



Общество с ограниченной ответственностью
«Торговый дом Черкизово»

УТВЕРЖДЕНА
Директором ООО «ТД Черкизово»
О.Л. Заковым
(от 28.07.2023 № 10/01-05-11)

ТОРГОВО-СБЫТОВАЯ ПОЛИТИКА ООО «ТОРГОВЫЙ ДОМ ЧЕРКИЗОВО»

Редакция № 2

Введено в действие с 28.07.2023 г.

Срок действия до 28.07.2026 г.

Москва 2023 год

ООО «ТД Черкизово»	Торгово-сбытовая политика ООО ТД Черкизово	Редакция 1	Страница 2
--------------------	--	---------------	---------------

Содержание

1.	Общие положения.....	3
2.	Термины и определения	3
3.	Классификация Клиентов ТД	6
4.	Отбор Клиентов для заключения договора поставки.....	8
4.1.	Критерии отбора Клиентов	8
4.2.	Процедура отбора Клиентов	9
5.	Ценообразование на Продукцию.....	11
5.5.	Тарифные скидки (надбавки).....	11
5.6.	Коммерческие скидки.....	13
5.7.	Ценообразование на Продукцию, реализуемую Клиенту по результатам проведения им торгов	13
6.	Организация поставок Продукции	14
6.1.	Условия подачи заказов на Продукцию	14
6.2.	Форма подачи заказов	14
6.3.	Сроки подачи заказов	15
6.4.	Условия согласования заказов.....	15
6.5.	Форма согласования заказов.....	17
6.6.	Сроки согласования заказов	17
6.7.	Сроки отгрузки Продукции	17
6.8.	Условия отгрузки Продукции.....	17
7.	Порядок оплаты Продукции	18
7.1.	Условия оплаты Продукции	18
7.2.	Условия и сроки оплаты Продукции при предоплате.....	20
7.3.	Условия и сроки оплаты Продукции при наличии Отсрочки платежа	20
8.	Заключительные положения	21

ООО «ТД Черкизово»	Торгово-сбытовая политика ООО ТД Черкизово	Редакция 1	Страница 3
--------------------	--	---------------	---------------

1. Общие положения

- 1.1. Торгово-сбытовая политика (далее — «**Политика**») регулирует порядок оптовой реализации Продукции, как она определена в п. 1.5 Политики, и связанное с такой реализацией взаимодействие с клиентами ООО «ТД Черкизово» на внутреннем рынке Российской Федерации.
- 1.2. ООО «ТД Черкизово» (далее — «ТД») и ООО «Агропромышленный комплекс «Михайловский» входят в группу лиц ПАО «Группа Черкизово». Группа компаний ПАО «Группа Черкизово» — вертикально интегрированный агропромышленный холдинг с полным производственно-сбытовым циклом, охватывающим все звенья аграрной цепи — от растениеводства до производства мясной продукции и её реализации (далее — «**Группа**»).
- 1.3. Производство Продукции, как она определена в п. 1.5 Политики, осуществляют компании, которые входят в Группу (далее — «**Производственные площадки Группы**»). При появлении в составе Группы иных компаний, которые будут осуществлять производство Продукции, на них будут распространяться положения Политики, учитывающие деятельность Производственных площадок Группы.
- 1.4. Политика распространяется на торговую деятельность ТД, поскольку ТД является единой торговой компанией в Группе, которая непосредственно осуществляет реализацию Продукции на внутреннем рынке Российской Федерации.
- 1.5. Политика распространяется на оптовую реализацию на территории Российской Федерации охлажденного и замороженного мяса кур (тушки кур, цыплят, цыплят-бройлеров и их части, предназначенные для реализации или последующего производства продуктов мясопереработки, свежие, готовые продукты и полуфабрикаты) (далее — «**Курица**») и охлажденного и замороженного мяса индеек (тушки индеек и индюшат и их части, предназначенные для реализации или последующего производства продуктов мясопереработки, свежие, готовые продукты и полуфабрикаты) (далее — «**Индейка**»), (далее совместно — «**Продукция**»).
- 1.6. Политика не применяется к отношениям, связанным с продажей иных видов товаров, производимых и (или) реализуемых компаниями Группы, кроме Продукции.
- 1.7. Политика является локальным нормативным актом ТД и обязательна для всех сотрудников и должностных лиц ТД.
- 1.8. Политика вступает в силу с момента ее опубликования и распространяется на отношения, возникшие после вступления ее в силу.

2. Термины и определения

Термины, используемые в настоящей Политике, имеют значения согласно определениям ниже.

Базовая цена — цена Продукции, указанная в базовом прайс-листе ТД, без учета Тарифных скидок (надбавок), Специальной тарифной скидки и Коммерческих скидок.

Брендируемая Продукция — Продукция, маркированная товарными знаками, право на использование которых на территории Российской Федерации принадлежит компаниям в Группе, и предназначенная для продажи на территории Российской Федерации. Брендируемая Продукция является приоритетом реализации ТД и предназначена для продажи в потребительской упаковке для дальнейшей реализации конечным потребителям.

ООО «ТД Черкизово»	Торгово-сбытовая политика ООО ТД Черкизово	Редакция 1	Страница 4
--------------------	--	---------------	---------------

Небрендированная Продукция — Продукция, производимая на предприятиях Группы, реализуемая в промышленной упаковке для дальнейшей перепродажи конечным потребителям и в качестве сырья для производства продуктов мясопереработки.

Клиент — хозяйствующий субъект, не входящий в Группу, с которым ТД заключен договор поставки, приобретающий Продукцию для ее дальнейшей перепродажи или использования в производстве продуктов мясопереработки.

Канал сбыта — категория предприятий торговли, объединенных общим принципом работы с поставщиками продовольственных товаров и способами организации торговой деятельности.

Коммерческие скидки — скидки, предоставляемые ТД с условием снижения цен Клиента для его покупателей в не меньшем размере, и направленные на увеличение продаж и продвижение Брендированной Продукции в период проведения маркетинговых акций.

Коэффициент остаточного Срока годности — доля времени с момента получения Продукции Клиентом до окончания Срока годности в общем Сроке годности.

Кредитный комитет ТД — орган ТД, осуществляющий функции по кредитному контролю.

Кредитный лимит — сумма, в пределах которой Клиенту по договору с Отсрочкой платежа разрешено подтверждение заказов на отгрузку с Отсрочкой платежа.

Минимальный объем заказа — объем заказа Продукции, обусловленный рентабельностью обработки отдельного заказа для ТД, исходя их соответствующих логистических и административных затрат ТД.

Отсрочка платежа — условие договора между ТД и Клиентом, предусматривающее максимальный утвержденный (разрешенный) Кредитным комитетом ТД, но не превышающий установленный Федеральным законом от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», срок кредита, предоставляемого Клиенту и исчисляемый в днях, в течение которых Клиент должен оплатить Продукцию, полученную по конкретной накладной.

Потенциальный Клиент — хозяйствующий субъект, не входящий в Группу, подавший заявку на заключение договора поставки с ТД в порядке, предусмотренном Политикой, для приобретения Продукции и ее дальнейшей перепродажи или использования в производстве продуктов мясопереработки.

Потенциальный объем реализации — проводимая ТД оценка возможного объема реализации совокупности товаров ТД Клиентом на основании масштаба бизнеса Клиента (количества и географии покрытия торговых точек Клиента или покупателей Клиента, их площади и оборота), фактических объемов реализации соответствующих товаров Клиентом в прошлом и динамики спроса на товары, реализуемые Клиентом, и на рынке в целом.

Прогноз объемов производства Продукции — оценка объемов производства Производственной площадки Группы, с которых ТД осуществляет отгрузки, за период с учетом скорости выращивания птицы, мощностей морозильных установок, наличия и загрузки мощностей для формирования различных SKU (мощностей для распила, обесшкуривания, филировки птицы), сезонности на рынке рабочей силы и т. д.

Просроченная Дебиторская задолженность — дебиторская задолженность, которая не оплачена Клиентом в предусмотренные условиями договора сроки Отсрочки платежа. Под дебиторской задолженностью понимается неоплаченная Клиентом сумма Кредитного лимита.

ООО «ТД Черкизово»	Торгово-сбытовая политика ООО ТД Черкизово	Редакция 1	Страница 5
--------------------	--	---------------	---------------

Служба Безопасности ТД — структурное подразделение ТД, в полномочия которого в соответствии с локальными актами ТД входит в том числе решение вопросов, связанных с проверкой Потенциального Клиента.

Специальная тарифная скидка — скидка по распродаже сверхнормативного остатка (при нехватке складских мощностей) и Продукции с критичными Сроками годности, определяемыми на основании п. 6.4.5 Политики.

Срок годности — период времени, в течение которого сохраняются все свойства и характеристики Продукции, предусмотренные требованиями нормативных документов.

Стоп-фактор — обстоятельство, объективно влекущее невозможность сотрудничества ТД с Потенциальным Клиентом и(или) свидетельствующее об экономической нецелесообразности и неэффективности сотрудничества ТД с Потенциальным Клиентом, и признаваемое ТД безусловным основанием для отказа в заключении договора поставки.

Сутки — промежуток времени, оканчивающийся в 00:00 часов.

Тарифные скидки (надбавки) — скидки (надбавки), применяемые к Базовой цене для отражения разницы фактических условий взаимоотношений с Клиентом в зависимости от Каналов сбыта и Типов Клиентов, Потенциальных объемов реализации, условий доставки и других факторов, обуславливающих эффективность реализации единицы Продукции и потенциал развития продаж Продукции для ТД.

Тип Клиента — категоризация Клиентов в зависимости от Канала сбыта, масштаба бизнеса Клиента (количества и географии покрытия торговых точек Клиента или покупателей Клиента, их площади и оборота), размера административных расходов ТД, связанных с реализацией Продукции, ассортимента, логистики, целевой аудитории. Тип Клиента влияет на определение условий реализации Продукции на основании эффективности реализации единицы Продукции и потенциала развития продаж Продукции для ТД. Определения Типов Клиентов предусмотрены в п. 3.1 Политики.

Факторы эффективности ТД — факторы, обуславливающие общие затраты ТД на реализацию единицы Продукции и потенциал развития продаж Продукции для ТД.

Цена торгов — цена Продукции, предложенная ТД при участии в торгах Клиента, реализующим механизм закупки Продукции путем проведения торгов.

Ценовой комитет ТД — коллегиальный орган ТД, в полномочия которого в соответствии с локальными актами ТД входит решение вопросов, связанных с ценообразованием на Продукцию.

EDI — система по передаче структурированной цифровой информации между ТД и Клиентами через электронный обмен данными.

SAP ERP — система, разработанная компанией SAP, предназначенная для автоматизированной работы компании, в том числе с поступающей от Клиентов информацией (в частности, с заказами на поставку Продукции).

SKU — используемая для целей складского учета и имеющая индивидуальный штрих-код разновидность одной ассортиментной (товарной) позиции Продукции в зависимости от сегмента (Курица и Индейка), наличия маркировки (Брендируемая и Небрендируемая Продукция), термической обработки (охлажденная и замороженная), упаковки

(потребительская и производственная), способа разделки (целая тушка и отдельные ее части), иных потребительских признаков.

Остальные термины, используемые в Политике, определены по тексту Политики.

3. Классификация Клиентов ТД

3.1. ТД осуществляет оптовую реализацию Продукции через следующие Каналы сбыта и соответствующим Типам Клиентов:

Сетевой канал	
Торговая сеть	Хозяйствующий субъект, который непосредственно или совместно с иными лицами, входящими с ним в одну группу лиц, владеет или управляет совокупностью двух и более торговых объектов или совокупность лиц, которые непосредственно или через своих аффилированных лиц владеют или управляют двумя и более торговыми объектами, осуществляющими деятельность под единым коммерческим обозначением или иным средством индивидуализации.
Торговая онлайн-сеть (субъект электронной торговли)	Хозяйствующий субъект, осуществляющий реализацию потребительских товаров, в том числе Продукции, принадлежащих им на праве собственности, и обслуживание конечных потребителей (прием платежей, доставку товара) с помощью собственной платформы розничной торговли в информационно-телекоммуникационной сети Интернет. Данный хозяйствующий субъект может быть аффилирован с Торговой сетью, но при этом реализация им потребительских товаров должна осуществляться исключительно указанным в настоящем определении способом, либо для целей такой реализации у хозяйствующего субъекта должен быть определен отдельный адрес, на который Продукция поставляется от ТД.
Розничный канал	
Розничные Клиенты	Предприятия розничной торговли, представляющие собой обособленные торговые точки, не объединенные в единую Торговую сеть.
Канал Фудсервис	
Дистрибьюторы Фудсервис	Клиенты, приобретающие Продукцию по договору поставки и осуществляющие ее поставку в организации общественного питания в соответствии с условиями данного договора.
РБП (рестораны быстрого питания)	Клиенты, оказывающие услуги общественного питания, например, под такими торговыми наименованиями как: «Вкусно и точка», «КФС», «Бургер Кинг», либо Клиенты, деятельность которых сводится к закупке Продукции исключительно в целях ее поставки указанным Клиентам.

Сетевые Клиенты канала Фудсервис	Предприятия общественного питания, расположенные на территории одного федерального округа РФ (крупные сети ресторанов, одиночные форматы, кулинарии и другие специализированные предприятия общественного питания).
Некоммерческие Клиенты канала Фудсервис	Предприятия общественного питания, специализирующиеся на оказании услуг питания для государственных учреждений и бортовом питании, или связанные с оказанием услуг на удалённых точках, включая все предприятия и службы, оказывающие подрядные услуги по организации питания сотрудников компаний и частных лиц в помещении и на выездном обслуживании, а также осуществляющие обслуживание мероприятий различного назначения и розничную продажу готовой кулинарной Продукции.
Предприятия импульсного потребления	Предприятия общественного питания, оказывающие услуги общественного питания в формате кофеен, пиццерий, ресторанов и т.д. в таких местах, в которых услуги общественного питания являются дополнительными или сопутствующими к основным услугам, оказываемым конечным потребителям (например, такие места как автозаправки, точки питания при торговых центрах и т.д.).
Оптовый канал	
Оптовики (включая оптовые рынки)	Юридические лица или индивидуальные предприниматели, осуществляющие перепродажу Продукции мелкооптовым партнерам, не осуществляющие поставки Продукции в Сетевой канал, и не занимающиеся непосредственно переработкой Продукции.
Переработчики	Юридические лица или индивидуальные предприниматели, осуществляющие переработку Продукции с целью последующей реализации конечному потребителю.
Дистрибьюционный канал	
Дистрибьюторы	Компании-партнеры ТД, приобретающие Продукцию по дистрибьюторскому договору и осуществляющие его доставку в торговые точки в соответствии с условиями данного договора.

- 3.2.** При появлении новых Типов Клиентов и (или) Каналов сбыта, не предусмотренных настоящей версией Политики, либо в случае начала поставок Типам Клиентов и (или) в Каналы сбыта Продукции, которая ранее таким Типам Клиентов/в такие Каналы сбыта не поставлялись, к ним будут в равной степени применяться положения Политики и в случае необходимости разработаны условия недискриминационного взаимодействия с ТД согласно соответствующему определению Типа Клиента и (или) Канала сбыта.

ООО «ТД Черкизово»	Торгово-сбытовая политика ООО ТД Черкизово	Редакция 1	Страница 8
--------------------	--	---------------	---------------

4. Отбор Клиентов для заключения договора поставки

4.1. Критерии отбора Клиентов

- 4.1.1.** Клиентом ТД может стать правоспособное зарегистрированное в установленном законом порядке юридическое лицо (индивидуальный предприниматель) со сложившейся деловой репутацией надежного партнера, осуществляющее соответствующую закону деятельность на рынке продолжительное время, имеющее достаточно ресурсов для исполнения договора поставки и обладающее устойчивым финансовым положением (далее — «**Критерии отбора Клиентов**»).
- 4.1.2.** Критерии отбора Клиентов являются едиными для всех Каналов сбыта и Типов Клиентов.
- 4.1.3.** В силу небольшого размера Розничных Клиентов их прямое сотрудничество с ТД сопряжено со значительными издержками и оценивается ТД как низкоэффективное, в связи с чем ТД исходит из большей эффективности работы с данным Каналом сбыта через Дистрибьюторов. ТД заключает прямой договор поставки с Розничными Клиентами при закупке Продукции, объемом не ниже предусмотренного п. 6.4.4 Политики. При этом Розничные Клиенты свободны в выборе способа приобретения и поставщика Продукции.
- 4.1.4.** Потенциальный Клиент удовлетворяет Критериям отбора Клиентов, если отсутствуют все Стоп-факторы. Если хотя бы один Стоп-фактор присутствует, то Критерии отбора Клиентов считаются невыполненными, и договор поставки с Потенциальным Клиентом не заключается. Стоп-факторами являются:
- (1) Прекращение деятельности Потенциальным Клиентом согласно ЕГРЮЛ/ЕГРИП по данным сервиса Федеральной налоговой службы «Прозрачный бизнес», сервиса СПАРК, и равно по выписке из ЕГРЮЛ/ЕГРИП; либо несоответствие предоставленных Потенциальным Клиентом идентификационных реквизитов данным в ЕГРЮЛ/ЕГРИП, а также данным сервиса Федеральной налоговой службы «Прозрачный бизнес» или сервиса СПАРК;
 - (2) В отношении Потенциального Клиента принято решение о предстоящем исключении из ЕГРЮЛ как недействующего лица;
 - (3) Учредители или руководитель Потенциального Клиента указаны в реестре лиц, отказавшихся в суде от участия (руководства) в отношении которых данный факт установлен (подтвержден) в судебном порядке, либо в состав исполнительных органов контрагента входят дисквалифицированные лица, либо паспорт лица, выполняющего функции единоличного исполнительного органа / главного бухгалтера / учредителя Потенциального Клиента включен в список недействительных паспортов Российской Федерации;
 - (4) Учредитель Потенциального Клиента является лицом, указанным в пп. «ф» п. 1 ст. 23 Федерального закона от 08.08.2001 № 129-ФЗ:
 - лицом, которое владело более чем 50% долей в обществе с ограниченной ответственностью, которое на момент исключения из ЕГРЮЛ имело задолженность перед бюджетной системой, безнадежную к взысканию;
 - лицом, которое имело право без доверенности действовать от имени юридического лица, которое на момент исключения из ЕГРЮЛ имело задолженность перед бюджетной системой, безнадежную к взысканию;
 - лицом, которое имело право без доверенности действовать от имени юридического лица, в отношении которого содержится запись о недостоверности сведений о юридическом лице, предусмотренных пп. «в» или «л» п. 1 ст. 5 Федерального закона от 08.08.2001 № 129-ФЗ, либо имеется неисполненное решение суда о ликвидации указанного юридического лица.

ООО «ТД Черкизово»	Торгово-сбытовая политика ООО ТД Черкизово	Редакция 1	Страница 9
--------------------	--	---------------	---------------

- (5) Потенциальный Клиент имеет высокий риск по индексу должной осмотрительности контрагента согласно данным сервиса СПАРК (или его аналога, использующего объективные критерии оценки);
- (6) В отношении Потенциального Клиента ведутся исполнительные производства, которые в совокупности ставят под вопрос исполнение Потенциальным Клиентом своих обязательств по планируемому договору поставки с ТД (сумма претензий более 50% выручки Потенциального Клиента);
- (7) У Потенциального Клиента имеется недоимка или задолженность по пеням и штрафам более 100 000 рублей;
- (8) Потенциальный Клиент находится на какой-либо стадии банкротства.

4.2. Процедура отбора Клиентов

4.2.1. Потенциальный Клиент вправе направить ТД заявку на заключение договора поставки одним из следующих способов:

- по электронной почте info@cherkizovo.com;
- почтовым отправлением по адресу 107143, г. Москва, ул. Пермская, вл. 5 либо 125047, г. Москва, ул. Лесная, д. 5Б.

4.2.2. В составе заявки на заключение договора поставки Потенциальный Клиент направляет в адрес ТД следующие документы:

- Лист записи Единого государственного реестра юридических лиц или Свидетельство о государственной регистрации с присвоением ОГРН или Свидетельство о постановке на учет юридического лица в налоговом органе;
- Бухгалтерский баланс, отчет о финансовых результатах по утвержденным формам за последний отчетный год с отметкой налогового органа (либо с протоколом входного контроля, свидетельствующем о сдаче налоговой отчетности в электронном виде);
- Справка об исполнении налогоплательщиком (плательщиком сбора, плательщиком страховых взносов, налоговым агентом) обязанности по уплате налогов, сборов, страховых взносов, пеней, штрафов, процентов, или справка о наличии на дату формирования справки положительного, отрицательного или нулевого сальдо единого налогового счета налогоплательщика, плательщика сбора, плательщика страховых взносов или налогового агента, заверенные налоговым органом сроком давности не более 1 месяца;
- Сведения о застрахованных лицах по форме отчета о персонифицированных сведениях о физических лицах или РСВ-1 с отметками о приеме документов;
- Договор аренды или свидетельство о праве собственности по юридическому адресу Клиента (если применимо);
- Паспорт генерального директора/индивидуального предпринимателя (если Потенциальный Клиент – индивидуальный предприниматель) (листы, содержащие полные паспортные данные, фото и адрес регистрации). Иные паспортные сведения могут быть обезличены по желанию Клиента;
- Доверенность на лицо, заключающее договор от имени Клиента (если применимо);
- Документы, подтверждающие наличие материальных ресурсов — транспортировка (Оборотно-сальдовая ведомость на последнюю отчетную дату по сч. 01 «Основные средства»/Копии СРТС, договоры аренды транспорта) (если применимо);
- Документы, подтверждающие наличие складской недвижимости (Оборотно-сальдовая ведомость на последнюю отчетную дату по сч. 01 «Основные средства» /В дополнение/либо выписка из договора аренды/договора ответственного хранения) (если применимо).

ООО «ТД Черкизово»	Торгово-сбытовая политика ООО ТД Черкизово	Редакция 1	Страница 10
--------------------	--	---------------	----------------

Документы направляются по электронной почте или почтовым отправлениям по адресам, указанным в п. 4.2.1 Политики.

- 4.2.3.** Рассмотрение Потенциального Клиента ТД также может быть инициировано ТД в случае предполагаемой экономической эффективности сотрудничества с ним. Ко всем Потенциальным Клиентам применяются единые Критерии отбора Клиентов вне зависимости от того, каким образом была инициирована процедура его рассмотрения.
- 4.2.4.** Оценка Потенциального Клиента на предмет отсутствия Стоп-факторов, предусмотренных п. 4.1.4 Политики, осуществляется на основании публичной информации: реестров Федеральной налоговой службы России, в том числе ЕГРЮЛ и ЕГРИП, ее сервисов по проверке компаний, сервиса СПАРК, системы КАД Арбитр, Единого федерального реестра сведений о банкротстве, Банка исполнительных производств ФССП России, сведений из Реестра недобросовестных поставщиков (подрядчиков, исполнителей) и иных публичных источников. Также могут быть использованы документы, данные и результаты проверки, имеющиеся в отношении Потенциального Клиента по итогам предыдущих проверок, проведенных в соответствии с п. 4.2 Политики.
- 4.2.5.** Для установления факта отсутствия Стоп-факторов в деятельности Потенциального Клиента ТД вправе запрашивать уточняющие сведения у государственных органов и (или) у Потенциального Клиента.
- 4.2.6.** Проверку в соответствии с п. 4.1 Политики проводит Служба Безопасности ТД. Срок проведения проверки в среднем составляет 1 рабочий день, но в любом случае не может превышать 5 рабочих дней с даты получения ТД заявки на заключение договора поставки. Срок проверки приостанавливается на время уточнения данных у государственных органов и (или) Потенциального Клиента, в соответствии с п. 4.2.5 Политики. Потенциальный Клиент имеет возможность сразу при подаче заявки на заключение договора поставки направить официальные документы¹ по электронной почте или почтовым отправление (адреса указаны в п. 4.2.1 Политики) для подтверждения отсутствия у него Стоп-факторов.
- 4.2.7.** В случае выявления хотя бы одного Стоп-фактора заявка на заключение договора Потенциального Клиента отклоняется. Потенциальный Клиент незамедлительно информируется об этом посредством согласованного средства коммуникации.
- 4.2.8.** В течение 1 месяца с момента выявления одного или нескольких Стоп-факторов (о чем Потенциальный Клиент информируется незамедлительно тем же средством связи, по которому была направлена заявка) у Потенциального Клиента есть возможность исправить или опровергнуть их наличие в рамках той же проверки. По истечении 1 месяца у Потенциального Клиента есть возможность пройти новую проверку.
- 4.2.9.** Для опровержения наличия и (или) подтверждения исправления Стоп-факторов Потенциальному Клиенту необходимо по электронной почте (адрес указан в п. 4.2.1 Политики) направить письменные пояснения с приложением официальных (электронных) писем (справок) органов государственной власти, подтверждающих отсутствие указанного Стоп-фактора в деятельности Потенциального Клиента, и/или другое документальное подтверждение отсутствия Стоп-фактора. При получении данной информации ответственный менеджер ТД инициирует процесс дополнительной проверки Потенциального Клиента.

¹ Например, при наличии налоговой задолженности более 100 тыс. рублей, подтверждающим документом об устранении Стоп-фактора является Справка о сальдо единого налогового счета КНД 1160082, сроком давности не более 1 месяца либо справка об исполнении налогоплательщиком обязанности по уплате налогов, сборов, страховых взносов сроком давности не более 1 мес. (КНД 1120101), в которой отображаются сведения по уплате задолженности.

ООО «ТД Черкизово»	Торгово-сбытовая политика ООО ТД Черкизово	Редакция 1	Страница 11
--------------------	--	---------------	----------------

- 4.2.10.** С Потенциальным Клиентом, у которого отсутствуют все Стоп-факторы, заключается договор поставки.
- 4.2.11.** Срок действия результатов проверки составляет 12 месяцев. Каждые 12 месяцев Клиент проходит проверку на наличие Стоп-факторов, предусмотренных п. 4.1.4 Политики.
- 4.2.12.** Договор поставки не пролонгируется при выявлении Стоп-факторов в рамках проверки, предусмотренной п. 4.2.11 Политики, а также в отсутствии заказов на Продукцию со стороны Клиента и/или согласованных в соответствии с п. 6.4 Политики заказов Клиента в течение 6 месяцев.

5. Ценообразование на Продукцию

- 5.1.** Базовая цена в отношении одного и того же SKU для всех Клиентов вне зависимости от Канала сбыта и Типа Клиента на всей территории Российской Федерации является единой.
- 5.2.** В силу того, что Брендированная Продукция является Продукцией с добавленной стоимостью, то есть имеет более высокую себестоимость и отличающуюся целевую аудиторию, Базовые цены на Брендированную и Небрендированную Продукцию отличаются.
- 5.3.** Базовая цена на Брендированную Продукцию утверждается и изменяется приказом директора ТД. Базовая цена на Небрендированную Продукцию утверждается и изменяется на Ценовом комитете ТД.
- 5.4.** К Базовой цене применяются Тарифные скидки (надбавки) и Коммерческие скидки. Коммерческие скидки применяются к стоимости Продукции, рассчитываемой как Базовая цена на Продукцию с применением Тарифных скидок (надбавок).

5.5. Тарифные скидки (надбавки)

- 5.5.1.** К Базовой цене применяются Тарифные скидки (надбавки) в зависимости от Каналов сбыта и Типов Клиентов, Потенциальных объемов реализации, условий доставки и дополнительных Факторов эффективности ТД.
- 5.5.2.** Размер Тарифных скидок (надбавок) различен для сегмента Курица и сегмента Индейка в силу отличий в структуре себестоимости, особенностей производственных процессов, целевых аудиторий конечных потребителей, которые приобретают Продукцию каждого из сегментов.
- 5.5.3.** В сегменте Курица и в сегменте Индейка применяются Тарифные скидки и Тарифные надбавки. Размеры соответствующих Тарифных скидок (надбавок) фиксируются во внутренних документах ТД и могут быть предоставлены Клиенту по запросу.
- 5.5.4. Определение конкретного размера Тарифной скидки (надбавки)**

ТД определяет конкретный размер Тарифных скидок (надбавок) из диапазонов, определенных внутренними документами ТД, на основании совокупности указанных в настоящем п. 5.5.4 Политики факторов, определяющих эффективность взаимодействия ТД с каждым Клиентом с точки зрения затрат ТД на реализацию единицы Продукции и потенциала развития продаж через такого Клиента с учетом рыночных условий, в которых находится такой Клиент. Влияние каждого фактора зависит от значимости данного фактора в каждый конкретный момент времени при определении Тарифной скидки (надбавки).

Условия доставки влияют на конкретный размер Тарифной скидки (надбавки) следующим образом.

Условия доставки	Влияние на Тарифную скидку (надбавку)
(1) Самовывоз; (2) Доставка оплачивается отдельно	Увеличение уровня Тарифной скидки или соответствующее уменьшение Тарифной надбавки, обусловленные экономией логистических затрат ТД.
(3) Доставка включается в цену Продукции	Уменьшение Тарифной скидки или увеличение Тарифной надбавки при росте логистических затрат на кг Продукции, что определяется: <ul style="list-style-type: none"> - географической удаленностью от Производственной площадки Группы / склада ТД, откуда производится доставка; - объемом заказов Клиента, что определяет степень загруженности транспортных средств ТД; - назначением доставки (распределительный центр Клиента / торговые точки Клиента); - количеством торговых точек Клиента.

Дополнительными Факторами эффективности ТД являются:

- (1) География реализации Продукции Клиентом:
 - регионы реализации Продукции Клиентом;
 - количество регионов реализации Продукции Клиентом;
 - распределение регионов реализации Продукции Клиентом по территории РФ.
- (2) Формат торговых точек Клиента и их сегментация с точки зрения премиальности и потребительских сервисов (где применимо).
- (3) Фактический и Потенциальный объем реализации всех товаров ТД.
- (4) Эффективность продвижения Продукции через Клиента (где применимо).
- (5) Спектр обязанностей Клиента, например, хранение, доставка, финансовая нагрузка и т.д. (где применимо).
- (6) Наличие выделенной торговой команды, обслуживающей Продукцию, подключения к системе обмена данными (где применимо).

5.5.5. Конкретный размер Тарифных скидок (надбавок) для Торговых сетей может также определяться в рамках переговоров, где помимо факторов, указанных в п. 5.5.1, п. 5.5.2 и 5.5.4 Политики, учитывается позиция Торговой сети, в том числе относительно расширения закупки ассортимента брендированной продукции ТД.

5.5.6. В случае возникновения непредвиденных обстоятельств, затрудняющих продажу ТД конкретного SKU (например, при изменении состава Клиентов, корректировке рецептуры Продукции, нарушении логистики), ТД вправе применить Специальную тарифную скидку при реализации Продукции любому из Типов Клиентов на недискриминационной основе.

ООО «ТД Черкизово»	Торгово-сбытовая политика ООО ТД Черкизово	Редакция 1	Страница 13
--------------------	--	---------------	----------------

5.6. Коммерческие скидки

- 5.6.1.** ТД предоставляет Коммерческие скидки на Брендированную Продукцию в период проведения маркетинговых акций.
- 5.6.2.** Периоды проведения маркетинговых акций для Клиентов разводятся во времени, что обусловлено повышенным спросом на Продукцию со стороны конечных потребителей в периоды применения Коммерческих скидок и ограниченными возможностями производства Продукции в соответствии с Прогнозом объемов производства Продукции.
- 5.6.3.** Коммерческие скидки ежемесячно согласуются в SAP EPR сотрудниками финансового отдела и менеджерами по работе с ключевыми Клиентами.
- 5.6.4.** Размер Коммерческих скидок устанавливается относительно стоимости Продукции, рассчитываемой как Базовая цена на Продукцию с применением Тарифных скидок (надбавок), и определяется на основе факторов, закрепленных в п. 5.6.6 Политики.
- 5.6.5.** В связи с тем, что Коммерческая скидка позволяет наиболее оперативно реагировать на изменения спроса со стороны конечных потребителей, возможно применение глубоких Коммерческих скидок, размер которых устанавливается относительно стоимости Продукции, рассчитываемой как Базовая цена на Продукцию с применением Тарифных скидок (надбавок).
- 5.6.6.** Конкретный размер Коммерческой скидки определяется на основании следующих факторов:
- себестоимость Продукции;
 - прогноз спроса конечных потребителей на Продукцию, реализуемую Клиентом с учетом снижения цены за счет Коммерческой скидки, сезонности спроса на различные SKU, маркетинговых активностей Клиента, проводимых в тот же период времени и т. д.;
 - Прогноз объемов производства Продукции;
 - формат торговых точек Клиента и их сегментация с точки зрения потребительских сервисов;
 - различия в стоимости Продукции, рассчитываемой как Базовая цена на Продукцию с применением Тарифных скидок (надбавок);
 - динамика объемов продаж Продукции Клиентом относительно динамики спроса на рынке в целом;
 - решения по ассортименту на стороне Клиента, которые влияют на представленность Продукции на рынке;
 - ввод новой Продукции на рынок;
 - начало продаж Продукции на территориях, на которых ранее продажа Продукции не осуществлялась.

5.7. Ценообразование на Продукцию, реализуемую Клиенту по результатам проведения им торгов

- 5.7.1.** ТД обеспечивает возможность Клиенту, реализующему механизм закупки продовольственных товаров посредством торгов, приобретать Продукцию по результатам проводимых Клиентом торгов. При этом такой Клиент сохраняет возможность приобретать Продукцию по стоимости, определяемой в порядке, предусмотренном п. 5.5 Политики.
- 5.7.2.** ТД принимает решение о реализации Продукции через торги, проводимые Клиентами, на основании анализа соответствующих затрат ТД, а именно: подготовку ценового предложения, проведение соответствующей внутренней аналитики, формирование необходимой документации, стоимости доставки, администрирование процесса участия ТД в торгах и т.д.

ООО «ТД Черкизово»	Торгово-сбытовая политика ООО ТД Черкизово	Редакция 1	Страница 14
--------------------	--	---------------	----------------

- 5.7.3.** Ассортимент Продукции, реализуемой на торгах, определяется ТД и является единым для участия в торгах всех Клиентов, использующих данный механизм закупки продовольственных товаров.
- 5.7.4.** В случае, если SKU реализуется Клиенту посредством торгов, Клиент вправе приобрести данное SKU у ТД в тот же период по стоимости, определяемой в порядке, предусмотренном п. 5.5 Политики, только в случае возможности доставки соответствующей Продукции на различные распределительные центры Клиента во избежание смещения Продукции, стоимость на которую была определена в порядке, предусмотренном п. 5.5 Политики, и Продукции, поставляемой по Цене торгов.
- 5.7.5.** Ценовое предложение ТД под торги Клиента определяется на основании факторов, приведенных в п. 5.6.6 Политики.
- 5.7.6.** Если по итогам проведения торгов Клиент выбирает предложение ТД среди иных предложений других участников торгов, ТД согласовывает заказ Клиента. Организация поставок Продукции, реализуемой по результатам торгов, осуществляется в порядке, предусмотренном п. 6 Политики.

Периодичность проведения торгов и соответствующий период действия Цены торгов определяется Клиентом.

6. Организация поставок Продукции

6.1. Условия подачи заказов на Продукцию

- 6.1.1.** Клиент вправе подать заказ при наличии между ТД и Клиентом заключенного договора поставки и согласованного плана продаж на период подачи заказа. Данное условие является единым для всех Клиентов.

6.2. Форма подачи заказов

Клиент вправе направлять заказы на Продукцию следующими способами:

- (1) Размещение заказов на Продукцию посредством EDI, если у Клиента и ТД имеются договорные отношения с EDI-провайдером (юридическим лицом, аттестованным как оператор электронного документооборота, который оказывает услугу по обмену электронными документами);
- (2) Направление заказа посредством электронной почты, адрес которой закрепляется в договоре поставки с каждым Клиентом;
- (3) Направление заказа по телефону ТД, указанному на официальном сайте Группы в разделе «Контакты» или закрепленном в договоре поставки с каждым Клиентом.

- 6.2.1.** Заказ должен содержать следующую информацию:

- наименование, код номенклатуры ТД, объем (шт./кг) и ассортимент заказываемой Продукции;
- желаемый способ передачи Продукции (доставка/самовывоз);
- планируемая дата поставки Продукции;
- адрес поставки (при доставке)/адрес склада ТД (при самовывозе);
- наименование грузополучателя.

- 6.2.2.** Заказы, направленные Клиентом посредством EDI, электронной почты или по телефону агрегируются и обрабатываются в SAP ERP.
-

ООО «ТД Черкизово»	Торгово-сбытовая политика ООО ТД Черкизово	Редакция 1	Страница 15
--------------------	--	---------------	----------------

- 6.2.3.** Ответственным за прием и дальнейшую обработку заказов является Служба сопровождения продаж ТД, контактные данные которой доводятся до сведения Клиентов принятым в отношениях между ТД и Клиентом способом.

6.3. Сроки подачи заказов

- 6.3.1.** Заказ должен быть направлен Клиентом в ТД не менее чем за:
- двое Суток до момента отгрузки для охлажденной Продукции;
 - Сутки до момента отгрузки для замороженной Продукции.
- 6.3.2.** Прием заказов осуществляется ТД ежедневно, кроме 1 января, с 9:00 до 13:00 для охлажденной Продукции и до 15:00 для замороженной Продукции.
- 6.3.3.** Сроки подачи заказа могут быть увеличены в зависимости от географии поставки и расположения соответствующей Производственной площадки Группы / склада ТД.

6.4. Условия согласования заказов

- 6.4.1.** ТД применяет единые условия согласования заказов в отношении всех Клиентов, выполнение которых подтверждается системой SAP ERP автоматически или со стороны ответственного отдела ТД.
- 6.4.2.** Условием согласования заказов является выполнение каждого из следующих критериев:
- (1) Заказ направлен в соответствии со сроками согласно п. 6.3 Политики;
 - (2) Объем заказа не ниже Минимального объема заказа согласно п. 6.4.4 Политики;
 - (3) Объем заказа не противоречит согласованному с Клиентом плану продаж, предусмотренному п. 6.1.1 Политики;
 - (4) Объем заказа не превышает квоту при ее наличии. Под квотой понимается максимальный объем допустимого заказа Продукции, устанавливаемый на Небрендируемую Продукцию на ограниченное время по решению Ценового комитета ТД в исключительных случаях, когда Прогноз объемов производства Продукции ниже ожидаемого объема заказов со стороны всех Клиентов. В случае превышения квоты объем заказа корректируется в соответствии с утвержденной Ценовым комитетом ТД квоте;
 - (5) Объем заказа на Продукцию с применением Коммерческой скидки соответствует ранее согласованному объему Продукции, который ТД готов отгрузить с Коммерческой скидкой;
 - (6) Клиент прошел кредитный контроль — проверка на наличие Просроченной дебиторской задолженности и превышение Кредитного лимита для Клиентов с Отсрочкой платежа и наличие предоплаты для Клиентов без Отсрочки платежа;
 - (7) Клиент предоставил номер GUID/GLN (уникальный номер из государственной электронной системы ветеринарного контроля Меркурий) в целях подтверждения работы с ветеринарной сертификацией во исполнение требований Закона Российской Федерации от 14 мая 1993 года № 4979-1 «О ветеринарии»;
 - (8) Клиент предоставил данные по маркировке (PLU) в случае, если это необходимо для постановления Клиентом полученной Продукции на свой баланс;
 - (9) Торговая точка или точка питания Клиента (где применимо), в отношении которой произведен заказ, является действующей (не закрыта навсегда / на реконструкцию / по причине пожара и т. д.).

ООО «ТД Черкизово»	Торгово-сбытовая политика ООО ТД Черкизово	Редакция 1	Страница 16
--------------------	--	---------------	----------------

6.4.3. В отношении всех Каналов сбыта и Типов Клиентов предусмотрен единый перечень оснований отклонения заказа, наличие которых автоматически фиксирует система SAP ERP или фиксируется со стороны ответственного отдела ТД:

- (1) Отсутствие объективной возможности доставки заказа в торговую точку Клиента;
- (2) Расходы на доставку заказа в торговую точку Клиента не покрываются соответствующим доходом;
- (3) Заказ сформирован в отношении артикула Продукции, который снят с производства;
- (4) Заказ оформлен в отношении новой Продукции, запуск производства которой отложен, либо у Клиента нет технической возможности принять данную Продукцию (например, артикул Продукции еще не внесен в учетную систему Клиента);
- (5) Заказ сформирован в отношении Продукции, производимой из остатков, запас которых исчерпан;
- (6) Заказ оформлен в отношении Продукции с критичным Сроком годности, превышающим Сроки годности, предусмотренные п. 6.4.5 Политики;
- (7) Заказ поступил в ТД после закрытия приема заказов до начала периода корректировки заказов в соответствии с п. 6.3 Политики (период планирования выполнения поступивших заказов);
- (8) Неисправность производственного оборудования, используемого для выполнения заказа;
- (9) Отсутствие технической возможности отгрузки заказа по причине технического сбоя на Производственной площадке Группы / складе ТД;
- (10) Обстоятельства непреодолимой силы, препятствующие выполнению заказа (например, неблагоприятные погодные условия и т. д.);
- (11) Остановка Производственной площадки Группы по причине проведения санитарного дня, аудита и иным подобным причинам остановки Производственной площадки Группы;
- (12) Отсутствие упаковки/специй, необходимых для хранения и транспортировки заказанной Продукции;
- (13) Отказ Клиента от заказа (например, по причине ошибки формирования заказа, корректировки заказа в степени, повлекшей формирование нового заказа и т. д.);
- (14) Цена на Продукцию с учетом Коммерческой скидки или Цена торгов не принята Клиентом;
- (15) Технические причины отклонения заказа:
 - при превышении объема заказа вместимости одного транспортного средства ТД создается несколько заказов в объеме, не превышающим вместимость одного транспортного средства, а первоначальный заказ полностью отклоняется;
 - заказ является тестовым;
 - заказ ошибочно продублирован Клиентом;
 - произошел сбой в выгрузке заказов;
 - замена артикула Продукции;
 - цена Продукции не отображается в системе.

6.4.4. В системе SAP ERP ТД установлен Минимальный объем заказа для сегмента Курица и сегмента Индейка.

Минимальный объем заказа определяется на основании анализа логистических затрат ТД и может быть пересмотрен в случае значительных изменений соответствующих затрат.

6.4.5. Для согласования заказа Коэффициент остаточного Срока годности Продукции должен быть не ниже уровня, установленного на основании оценки времени, необходимого на реализацию Продукции каждым Типом Клиентов. При этом Коэффициенты остаточного Срока годности могут быть увеличены в зависимости от дальности доставки, а также уменьшены по инициативе Клиента (Клиент считает, что ему необходимо меньше времени на реализацию Продукции, чем в среднем для Типа Клиентов, к которой он относится).

ООО «ТД Черкизово»	Торгово-сбытовая политика ООО ТД Черкизово	Редакция 1	Страница 17
--------------------	--	---------------	----------------

6.5. Форма согласования заказов

6.5.1. Согласование заявок проводится в системе SAP ERP на основании пп. 6.4.2–6.4.3 Политики. В случае, если это предусмотрено в договоре поставки, ТД сообщает Клиенту о результате согласования заявки посредством EDI или электронной почты, а именно направляет подтверждение заказа (полностью или в части) либо отказ в подтверждении заказа. Также у Клиентов есть возможность узнать о результате согласования заявки через менеджера по продажам, который закреплен за ним в ТД.

6.6. Сроки согласования заказов

6.6.1. Согласование заказа осуществляется за один день до отгрузки в соответствии с формой подачи заказа. При отсутствии ответа ТД Клиенту в течение указанного срока заказ считается согласованным.

6.6.2. Ответственные сотрудники ТД дважды в Сутки осуществляют проверку заказов, переданных через EDI.

6.7. Сроки отгрузки Продукции

6.7.1. Отгрузка Продукции в рамках заказа осуществляется после 00 часов в соответствии с п. 6.3.1 Политики в течение:

- двух Суток с момента поступления заказа в отношении охлажденной Продукции;
- Суток с момента поступления заказа в отношении замороженной Продукции.

6.7.2. Сроки отгрузки заказа могут быть увеличены в зависимости от географии поставки и расположения соответствующей Производственной площадки Группы / склада ТД в соответствии с п. 6.3.3 Политики.

6.7.3. Конкретные временные слоты для отгрузки Продукции согласовываются ТД с Клиентом.

6.8. Условия отгрузки Продукции

6.8.1. ТД осуществляет контроль заказа по кратности объема заказа по конкретному SKU объему соответствующего короба (упаковки) Продукции. В случае если заказ Клиента по конкретному SKU не кратен объему соответствующего короба (упаковки) Продукции, то при сохранении заказа объем заказа по данному SKU автоматически корректируется системой SAP ERP для достижения кратности объему соответствующего короба (упаковки) Продукции по правилам округления до целого числа.

6.8.2. Отгрузка Продукции может осуществляться на условиях доставки ТД или самовывоза Клиента в соответствии с договором поставки между ТД и Клиентом.

6.8.3. Отгрузка Продукции (на условиях доставки ТД или самовывоза) осуществляется на основании графика отгрузки по заказу, согласованного между ТД и Клиентом, включенного в общий график отгрузок ТД. При подготовке к отгрузке Продукции осуществляется сборка Продукции на складе ТД, оформление сопроводительной документации, передача заказа Клиенту в присутствии представителя ТД, приемка заказа Клиентом, получение и возврат подтверждающей документации.

ООО «ТД Черкизово»	Торгово-сбытовая политика ООО ТД Черкизово	Редакция 1	Страница 18
--------------------	--	---------------	----------------

6.8.4. В случае отгрузки Продукции на условиях доставки ТД также осуществляется заказ транспорта, формирование маршрута доставки, погрузка Продукции, выезд транспорта к Клиенту.

7. Порядок оплаты Продукции

7.1. Условия оплаты Продукции

7.1.1. По общему правилу оплата Продукции осуществляется на условиях предоплаты. Отсрочка платежа предоставляется Клиентам на основании договора поставки по решению Кредитного комитета ТД.

7.1.2. ТД принимает положительное решение о предоставлении Отсрочки платежа при заключении договора поставки с Клиентом впервые, если Клиент прошел проверку на благонадежность и платежеспособность, которые оцениваются на основе отсутствия признаков, перечисленных в п. 7.1.6 Политики, и Клиент заключает договор поставки только по своей форме, которая предусматривает условия по Отсрочке платежа.

7.1.3. Решение о предоставлении Отсрочки платежа при заключении договора поставки с Клиентом впервые по форме ТД принимается на основании следующих факторов:

- (1) Клиент прошел проверку на благонадежность и платежеспособность, которые оцениваются на основе отсутствия признаков, перечисленных в п. 7.1.6 Политики;
- (2) Клиент имеет возможность обеспечить исполнение обязательств по оплате Продукции такими способами, как: залог, банковская гарантия, поручительство и другие виды обеспечения;
- (3) Потенциальный объем реализации Продукции в месяц;
- (4) Средний ожидаемый оборот Клиента по всем товарам ТД.

7.1.4. Решение о переводе Клиента, с которым уже заключен договор поставки, на оплату Продукции с Отсрочкой платежа принимается с учетом факторов, указанных в п. 7.1.3 Политики, а также следующих дополнительных факторов, основанных на опыте работы ТД с данным Клиентом:

- (1) Клиент должен приобретать Продукцию по договору поставки 6 месяцев или более;
- (2) Общий период работы Клиента с ТД с учетом периода, в котором одна организация была реорганизована в другую;
- (3) Средний объем фактических продаж по всем товарам ТД за вычетом возвратов за последние 3 мес.;
- (4) Кредитная история Клиента, определяемая финансовой дисциплиной при сотрудничестве с ТД на условиях предоплаты. Финансовая дисциплина оценивается на основе данных бухгалтерской отчетности Клиента, публикуемых в открытых источниках, и частоты невнесения предоплаты в порядке, предусмотренном п. 7.2 Политики. При отсутствии данных бухгалтерской отчетности в открытых источниках либо их неактуальности ТД вправе запросить бухгалтерскую отчетность у Клиента.

Окончательное решение о переводе Клиента на оплату Продукции с Отсрочкой платежа принимает Кредитный комитет ТД.

7.1.5. Решение о переводе Клиента, с которым уже заключен договор поставки, с оплаты Продукции с Отсрочкой платежа на условия предоплаты принимается при нарушении финансовой дисциплины при сотрудничестве с ТД на условиях оплаты Продукции с Отсрочкой платежа в соответствии с п. 7.3 Политики. Нарушение финансовой дисциплины определяется наличием в истории взаимоотношений ТД и Клиента неоднократных случаев образования Просроченной дебиторской задолженности.

ООО «ТД Черкизово»	Торгово-сбытовая политика ООО ТД Черкизово	Редакция 1	Страница 19
--------------------	--	---------------	----------------

7.1.6. ТД приходит к выводу о неблагонадежности и неплатежеспособности Клиента по совокупности следующих признаков:

- (1) Учредитель, участник или руководитель Клиента выполняет соответствующие функции более чем в 10 компаниях;
- (2) Учредитель, генеральный директор и бухгалтер Клиента представлены одним и тем же физическим лицом;
- (3) Лицо, указанное в качестве руководителя Клиента, имеет действующую дисквалификацию, либо привлекалось к ответственности за нарушение антикоррупционного законодательства;
- (4) Смена руководителя Клиента три и более раза в год;
- (5) Происходит передача владения Клиентом юридическому лицу, которое в настоящее время находится в стадии ликвидации;
- (6) Адрес регистрации Клиента не существует или является адресом массовой регистрации и(или) отсутствует связь с Клиентом по его юридическому адресу;
- (7) Непредставление Клиентом отчетности в органы статистики и/или налоговые органы либо представление отчетности, подтверждающей неосуществление Клиентом финансово-хозяйственной деятельности;
- (8) Учредителем Клиента является компания с признаками неблагонадежности, указанными в пп. 1–7 настоящего пункта Политики;
- (9) Учредитель Клиента ранее уже учреждал компании, которые находятся в реестре недобросовестных поставщиков или иных официальных списках неблагонадежных контрагентов, содержащихся в источниках, указанных в п. 7.1.8 Политики;
- (10) Единственным исполнительным органом Клиента является управляющая компания, которая также выполняет функции исполнительного органа в 10 и более компаниях, находящихся в реестре недобросовестных поставщиков или иных списках неблагонадежных контрагентов, содержащихся в источниках, указанных в п. 7.1.8 Политики;
- (11) Помещение, находящееся по адресу регистрации Клиента не приспособлено для осуществления его деятельности (котельная, жилой дом, подсобное помещение и т.д.);
- (12) У Клиента отсутствуют основные средства (транспорт, склад и т.п.) и достаточное количество сотрудников, необходимые для ведения деятельности;
- (13) Вид деятельности, указанный в учредительных документах Клиента, существенно отличается от предмета договора, заключаемого ТД с Клиентом;
- (14) Изменение места постановки на налоговый учет более чем один раз в год;
- (15) Наличие незавершенных разбирательств в арбитражных судах, в которые Клиент привлечен в качестве ответчика, и значительной исковой нагрузки на Клиента, способной повлиять на финансовую стабильность и платежеспособность Клиента (сумма исковой нагрузки более 50% выручки Клиента);
- (16) Иные достоверные негативные сведения о Клиенте (например, руководящие сотрудники находились под следствием или имеются сведения о коррупционных скандалах).

7.1.7. Дополнительно о благонадежности и платежеспособности Клиента говорят следующие факторы:

- Финансовые показатели Клиента, в частности размер уставного капитала и динамика выручки Клиента;
- Сложившаяся репутация на рынке и узнаваемость бренда Клиента потребителями;
- Наличие и результаты внешнего аудита, проведенного в отношении Клиента.

7.1.8. Оценка признаков, указанных в п. 7.1.6 Политики осуществляется на основании информации, предусмотренной п. 4.2.4 Политики. Для уточнения информации ТД вправе запрашивать сведения у государственных органов и (или) у Клиента.

ООО «ТД Черкизово»	Торгово-сбытовая политика ООО ТД Черкизово	Редакция 1	Страница 20
--------------------	--	---------------	----------------

7.2. Условия и сроки оплаты Продукции при предоплате

- 7.2.1.** Размер предоплаты составляет 100% стоимости заказа и вносится Клиентом в соответствии со счетом на оплату, направляемым ТД Клиенту сразу после получения заказа.
- 7.2.2.** Клиент вправе осуществить оплату конкретного заказа заблаговременно до получения счета в соответствии с положениями договора поставки в целях обеспечения соблюдения сроков, предусмотренных п. 6.6 Политики.
- 7.2.3.** В исключительных случаях, связанных с невозможностью своевременного осуществления либо получения предоплаты по причинам, не зависящим от Клиента и ТД, или/и при наличии излишков Продукции заказ может быть оплачен после согласования заказа до момента отгрузки. Данные исключения требуют утверждения ответственных сотрудников ТД в зависимости от суммы невнесенной предоплаты.

7.3. Условия и сроки оплаты Продукции при наличии Отсрочки платежа

- 7.3.1.** Клиентам может быть предоставлена Отсрочка платежа на срок, не превышающий сроки, установленные Федеральным законом от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», а именно:
- Продукция, на которую Срок годности установлен менее чем 10 дней, подлежит оплате в срок не позднее чем 8 рабочих дней со дня фактического получения такой Продукции Клиентом;
 - Продукция, на которую Срок годности установлен от 10 до 30 дней включительно, подлежит оплате в срок не позднее чем 25 календарных дней со дня фактического получения такой Продукции Клиентом;
 - Продукция, на которую Срок годности установлен свыше 30, подлежит оплате в срок не позднее чем 40 календарных дней со дня фактического получения такой Продукции.
- 7.3.2.** Конкретный срок Отсрочки платежа в отношении конкретного Клиента и Продукции устанавливается на основании факторов, указанных в пп. 7.1.3 – 7.1.4 Политики и Сроков годности Продукции.
- 7.3.3.** Кредитный лимит согласуется Кредитным комитетом ТД.
- 7.3.4.** Кредитный лимит определяется и согласовывается до подписания договора поставки с Отсрочкой платежа. Отгрузка Продукции на условиях Кредитного лимита Клиенту производится только при наличии действующего договора с Отсрочкой платежа, в ином случае Продукция должна быть отгружена Клиенту только на условиях предоплаты.
- 7.3.5.** Пересмотр Кредитных лимитов осуществляется по мере необходимости, но не чаще, чем один раз в квартал.
- 7.3.6.** В исключительных случаях, связанных с невозможностью своевременного осуществления либо получения оплаты по причинам, не зависящим от Клиента и ТД, или/и при наличии излишков Продукции заказ может быть согласован при наличии Просроченной дебиторской задолженности. Данные исключения требует одобрения ответственных сотрудников ТД в зависимости от суммы Просроченной дебиторской задолженности.
-

ООО «ТД Черкизово»	Торгово-сбытовая политика ООО ТД Черкизово	Редакция 1	Страница 21
--------------------	--	---------------	----------------

8. Заключительные положения

- 8.1.** Действия, предусмотренные Политикой, осуществляются ответственными сотрудниками ТД в рамках полномочий, определяемых должностными инструкциями.

Политика утверждается директором ТД и может быть пересмотрена по необходимости в соответствии со стратегическими целями ТД не чаще чем 1 раз в год.

