – количество месяцев Сотрудничества в пределах последнего календарного года.

*в случае отсутствия Продукции, закупаемой Публичным дистрибьютором для обеспечения тендерных закупок на складе Компании более 6 мес., решение принимается коммерческим Комитетом.

2. Осуществление закупки Продукции с периодичностью не менее 6 (шести) отгрузок за календарный год не реже 1 раза в 2 месяца за исключением случаев отсутствия Продукции на складе Компании.
3. Соответствие применимым требованиям Приложения 2 Политики.
4. Регулярность предоставления отчетов об остатках и продажах Продукции, поставленной в рамках Договора с Компанией в соответствии с требованиями Компании через систему Компании в ежедневном автоматическом режиме или иным способом, который используется Компанией (за исключением случаев технических сбоев работы системы Компании или иных технических причин, не зависящих от сторон).
5. Отсутствие за последние 9 (девять) календарных месяцев или иной период с момента начала Сотрудничества случаев возникновения задолженности перед Компанией по оплате, поставленной Публичному дистрибьютору Продукции с просрочкой платежа более, чем на 5 (пять) рабочих дней.

6.3. Критерии переоценки для Делового партнера-Аптечной сети:

1. Среднемесячный объем закупки Аптечной сети составляет не менее 7 (семи) млн. рублей. Во избежание сомнений среднемесячный объем закупки рассчитывается по следующей формуле:

$Z_{\text{ср}} = Z_{\text{общ}} / K$, где

$Z_{\text{ср}}$ – среднемесячный объем закупки;

$Z_{\text{общ}}$ – общая сумма объема закупки Аптечной сети за весь период Сотрудничества в пределах последнего календарного года;

K – количество месяцев Сотрудничества в пределах последнего календарного года.

2. Отсутствие за последние 9 (девять) календарных месяцев или иной период с момента начала Сотрудничества случаев возникновения задолженности перед Компанией по оплате поставленной Аптечной сети Продукции с просрочкой платежа более, чем на 5 (пять) рабочих дней.
3. Осуществление закупки Продукции с периодичностью отгрузок не реже 1 раза в месяц за текущий календарный год или за период Сотрудничества в текущем календарном году.

4. Предоставление не менее 1 (одного) раза в месяц отчёта с указанием структуры дистанционных продаж Продукции, а также с указанием периода, наименования Продукции и объемов реализованных упаковок.
5. Регулярность, не реже 1 раза в месяц, предоставления отчета о продажах Продукции в аффилированных аптечных организациях, содержащего фискальные данные (Фискальные данные - фиксируемая на контрольной ленте и в фискальной памяти информация о наличных денежных расчетах и (или) расчетах с использованием платежных карт, согласно ФЗ от 22.05.2003 № 54-ФЗ «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием платежных карт»).
6. Соответствие применимым требованиям Приложения 2 Политики.
7. Регулярность предоставления отчетов об остатках, перемещениях и продажах Продукции поставленной в рамках Договора с Компанией в соответствии с требованиями Компании, на уровне склада, а также остатки, продажи на уровне всех аффилированных аптечных организаций, через систему Компании в ежедневном автоматическом режиме или иным способом, который используется Компанией (за исключением случаев технических сбоев работы системы Компании или иных технических причин, не зависящих от сторон).

6.4. Критерии переоценки для Делового партнера-Онлайн-площадки:

1. Отсутствие за последние 9 (девять) календарных месяцев или иной период с момента начала Сотрудничества случаев возникновения задолженности перед Компанией по оплате поставленной Онлайн-площадке Продукции с просрочкой платежа более, чем на 5 (пять) рабочих дней.
2. Среднемесячный объем закупки Онлайн-площадки (если применимо) составляет не менее 4 (четырёх) млн рублей. Во избежание сомнений среднемесячный объем закупки рассчитывается по следующей формуле:
$$Z_{cp} = Z_{общ} / K,$$
 где
 Z_{cp} – среднемесячный объем закупки;
 $Z_{общ}$ – общая сумма объема закупки Онлайн-площадки за весь период Сотрудничества в пределах последнего календарного года;
 K – количество месяцев Сотрудничества в пределах последнего календарного года.
3. Осуществление закупки Продукции с периодичностью отгрузок не реже 1 раза в месяц за текущий календарный год или за период Сотрудничества в текущем календарном году.
4. Соответствие применимым требованиям Приложения 2 Политики.
5. Регулярность предоставления отчетов об остатках, перемещениях и продажах Продукции, поставленной в рамках Договора с Компанией в соответствии с требованиями Компании, через систему Компании в ежедневном автоматическом режиме или иным способом, который используется Компанией (за исключением

случаев технических сбоев работы системы Компании или иных технических причин, не зависящих от сторон).

6. Предоставление не менее 1 (одного) раза в месяц отчёта с указанием структуры дистанционных продаж Продукции, а также с указанием периода, наименования Продукции и объемов реализованных упаковок.

7. ПОСТАВКА ПРОДУКЦИИ

Компания в России разработала условия поставки, которые наилучшим образом соответствуют поставленной цели — обеспечение наиболее эффективной дистрибуции фармацевтической продукции, и которые основаны на единых принципах ценообразования и взаимовыгодных отношениях.

7.1. Договор

Компания имеет рамочный Договор для всех Деловых партнеров, который содержит соответствующие условия и положения Приложения 3. Условия и положения Договора отражают технические возможности Компании в отношении организации поставок Продукции.

Если на основании результатов проведенной оценки Компания принимает решение о заключении Договора поставки с Потенциальным Деловым партнером, Компания направляет Договор такому Деловому партнеру.

7.2. Отгрузка Продукции

Объемы заказов

Требования к объему заказа, указанные ниже, являются существенными условиями коммерческих отношений и Договора между Компанией и Деловым партнером:

- С целью обеспечения сохранения договорных отношений с Деловыми партнерами, покрывающих такие расходы как: складирование, прием платежей, клиентское обслуживание, правовая поддержка, кредитный контроль, управление ключевыми клиентами, кредитное страхование, комплексная проверка, тренинги ФСРА и т. д., Компания сохраняет за собой право на отказ в обработке любого заказа на сумму менее 1 000 000,00 (Одного миллиона) рублей без учета НДС.
- Компания сохраняет за собой право на поставку товаров одному и тому же Деловому партнеру не более двух раз в неделю. Компания сохраняет за собой право не осуществлять отгрузку Продукции в последний рабочий день отчетного периода.
- Компания имеет право приостановить исполнение принятого Заказа или отказать в принятии Заказа в следующих случаях:
 - если общая задолженность Делового партнера в рамках Договора превышает сумму кредитного лимита для конкретного Делового партнера, устанавливаемого в соответствии с внутренними процедурами Компании;
 - если единовременный заказ, полученный от Делового партнера, по сумме превышает кредитный лимит данного Делового партнера. В таких случаях, для возможности отгрузки по заказу, Компания вправе запросить банковскую гарантию или договор поручительства для обеспечения исполнения обязательства по оплате.
 - Компания вправе отказать в отгрузке Продукции Деловому партнеру в случае возникновения любой просрочки оплаты отгруженной Продукции по Договору. Такое право сохраняется за Компанией до момента погашения просроченной задолженности, при этом под задолженностью для целей

настоящего подпункта понимается совокупная дебиторская задолженность Делового партнера.

Заказы Дистрибьюторов удовлетворяются в порядке календарной очередности. В случае если объем имеющейся на складе Продукции недостаточен для удовлетворения потребности Деловых партнеров, обработка заказов регламентируется внутренними процедурами Компании.

7.3. Условия оплаты

Условия оплаты в отношении каждого Делового партнера должны быть одобрены Финансовым директором и Коммерческим директором на основании критериев, указанных ниже:

- Предоплата устанавливается в Договорах в отношении всех **новых Деловых партнеров** в течение 24 (двадцати четырёх) месяцев с момента первой поставки по соответствующему Договору с дальнейшей возможностью изменения условий оплаты на отсрочку платежа.
- Несмотря на вышеизложенное, в случае обеспечения кредитного лимита, предоставляемого Деловому партнеру Компанией любым способом по выбору Компании (страхование рисков, банковская гарантия или иные способы обеспечения) Компания может рассмотреть возможность предоставления отсрочки платежа на срок, предусмотренный для соответствующей Категории Делового партнера в течение срока такого обеспечения. Компания сохраняет за собой право на выбор любого способа обеспечения в соответствии с решением Финансового и Коммерческого директоров Компании.
- Компания также сохраняет за собой право не предоставлять кредитный лимит Деловым партнерам по результатам оценки рисков, и рекомендации Финансового директора и/или Коммерческого директора, исходя из результатов оценки, проведенной в соответствии с положениями п. 4.1.3. Политики.
- Общие условия постоплаты, которые могут быть предусмотрены в Договоре, **представляют собой отсрочку оплаты** (за исключением установления иных сроков в соответствии с применимым законодательством Российской Федерации):
 - для Ретейл-дистрибьюторов – 90 дней.
 - для Публичных дистрибьюторов – 90 дней;
 - для Аптечных сетей – 60 дней;
 - для Онлайн-площадок – 60 дней.

Любое разрешение на отсрочку оплаты предоставляется исключительно по усмотрению Компании. Во избежание сомнений, если предоставляется разрешение на отсрочку платежа, то такое разрешение предоставляется только для конкретной покупки и не распространяется на все покупки, если иное не оговорено Компанией в письменном виде. Компания оставляет за собой право устанавливать общие условия оплаты Продукции, отличные от условий, предусмотренных настоящим разделом, для отдельных категорий Продукции, в том числе для Продукции с низким остаточным сроком годности (менее 70% от общего срока годности), Продукции, впервые выпускаемой Компанией, а также для Продукции, в отношении которой Компанией утверждены

специальные программы продвижения. Решение об установлении таких общих условий принимается Коммерческим комитетом и подлежит обязательному информированию о нем всех Деловых партнеров с равным доступом к специальным условиям.

Компания сохраняет за собой право на установление/изменение цены на Продукцию с учетом коммерческих, финансовых и маркетинговых факторов путем направления в адрес действующих Деловых партнеров предварительного уведомления не позднее чем за 7 (семь) календарных дней до даты вступления в силу новых цен.

В случае нарушения Деловым партнером сроков оплаты, Компания оставляет за собой право на изменение условий оплаты и перевода Делового партнера на условия предоплаты, предварительно уведомив Делового партнера за 7 (семь) рабочих дней до даты вступления такого решения в силу и на начисление на сумму просроченной задолженности пени в соответствии с положениями Договора.

8. СТИМУЛИРУЮЩАЯ ПОЛИТИКА КОМПАНИИ

В рамках реализации стимулирующей политики Компании Деловым партнерам могут осуществляться выплаты различных вознаграждений стимулирующего характера в зависимости от условий Договора, приложений и дополнительных соглашений к нему с учетом норм применимого права. Реализация мер стимулирующего характера Деловым партнерам осуществляется на недискриминационных условиях на основе порядка расчета размера вознаграждения, установленного в Приложении 4 Политики и в Меморандумах о мерах стимулирующих вознаграждений.

8.1. Термины и определения стимулирующей политики

Бонус — денежное вознаграждение, выплачиваемое Компанией в адрес контрагента, за выполнение специальных условий/совокупности условий Договора, приложений и дополнительных соглашений к нему.

Договор ТМА - Договор о проведении трейд-маркетинговой акции с целью повышения доступности Продуктов для Конечного потребителя.

Компенсация — денежное возмещение расходов контрагентов при изменении цены Продукции в прайс-листе или конечной цены реализации Продукции потребителям в рамках проведения маркетинговых акций.

Меморандум – документ информационного характера, содержащий правила определения мер стимулирующего характера, доступных для Деловых партнеров на период его действия.

Меры стимулирующего характера — совокупность всех видов вознаграждений Компанией контрагентов за выполнение условий Договора, приложений и дополнительных соглашений к нему, осуществляемых в форме скидки, бонуса и (или) компенсации, с целью стимулирования контрагентов на приобретение продукции Компании. Не включает оплату маркетинговых или информационных услуг.

Скидка — сумма или процент снижения продажной цены реализуемой Продукции относительно официально установленной цены в прайс-листе, действующем на момент отгрузки

8.2. Категории стимулирующих вознаграждений, доступных для Деловых партнеров

8.2.1. Объемные вознаграждения – скидки, бонусы и компенсации, размер которых зависит от товарооборота с партнером за оцениваемый период.

Объемные вознаграждения могут включать:

- статичные скидки, бонусы и компенсации, установленный процентный размер которых не меняется в зависимости от объема реализуемой Продукции;
- прогрессивные скидки, бонусы и компенсации, процентный размер которых варьирует в зависимости от дополнительных критериальных и (или) пороговых условий продаж или статуса контрагента.

8.2.2. Фиксированные вознаграждения – скидки, бонусы и компенсации, размер которых не зависит от объема отгруженной Компанией и приобретенной Деловым партнером

Продукции и устанавливается в дополнительных соглашениях к действующему договору поставки.

8.2.3. Перечень видов стимулирующих вознаграждений, доступных Деловому партнеру в зависимости от категории представлен в таблице 8.1.

Таблица 8.1. Структура стимулирующих вознаграждений, доступных Деловому партнеру в зависимости от категории

Виды стимулирующих вознаграждений	Категория партнера			
	Дистрибьюторы		Аптечные сети	Онлайн-площадка
	Публичные	Ретейл		
Объемные вознаграждения				
<i>Статические</i>				
Бонус за досрочную оплату		+		
Бонус за продажу Продукции аптекам		+		
Скидка за достижение согласованного уровня отгрузки Продукции, предусмотренного договором			+	+
Бонус за достижение согласованного уровня отгрузки Продукции, предусмотренного Договором			+	+
Компенсация ТМА (трейд-маркетинговая акция)			+	+
<i>Прогрессивные</i>				
Скидка при низком сроке годности Продукции	+	+	+	+
Скидка за единовременную отгрузку определенного количества Продукции	+	+	+	+
Бонус за достижение определенного объема закупки по итогам отчетного периода	+	+		
Бонус за выполнение условий с использованием СДЗ (сервис дистанционного заказа)		+		
Фиксированные вознаграждения				
Компенсация разницы в цене Продукции при изменении прайс-листа Компании	+	+	+	+

8.3. Общие принципы реализации мер стимулирующего характера

Бонусы не предоставляются в случае, если Деловой партнер не подключен к автоматизированной системе предоставления данных Компании.

Во всех случаях цена, предлагаемая Деловому партнеру, рассчитывается до момента отгрузки Продукции. В случае предоставления скидки соответствующие цены на Продукцию корректируются на величину предоставленной скидки. Цены на отгружаемую Продукцию указаны в спецификации на поставку и счетах-фактурах, которые включают предоставленную скидку (если применимо).

Все скидки надлежащим образом оформляются в счетах, а бонусы и компенсации надлежащим образом оформляются в дополнительных соглашениях к существующим Договорам с Деловыми партнерами.

Порядок определения и расчета бонусов, скидок и компенсации изложен в Приложении 4 к настоящей Политике. Перечень отдельных товарных категорий, на реализацию которых устанавливается конкретный вид скидки, бонуса или компенсации, а также пороговые значения объемных вознаграждений устанавливаются в зависимости от конъюнктурных условий и фиксируются в Меморандуме. Меморандум рассылается всем без исключения действующим Деловым партнерам на момент рассылки и относящимся к той Категории партнеров, которым доступен конкретный вид вознаграждения.

Компания сохраняет за собой право на односторонний пересмотр шкалы скидок и бонусов на периодической основе в течение года. Результат такого пересмотра сообщается Деловым партнерам до даты вступления посредством рассылки Меморандума. Изменения прайс-листа должны сообщаться всем Деловым партнерам не позднее, чем за 7 календарных дней до даты вступления в силу соответствующих изменений.

Компания сохраняет за собой право на односторонний пересмотр перечня Продукции, поставляемой в рамках Договора для всех Деловых партнеров. В случае такого пересмотра Компания информирует Деловых партнеров за 14 календарных дней до вступления изменений в силу.

8.4. Дополнительные выплаты за оказание Деловым партнером маркетинговых услуг

Деловые партнеры вправе заключить с Компанией дополнительные соглашения на оказание маркетинговых услуг при реализации Продукции Компании с целью поддержания эффективной дистрибьюторской системы в России. Перечень маркетинговых услуг, порядок и стоимость их оказания являются предметом дополнительных соглашений к основному договору поставки и определяются в рамках переговорного процесса исходя из рыночной стоимости таких услуг (FMV – fair market value).

8.5. Дополнительные выплаты за оказание Деловым партнером информационных услуг

Деловые партнеры вправе заключить с Компанией дополнительные соглашения на оказание информационных услуг при реализации Продукции Компании с целью поддержания эффективной дистрибьюторской системы в России. Перечень информационных услуг, порядок и стоимость их оказания являются предметом отдельного договора или соглашения и определяются в рамках переговорного процесса исходя из рыночной стоимости таких услуг (FMV – fair market value).

8.6. Иные бонусы и скидки

Компания вправе реализовывать иные меры стимулирующего характера (предоставлять иные бонусы и скидки, кроме указанных в п. 8.2.3) только на недискриминационной основе при специальном решении Коммерческого комитета в соответствии с локальными процедурами Компании.

9. ПРОЦЕДУРА УНИЧТОЖЕНИЯ

Деловой партнер обязуется осуществить уничтожение Продукции, в отношении которой Компанией выпущено гарантийное письмо об уничтожении конкретных серий лекарственных препаратов с истекшим сроком годности. Решение о выпуске гарантийного письма принимается коммерческим отделом Компании на основании объективной потребности в таком уничтожении.

Уничтожение осуществляется при условии соблюдения следующих условий:

- Компания выпустила гарантийное письмо об уничтожении конкретных серий Продукции с указанием таких серий в тексте письма;
- Право собственности на Продукцию принадлежит Деловому партнеру;
- Деловой партнер обязуется осуществлять уничтожение Продукции с истекшим сроком годности в полном соответствии с Постановлением Правительства РФ от 15.09.2020 N 1447 «Об утверждении Правил уничтожения изъятых фальсифицированных лекарственных средств, недоброкачественных лекарственных средств и контрафактных лекарственных средств»;
- Деловой партнер вправе осуществлять уничтожение Продукции с истекшим сроком годности в соответствии с имеющейся лицензией, или Деловой партнер заключил договор на оказание соответствующих услуг с третьим лицом, имеющим соответствующую лицензию;
- Уничтожение Продукции осуществляется Деловым партнером самостоятельно на складе Делового партнера за счет Делового партнера;
- Деловой партнер должен уничтожить Продукцию с истекшим сроком годности в течение 90 (девяноста) календарных дней после окончания срока годности;
- Если Компания выдала гарантийное письмо, а Деловой партнер уничтожил продукцию в соответствии с настоящей Политикой, Деловой Партнер вправе получить компенсацию стоимости (за вычетом всех выплат Компании по данной Продукции) уничтоженной Продукции с истекшим сроком годности в полном объеме, если Продукция была ранее оплачена Деловым партнером, а также при условии направления следующей документации в течение 30 (тридцати) календарных дней после уничтожения Продукции:
 - акт об истечении срока годности Продукции;
 - акт об уничтожении Продукции с указанием номера партии и количества уничтоженной Продукции;
 - счет на компенсацию стоимости уничтоженной и ранее оплаченной Деловым партнером Продукции;
 - счет-фактуру от третьего лица, производившим уничтожение (если применимо);
 - договор с третьим лицом, производившим уничтожение;

- соответствующая лицензия третьего лица на уничтожение Продукции;
- фото упаковок Продукции с датой (для подтверждения срока годности);
- копию товарно-транспортной накладной (при передаче товара на уничтожение третьему лицу);
- иные документы, предусмотренные Постановлением Правительства РФ от 15.09.2020 N 1447 «Об утверждении Правил уничтожения изъятых фальсифицированных лекарственных средств, недоброкачественных лекарственных средств и контрафактных лекарственных средств».

10. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Настоящая Политика начинает действовать с даты вступления в силу, указанной в настоящей Политике. Настоящая Политика может быть предоставлена третьим лицам, желающим заключить договор поставки с Компанией в России.

Компания вправе периодически вносить изменения в Политику в соответствии с бизнес-потребностями, в связи с изменениями российского законодательства, а также в случае официальных требований Федеральной Антимонопольной Службы, и иных компетентных российских государственных органов, имеющих право устанавливать соответствующие требования в адрес Компании на территории Российской Федерации или за ее пределами. Политика расположена на веб-сайте: <https://www.viatris.ru/ru-ru/about-us/document-library>.

**ДАТА
ВСТУПЛЕНИЯ
СИЛУ** В 01 января 2023 года

**ДАТА
ПЕРЕСМОТРА** 01 января 2024 года