



Коммерческая политика

СОДЕРЖАНИЕ

1.	ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ.....	3
2.	ТЕРМИНЫ, СОКРАЩЕНИЯ, ОПРЕДЕЛЕНИЯ.	3
3.	ЦЕЛИ ДОКУМЕНТА.	4
4.	ПРИНЦИПЫ КОММЕРЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ КОМПАНИИ.	4
5.	ПОРЯДОК И КРИТЕРИИ ОТБОРА КЛИЕНТОВ КОМПАНИИ.....	6
6.	ПРОДВИЖЕНИЕ. МАРКЕТИНГОВАЯ ПОЛИТИКА.....	8
7.	ПРИНЦИПЫ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ.	8
8.	ПРЕКРАЩЕНИЕ ДОГОВОРА С КЛИЕНТОМ.	11
9.	ПОРЯДОК ПРИНЯТИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ.....	11
10.	ССЫЛКИ.	11
11.	ПРИЛОЖЕНИЯ.	12
	Приложение 1 Перечень предоставляемых Клиентом документов	12
	Приложение 2 Анкета Клиента (для юридических лиц резидентов РФ, Индивидуальных предпринимателей).....	13

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.	Компания	ООО КОМПАНИЯ «СИМПЛ» (ИНН: 7711078582), созданное и осуществляющее свою коммерческую деятельность в соответствии с законодательством Российской Федерации.
2.	Продукция	продовольственные (алкогольная и безалкогольная продукция) товары, непродовольственные товары, реализуемые Компанией.
3.	Политика	означает настоящую Коммерческую Политику со всеми Приложениями к ней, изменениями и дополнениями, которые могут время от времени вноситься в неё по решению Компании.
4.	Клиенты	юридические лица, индивидуальные предприниматели, физические лица, непосредственно закупающие Продукцию Компании, а именно, следующие категории: <ul style="list-style-type: none">• Дистрибьюторы• Розничная сеть:<ul style="list-style-type: none">○ Национальные розничные сети (НРС)○ Локальные розничные сети (ЛРС)○ Специализированная розница○ Несетевая розница• HoReCa• Клиенты Corp• Клиенты Prive• ВЭД
5.	Дистрибьюторы	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.	Розничная сеть	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">• Национальные розничные сети (НРС)• Локальные розничные сети (ЛРС)• Специализированная розница• Несетевая розница
7.	Национальные розничные сети (НРС)	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.	Локальные розничные сети (ЛРС)	крупные сетевые клиенты, обладающие широкой географической представленностью торговых точек с единым центром управления, осуществляющие реализацию продукции

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

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 Компанией 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 исполнение 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 одновременных 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

№	Вид документа	Наименование документа
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.