



Коммерческая политика

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>1.</b>	<b>ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ.</b> .....	<b>3</b>
<b>2.</b>	<b>ТЕРМИНЫ, СОКРАЩЕНИЯ, ОПРЕДЕЛЕНИЯ.</b> .....	<b>3</b>
<b>3.</b>	<b>ЦЕЛИ ДОКУМЕНТА.</b> .....	<b>4</b>
<b>4.</b>	<b>ПРИНЦИПЫ КОММЕРЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ КОМПАНИИ.</b> .....	<b>4</b>
<b>5.</b>	<b>ПОРЯДОК И КРИТЕРИИ ОТБОРА КЛИЕНТОВ КОМПАНИИ.</b> .....	<b>5</b>
<b>6.</b>	<b>ПРОДВИЖЕНИЕ. МАРКЕТИНГОВАЯ ПОЛИТИКА.</b> .....	<b>7</b>
<b>7.</b>	<b>ПРИНЦИПЫ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ.</b> .....	<b>7</b>
<b>8.</b>	<b>ПРЕКРАЩЕНИЕ ДОГОВОРА С КЛИЕНТОМ.</b> .....	<b>9</b>
<b>9.</b>	<b>ПОРЯДОК ПРИНЯТИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ.</b> .....	<b>9</b>
<b>10.</b>	<b>ССЫЛКИ.</b> .....	<b>9</b>
<b>11.</b>	<b>ПРИЛОЖЕНИЯ.</b> .....	<b>10</b>
	Приложение 1 Перечень предоставляемых Клиентом документов .....	10
	Приложение 2 Анкета Клиента (для юридических лиц резидентов РФ, Индивидуальных предпринимателей).....	11

## 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ.

- 1.1. Настоящая коммерческая политика ООО КОМПАНИЯ «СИМПЛ» (далее – «Компания») разработана в соответствии с принципами организации эффективной работы департамента продаж, опытом и знаниями, накопленными в результате работы Компании и служит одним из способов реализации тех принципов и стандартов работы, следование которым позволило Компании добиться успеха на рынке.
- 1.2. Компания, являясь одной из ведущих компаний по продаже алкогольной продукции в России, заинтересована в географическом покрытии и представленности реализуемой продукции на всей территории Российской Федерации.
- 1.3. Настоящий документ содержит общие положения коммерческой деятельности. Порядок работы по определенным направлениям коммерческой деятельности может быть отражен в соответствующих локальных нормативных актах Компании, внутренних документах, инструкциях.
- 1.4. Так как рынок алкогольных напитков, требует от своих участников повышенной ответственности, как в производственном, так и в экономическом аспектах, Компания придерживается принципов добросовестности, открытости и недопущения применения дискриминирующих практик при ведении хозяйственной деятельности. Настоящая Политика подлежит применению и рассматривается как обязательная для всех сотрудников ООО КОМПАНИИ «СИМПЛ», задействованных в установлении договорных отношений между Компанией и её коммерческими партнерами.

## 2. ТЕРМИНЫ, СОКРАЩЕНИЯ, ОПРЕДЕЛЕНИЯ.

№	Термин/Сокращение	Определение/Расшифровка
1.	<b>Компания</b>	ООО КОМПАНИЯ «СИМПЛ» (ИНН: 77110785821585), созданное и осуществляющее свою коммерческую деятельность в соответствии с законодательством Российской Федерации.
2.	<b>Продукция</b>	продовольственные (алкогольная и безалкогольная продукция) товары, непродовольственные товары, реализуемые Компанией.
3.	<b>Политика</b>	означает настоящую Коммерческую Политику со всеми Приложениями к ней, изменениями и дополнениями, которые могут время от времени вноситься в неё по решению Компании.
4.	<b>Клиенты</b>	юридические лица, индивидуальные предприниматели, физические лица, непосредственно закупающие Продукцию Компании, а именно, следующие категории: <ul style="list-style-type: none"><li>• Дистрибьюторы</li><li>• Розничная сеть:<ul style="list-style-type: none"><li>○ Национальные розничные сети (НРС)</li><li>○ Локальные розничные сети (ЛРС)</li><li>○ Специализированная розница</li><li>○ Несетевая розница</li></ul></li><li>• HoReCa</li><li>• Клиенты Corp</li><li>• Клиенты Prive</li><li>• ВЭД</li></ul>
5.	<b>Дистрибьюторы</b>	юридические лица, обладающие необходимыми лицензиями для приобретения Продукции у Компании в соответствии с Федеральным законом от 22.11.1995 №171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции» в целях ее дальнейшего распространения на территории Российской Федерации оптовыми и/или мелкооптовыми партиями и прошедшие процедуру отбора в соответствии с настоящей Политикой, и, соответственно, получившие статус Дистрибьютора и заключившие с Компанией договор поставки в порядке, установленном настоящей Политикой.
6.	<b>Розничная сеть</b>	означает юридическое лицо (или совокупность аффилированных юридических лиц), обладающее необходимой лицензией для реализации Продукции Компании в соответствии с Федеральным законом от 22.11.1995 №171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции», которые, в свою очередь, включают в себя: <ul style="list-style-type: none"><li>• Национальные розничные сети (НРС)</li><li>• Локальные розничные сети (ЛРС)</li><li>• Специализированная розница</li><li>• Несетевая розница</li></ul>
7.	<b>Национальные розничные сети (НРС)</b>	крупные сетевые клиенты, обладающие широкой географической представленностью торговых точек с единым центром управления, осуществляющие реализацию продукции конечному потребителю, обладающие необходимой лицензией для реализации Продукции Компании.
8.	<b>Локальные розничные сети (ЛРС)</b>	крупные сетевые клиенты, обладающие широкой географической представленностью торговых точек с единым центром управления, осуществляющие реализацию продукции конечному потребителю, обладающие необходимой лицензией для реализации Продукции Компании.
9.	<b>Специализированная розница</b>	клиенты, обладающие необходимой лицензией для реализации Продукции Компании, осуществляющие реализацию продукции конечному потребителю, работающие преимущественно

№	Термин/ Сокращение	Определение/ Расшифровка
		с высокомаржинальным мультикатегорийным алкогольным ассортиментом и профессиональным менеджментом с глубоким знанием продукта.
10.	<b>Несетевая розница</b>	клиенты, обладающие необходимой лицензией для реализации Продукции Компании, осуществляющие реализацию продукции конечному потребителю, как правило, не имеющие единого центра управления, названия и не связанные иным образом друг с другом.
11.	<b>HoReCa</b>	рестораны, отели, кейтеринговые организации, реализующие Продукцию Компании в местах общественного питания, обладающие необходимой лицензией для реализации Продукции Компании.
12.	<b>Клиенты Corp</b>	юридические лица, индивидуальные предприниматели, приобретающие Продукцию Компании для собственных нужд.
13.	<b>Клиенты Prive</b>	физические лица, приобретающие Продукцию для собственных нужд.
14.	<b>ВЭД</b>	клиенты, не являющиеся резидентами Российской Федерации, поставка Продукции которым осуществляется за пределы Российской Федерации.
15.	<b>МП</b>	маркетинговое продвижение, маркетинговые и рекламные активности проводимые или организованные Компанией с целью продвижения своей Продукции среди конечных потребителей Продукции в местах её реализации.
16.	<b>Сайт</b>	интернет-витрина Компании, содержащая совокупность электронных страниц Компании в телекоммуникационной сети интернет под общим адресом: <a href="http://www.simplewine.ru">www.simplewine.ru</a> .

### 3. ЦЕЛИ ДОКУМЕНТА.

#### 3.1. Настоящей Политикой устанавливаются следующие цели:

- 3.1.1. Расширение рынка сбыта Продукции Компании за счет эффективной организации поставок Клиентам в соответствии со стратегическими целями Компании.  
Данная цель реализуется путем выработки единообразных условий взаимодействия при установлении договорных отношений с Клиентами, с учетом особенностей различных товарных рынков и стратегических целей Компании.
- 3.1.2. Предоставление соразмерных выгод Клиентам.  
Данная цель реализуется путем предоставления равных и экономически обоснованных возможностей приобрести Продукцию Компании в необходимом ассортименте путем установления договорных отношений с каждым Клиентом на основе объективных и понятных требований, применения последовательных принципов ценообразования, нахождения взаимовыгодных условий сотрудничества, учитывая особенности и уникальность Клиентов, а также текущие стратегические цели и инициативы Компании.
- 3.1.3. Поддержание репутации Компании как надежного и выгодного партнера.  
Данная цель реализуется посредством неукоснительного соблюдения Компанией и всеми сотрудниками Компании достигнутых договоренностей с Клиентами, единообразного применения настоящей Политики и законодательства.

**3.2.** Для достижения обозначенных целей Политикой определяются единообразные для всех потенциальных и действующих Клиентов условия и требования, процедуры предоставления отсрочек, скидок и премий (при достижении установленных показателей). Соответствующие процедуры определяют сферу действия настоящей Политики.

#### 4. ПРИНЦИПЫ КОММЕРЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ КОМПАНИИ.

**4.1.** Реализация целей Компании осуществляется на основе перечисленных ниже принципов, характеризующих основополагающие подходы к организации деятельности Компании:

- 4.1.1. Компания является социально-ответственным участником рынка, выступает за поставку только качественной Продукции и в соответствии с законодательством Российской Федерации;
- 4.1.2. Хозяйственные операции Компании строятся на принципах экономической обоснованности и документального подтверждения производимых затрат;
- 4.1.3. Компания исходит из единства принципов и условий сотрудничества для всех Клиентов, сохраняя при этом дифференцированный подход к определению мер поощрения своих Клиентов, исходя из достигнутых ими показателей эффективности, учитывая специфику различных товарных рынков реализации Продукции и стратегических целей Компании;
- 4.1.4. Компания неукоснительно соблюдает требования действующего законодательства.

**4.2.** Реализация указанных принципов позволяет Компании одновременно выстраивать взаимовыгодное сотрудничество с Клиентами и обеспечивать реализацию Продукции на территории Российской Федерации по конкурентным ценам.

## 5. ПОРЯДОК И КРИТЕРИИ ОТБОРА КЛИЕНТОВ КОМПАНИИ.

### 5.1. Общие положения.

- 5.1.1. Компания осуществляет распространение Продукции среди Клиентов посредством использования всех Каналов продаж в целях увеличения объема продаж Продукции и её представленности на рынке.
- 5.1.2. Компания заинтересована во взаимодействии с максимальным количеством Клиентов, что должно обеспечить реализацию Продукции максимальному кругу лиц и увеличить представленность Продукции на рынке. Компания применяет недискриминационные подходы к определению возможности взаимодействия с конкретным Клиентом и учитывает такие объективные критерии как отсутствие конфликта интересов, достоверность финансовой документации потенциального Клиента, соответствие требованиям о противодействии коррупции при определении возможности взаимодействия с конкретным Клиентом, соответствия требованиям о лицензировании продаж алкогольной продукции.
- 5.1.3. Рынки ВЭД характеризуются иным конкурентным окружением, различаются ценовой политикой, потребительскими предпочтениями, устоявшимися принципами ведения бизнеса на этих рынках, а также иными внутренними факторами. В связи с изложенным порядок сотрудничества с клиентами ВЭД, а также стоимость Продукции, система премий, условия оплаты, обусловлены особенностями отдельно взятого рынка и разрабатываются индивидуально в зависимости от конкретного рынка.

### 5.2. Принципы отбора Клиентов.

- 5.2.1. Реализуя продовольственную Продукцию, Компания придает особое значение выбору своих коммерческих партнеров, проводя тщательный отбор и сотрудничая только с теми организациями, которые способны осуществлять реализацию Продукции (Дистрибьюторы, Розничные сети, HoReCa) на самом высоком уровне, соблюдая требования законодательства Российской Федерации.
- 5.2.2. На момент заключения Договора Клиент должен отвечать принципам налоговой добросовестности, благонадежности, платежеспособности, о чем может свидетельствовать продолжительность работы на рынке, деловая репутация, доля на рынке и иные признаки.
- 5.2.3. Юридическое лицо, желающее стать Клиентом Компании, направляет в адрес Общества заявление в виде коммерческого предложения (обращения), с приложением комплекта документов, указанного в пункте 5.2.6. Заявление Клиента должно давать полное и объективное представление об условиях сотрудничества, которые предлагаются Клиентом и отвечать интересам Компании.
- 5.2.4. Компания вправе самостоятельно направлять предложения о сотрудничестве потенциальным Клиентам.
- 5.2.5. Любое лицо, отвечающее критериям выбора Клиента, вправе заключить с Компанией договор.
- 5.2.6. Заявление в виде обращения направляется на электронный почтовый адрес Компании с приложением надлежащим образом заверенных документов в виде сканированного образа документа или документов с отметкой ЭЦП в соответствии с [Приложением 1](#).
- 5.2.7. Помимо предоставления вышеперечисленных документов Компания вправе дополнительно запросить у потенциального Клиента следующие документы:
  - 5.2.7.1. Справку, подтверждающую отсутствие задолженности по налогам и сборам;
  - 5.2.7.2. Бухгалтерский баланс и отчет о финансовых результатах за предыдущий налоговый период;
  - 5.2.7.3. Заверение, подписанное генеральным директором (иным единоличным исполнительным органом), в том, что в отношении сотрудников потенциального Клиента уполномоченными органами исполнительной власти не осуществляется следственных действий по подозрению в совершении преступлений, связанных с коррупцией, а равно о том, что потенциальный Клиент (как юридическое лицо) не привлекался к административной ответственности за совершение правонарушений, связанных с коррупцией, и/или действующие сотрудники потенциального Клиента не привлекались к административной или уголовной ответственности за правонарушения или преступления, связанные с коррупцией (оригинал);
  - 5.2.7.4. Реестр судебных споров за период 12 месяцев до даты предоставления;
  - 5.2.7.5. подтверждение отсутствия процедуры ликвидации и или банкротства в отношении потенциального Клиента;
  - 5.2.7.6. Документы, подтверждающие наличие на праве собственности или ином законном основании складских помещений и транспортных средств, соответствующих требованиям к хранению и перевозке алкоголя (применимо только для алкогольного ассортимента Продукции Компании);
  - 5.2.7.7. Сведения о среднесписочной численности сотрудников за последний отчетный период.
- 5.2.8. Датой получения Заявления потенциального Клиента Компанией является дата предоставления полного комплекта документов, указанных в настоящем пункте.
- 5.2.9. Компания вправе запросить уточняющие сведения и подтверждающие документы в отношении предоставленной информации, а также провести интервью с лицами, полномочными предоставить и/ или подтвердить ту или иную информацию.

- 5.2.10. Заявление подлежит рассмотрению в срок, не более шестидесяти дней с даты его получения Компанией. Указанный срок может быть продлен по согласованию Компании и потенциального Клиента, оформляемому в письменной форме.
- 5.2.11. При рассмотрении Заявления, Компания устанавливает следующие обстоятельства, подтверждающие финансовую деятельность Клиента:
- 5.2.11.1. Материально техническая обеспеченность (для Дистрибьюторов). При рассмотрении данного фактора принимается во внимание наличие у потенциального дистрибьютора на праве собственности или ином законном основании помещений для хранения Продукции.
- 5.2.11.2. Наличие действующей на момент принятия решения Компании лицензии на реализацию алкогольной продукции (если необходимо);
- 5.2.11.3. Отсутствие конфликта интересов;
- 5.2.11.4. Соответствие требованиям законодательства о противодействии коррупции;
- 5.2.11.5. Деловую репутацию потенциального Клиента. При наличии в открытых (публичных) источниках информации, порочащей деловую репутацию потенциального Клиента, его руководителей и бенефициаров, Компания вправе запросить письменные пояснения. Нарушение потенциальным Клиентом положений законодательства, в том числе, антикоррупционного, дает право Компании не вступать в договорные отношения, а равно незамедлительно прекратить отношения с Клиентом путем расторжения договора в одностороннем порядке.
- 5.2.11.6. Отсутствие фактов систематического ненадлежащего исполнения принятых на себя обязательств перед партнерами Компании и иными юридическими лицами и/или государственными органами.
- 5.2.12. Компания вправе отказать потенциальному Клиенту в заключении договора в случае, если по итогам рассмотрения заявления Компанией будет установлено наличие хотя бы одного из следующих обстоятельств:
- 5.2.12.1. Материально-техническое обеспечение потенциального Клиента не отвечает требованиям Компании, указанным в настоящей Политике (для Дистрибьюторов);
- 5.2.12.2. Потенциальный Клиент включен в реестр юридических лиц, связь с которыми по указанному ими адресу (месту нахождения), внесенному в Единый государственный реестр юридических лиц, отсутствует (реестр «фирм-однодневок»);
- 5.2.12.3. Компанией был выявлен конфликт интересов с потенциальным Клиентом;
- 5.2.12.4. Потенциальный Клиент предоставил недостоверную информацию;
- 5.2.12.5. Систематическое ненадлежащее исполнения принятых на себя обязательств перед партнерами Компании и иными юридическими лицами и/или государственными органами;
- 5.2.12.6. В отношении потенциального Клиента подано заявление о признании банкротом и/или в отношении потенциального Клиента начата процедура банкротства;
- 5.2.12.7. Потенциальный Клиент находится в стадии ликвидации;
- 5.2.12.8. Отсутствие свободной (незарезервированной) Продукции на складе Компании на момент принятия решения, при условии, что срок ближайшей поставки потенциальному Клиенту не может быть продлен по соглашению Сторон.
- 5.2.12.9. Несоответствие стратегии Компании по реализации Продукции.

### **5.3. Порядок принятия решения.**

- 5.3.1. По итогам рассмотрения заявления Компания принимает решение о возможности или невозможности заключения договора с потенциальным Клиентом на основании оценки соответствия требованиям Компании к потенциальным Клиентам, изложенным в Политике.
- 5.3.2. Положительное решение принимается, если при рассмотрении заявления не были установлены обстоятельства, препятствующие сотрудничеству Компании и потенциального Клиента как они определены в настоящей Политике.
- 5.3.3. Решение об отказе в заключении договора с потенциальным Клиентом должно быть мотивированным и содержать перечень обнаруженных в результате проведенной проверки несоответствий, явившихся основанием для принятия такого решения.
- 5.3.4. О результатах проведения оценки соответствия требованиям отбора потенциальный Клиент уведомляется в срок не позднее пяти календарных дней с даты принятия решения, но в любом случае в пределах срока рассмотрения заявления, указанного в Политике.
- 5.3.5. В случае принятия положительного решения, одновременно с ответом Компания направляет потенциальному Клиенту проект стандартного договора поставки и/или розничной купли-продажи Компании. Компания может рассмотреть условия договора, форма которого предлагается Клиентом. Предлагаемая Компанией типовая форма договора поставки и/или розничной купли-продажи содержит условия и права, обычно предоставляемые по договорам такого вида. Все условия сотрудничества подлежат согласованию Компанией и Клиентом в процессе равных переговоров в соответствии с экономическими интересами каждой из сторон. При заключении договора с Клиентом Компания руководствуется принципами законности, добросовестности, свободного волеизъявления сторон и взаимовыгодного сотрудничества,

основанного на учете прав и законных интересов Клиента и направленного на достижения целей обеими сторонами.

5.3.6. В случае принятия отрицательного решения, в ответе Компании указываются причины такого решения.

#### **5.4. Периодическая проверка Клиента**

5.4.1. Компания вправе осуществлять периодическую проверку Клиентов в части информации, содержащейся в открытых источниках на предмет указанной в разделе 2 информации, в том числе на предмет добросовестности Клиента. Компания производит проверку в соответствии с разделом 2 настоящей Политики и оценивает соответствие Клиента применимым критериям выбора в зависимости от характера изменений. Компания вправе приостановить отгрузки в адрес Клиента, если Клиент не соответствует условиям в разделе 2 настоящей Политики.

5.4.2. Для дополнительного анализа Компания вправе направить Клиенту запрос на предоставление информации и документов в соответствии со списком информации в разделе 5.2. настоящей Политики. Клиент обязан предоставить Компании только ту информацию и документы из списка, в которых произошли изменения по сравнению с ранее направленными в Компанию сведениями, не позднее 15 (пятнадцати) дней с момента получения соответствующего запроса от Компании.

### **6. ПРОДВИЖЕНИЕ. МАРКЕТИНГОВАЯ ПОЛИТИКА.**

6.1. Для эффективного продвижения Продукции Компанией проводятся различные маркетинговые мероприятия согласно внутренним правилам Компании.

### **7. ПРИНЦИПЫ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ.**

#### **7.1. Общие положения.**

7.1.1. Принимая во внимание, что Компания взаимодействует с Клиентами на различных товарных рынках, структура спроса и модели построения коммерческой деятельности каждой из категорий Клиентов могут различаться. Такие различия определяют предоставление Компанией каждой из категорий своих Клиентов, различающихся по составу и содержанию премий, скидок и иных коммерческих условий. Предоставление различных по составу коммерческих условий учитывает индивидуальные особенности Клиентов, направлено на выполнение стратегических целей Компании и в первую очередь, способствует увеличению продаж Продукции и её эффективную реализацию оптовым и/или розничным Клиентам Компании.

7.1.2. Процедура ценообразования направлена на установление цен, порядка их изменения и определения размера скидок и премий для различных категорий Клиентов с учетом специфики товарного рынка и вида продаж, которые в совокупности позволяют увеличить конкурентоспособность Продукции на рынке, получить необходимую прибыль, а также решать другие стратегические и оперативные задачи, которые Компания ставит перед собой.

7.1.3. Компания вправе предоставлять Клиентам скидки, премии и отсрочки платежей в случае соблюдения условий их предоставления.

7.1.4. Базовая цена на Продукцию определяется с учетом ее себестоимости, условий обращения Продукции на рынке, иных факторов и может отличаться для различных каналов сбыта Продукции.

7.1.5. Базовая цена устанавливается с учетом НДС по ставке согласно законодательству РФ. Валютой прайс-листа для рынка Российской Федерации является Российский Рубль, для других рынков за пределами Российской Федерации валюта прайс-листа выбирается для конкретно взятого рынка.

7.1.6. Базовая цена может в любое время изменяться Компанией, как на отдельную Продукцию, так и на товарную группу Продукции или на весь ассортимент Продукции.

7.1.7. Информация о действующем прайс-листе предоставляется Клиенту по его запросу или в ином согласованном сторонами порядке.

#### **7.2. Порядок и срок оплаты Продукции.**

7.2.1. Продукция оплачивается Клиентом в порядке, установленном договором. В случае оплаты Продукции после её отгрузки (передачи) Клиенту на условиях предоставления отсрочки платежа, Компания вправе потребовать предоставления обеспечения исполнения обязательства Клиента по оплате, поставленной ему Продукции.

7.2.2. Размер отсрочки, а также размер и период кредитного лимита определяются Компанией в соответствии с законодательством, а также по результатам анализа финансовых показателей Клиента в соответствии с принятыми в компании принципами управления кредитной задолженностью.

7.2.3. Кредитный лимит - элемент системы кредитного контроля, направленный на сокращение рисков неисполнения обязательств Клиентами по оплате продукции и обеспечение оптимального размера товарного запаса Клиента. Кредитный лимит определяет максимальную сумму дебиторской задолженности

покупателя перед Компанией с учетом планируемого товарооборота. Кредитный лимит устанавливается дифференцировано для каждого Клиента имеющего отсрочку платежа по договору в зависимости категории Клиента.

7.2.4. Срок оплаты Продукции не может превышать установленный законодательством России предельный срок оплаты Продукции.

### **7.3. Предоставление премий.**

7.3.1. Премия - вознаграждение, причитающееся Клиенту, которое может быть предоставлено вследствие выполнения определенных условий договора между Компанией и Клиентом. Премия не изменяет цену поставленной Продукции.

7.3.2. Выплата предусмотренных настоящей Политикой премий Клиентам в указанных категориях направлена на установление, укрепление и поддержание позиций Компании на товарном рынке, за счет расширения рыночной доли, построения эффективной системы сбыта, снижения уровня издержек, формирования устойчивого спроса на Продукцию Компании, что, в конечном итоге, может значительно увеличить объем продаж и, соответственно, прибыль как Компании, так и Клиента.

7.3.3. Целью предоставления премий является поддержание и устойчивое увеличение объемов реализации Продукции, чему способствуют: обеспечение соблюдения согласованных с Клиентом объемов поставок и иных условий, предусмотренных настоящей Политикой. Предоставление премий осуществляется для экономического стимулирования Клиентов и не связано с оказанием каких-либо услуг Компании.

7.3.4. Вид, цель, условия и размер предоставления премии для каждой категории Клиентов предусматривается соответствующими внутренними документами Компании.

### **7.4. Предоставление скидок.**

7.4.1. Скидка — процент, на который подлежит уменьшению отпускная цена Компании на Продукцию. Скидка является способом определения цены Продукции и не может рассматриваться в качестве вознаграждения или премии, а равно оплаты за какие-либо действия Клиента. Предоставление скидки является правом Компании, которое может быть реализовано на условиях, предусмотренных настоящей Политикой.

7.4.2. Вид, цель, условия и размер предоставления скидки для каждой категории Клиентов предусматривается соответствующими внутренними документами Компании.

7.4.3. Предоставление скидок Клиентам категории Prive производится в соответствии с Программой лояльности.

### **7.5. Приоритетность заказов (заявок).**

7.5.1. Удовлетворению подлежат все заявки, размещаемые Клиентами, не имеющими просроченной задолженности, не менее минимальной суммы заказа Продукции, установленной в договоре и при наличии у Компании возможности поставки Продукции в заказанном объеме. При отсутствии возможности произвести поставки Продукции в заказанном объеме приоритеты удовлетворения заявок распределяются следующим образом:

7.5.1.1. Заявки, поданные Клиентом в рамках заявленного прогнозного объема, имеют приоритет перед заявками, не включенными в прогнозный план;

7.5.1.2. Заявки рассматриваются по очереди поступления и с учетом необходимости распределения Продукции во все каналы сбыта.

### **7.6. Дополнительные условия.**

7.6.1. Компания может также устанавливать дополнительную систему мотивации Клиентов в случаях единовременных заказов больших объемов Продукции, выхода Компании или Клиента на новый рынок/территорию, стратегии продвижения Компании или Клиента на текущем рынке/территории. Изменений условий производится путем оформления соответствующей документации согласно настоящей Коммерческой политике, внутренним документам Общества и договору с Клиентом.

7.6.2. Компания вправе устанавливать дополнительную мотивацию в отношении Продукции имеющей особенности, такие как остаточный срок годности, Продукция в отношении которой произошли существенные изменения в оформлении документации для ее реализации на рынке, иные особенности Продукции, которые могут обоснованно повлиять на установлении скидки в отношении определенной категории Продукции.

7.6.3. При большем объеме закупок Продукции в натуральном или денежном выражении цена за единицу Продукции может быть ниже цены Продукции, закупаемой меньшими партиями/в меньших объемах.

7.6.4. При расчетах по предоплате, цена за Продукцию может быть ниже цены, чем при предоставлении отсрочки платежа.

7.6.5. При закупках неликвидной Продукции цена может быть снижена.



## **8. ПРЕКРАЩЕНИЕ ДОГОВОРА С КЛИЕНТОМ.**

**8.1.** Компания вправе досрочно расторгнуть договоры с Клиентом в случае нарушения Клиентом условий, предусмотренных настоящей Политикой или Договором.

## **9. ПОРЯДОК ПРИНЯТИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ.**

**9.1.** Настоящая Политика и изменения к ней утверждаются Генеральным директором Компании.

**9.2.** Настоящая Коммерческая политика вступает в силу с даты утверждения Генеральным директором Компании. Компания вправе вносить изменения в настоящую Политику, утверждая её новую редакцию. Новые редакции настоящей Политики вступают в силу с даты их утверждения Генеральным директором Компании.

**9.3.** Компания доводит до сведения потенциальных Клиентов условия сотрудничества в соответствии с настоящей Политикой при поступлении соответствующего письменного обращения/заявления со стороны потенциального Клиента.

**9.4.** Об изменениях настоящей Коммерческой политики Клиенты уведомляются посредством размещения Политики на официальном сайте Компании.

**9.5.** Коммерческий директор несет ответственность за организацию процессов взаимодействия с Клиентами в соответствии с настоящей Политикой в рамках подчиненных подразделений.

## **10. ССЫЛКИ.**

Таблица 1 Ссылки на внешние и внутренние нормативные документы

<b>№</b>	<b>Вид документа</b>	<b>Наименование документа</b>
1.	Федеральный закон	Федеральный закон от «28» декабря 2009 г. № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»
2.	Федеральный закон	Федеральный закон «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» от 22.11.1995 N 171-ФЗ
3.	Федеральный закон	Федеральный закон "О защите конкуренции" от 26.07.2006 N 135-ФЗ

## Перечень предоставляемых Клиентом документов

Документ (копии документов юридических лиц должны быть заверены печатью).

1. Заполненная Анкета Клиента со всеми основными данными ([Приложение 2](#));
2. Документ, подтверждающий полномочия лица, подписывающего Договор: для генерального директора – протокол собрания учредителей о его избрании и/или решение единственного участника (копия), для других лиц – доверенность и протокол об избрании генерального директора, подписавшего доверенность, если доверенность подписана не генеральным директором (не первым лицом организации), то такая доверенность должна быть удостоверена у нотариуса.
3. Лицензия на закупки, хранение и поставки алкогольной продукции (копия) для Дистрибьютора; Лицензия на розничную продажу алкогольной продукции (копия) для Розничных сетей; Лицензия на розничную продажу алкогольной продукции при оказании услуг общественного питания (копия) для HoReCa.
4. Свидетельство ОГРН (копия).
5. Свидетельство ИНН (копия).
6. Учредительные документы (Устав, изменения к нему, Учредительный договор) при предоставлении Выписки из ЕГРЮЛ достаточно первой и последней страниц Устава и список участников (копия).
7. Свидетельство о государственной регистрации индивидуального предпринимателя для индивидуального предпринимателя (копия);
8. Свидетельства о постановке на налоговый учет (ИНН) для индивидуального предпринимателя (копия).

## Анкета Клиента (для юридических лиц резидентов РФ, Индивидуальных предпринимателей)

Содержание приложения (текст, таблицы и пр.).

СВЕДЕНИЯ	
Полное наименование	
Сокращенное наименование	
Дата регистрации	
Адрес места нахождения	
Адрес (фактический)	
Адрес для корреспонденции	
ОГРН(ОГРНИП)	
Дата:	
Регистрирующий орган	
Система налогообложения	
Сведения об органах управления и представителях	
Наименование единоличного исполнительного органа	
Фамилия, имя, отчество лица, действующего по доверенности	
Реквизиты доверенности	
Банковские реквизиты	
Сведения о банковском счете	
Контактная информация	
Телефон	
Контактное лицо (Должность, Ф.И.О.)	
Прямой телефон контактного лица	
Веб-сайт Вашей организации	

Достоверность сведений подтверждаем

\_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ /

Подпись

И.О. Фамилия, Должность

М.П.

« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 202\_ г.