

Утверждено
Приказом Генерального директора
От 25.05.2022 года

Политика привлечения и взаимодействия дистрибьюторов, торговых агентов и консультантов.

Общие положения.

- 1.1. Настоящая политика привлечения и взаимодействия дистрибьюторов, торговых агентов и консультантов (далее «Политика») закрепляет принципы и систему выбора Дистрибьюторов, Покупателей, Торговых агентов и других участников производственно-сбытовой цепочки товаров и услуг, а также коммерческие условия взаимоотношений с ними.
- 1.2. При формировании правил настоящей политики Компания Фармстор (далее «Компания») преследует следующие ценности - быть этичными, доверять и уважать друг друга, обеспечивать качество и быть обоснованными. Основой этого убеждения является ожидание того, что Дистрибьюторы и агенты Компании будут, как минимум, работать в полном соответствии со всеми применимыми законами, правилами и положениями. Без ограничения общего характера вышеуказанных или других требований в договорах и соглашениях Компании, Компания предполагает, что каждый из ее Дистрибьюторов или Агентов будет работать и вести свой бизнес в соответствии с этическими нормами и действовать добросовестно.
- 1.3. Настоящая политика доступна для всех потенциальных Дистрибьюторов и агентов (Политика может быть опубликована как на сайте Компании <https://pharmstore.info/> в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» либо представлена потенциальному Контрагенту по запросу).

2. Термины и определения Продукция

Лекарственные препараты, как это определено российским законодательством.

Производитель - иностранное или российское юридическое лицо, имеющее разрешение на производство лекарственных препаратов в соответствии с требованиями законодательства по месту осуществления производства лекарственных препаратов.

Дистрибьютор – лицо, обладающее лицензией на оптовую торговлю Продукцией и осуществляющее распространение Продукции на территории Российской Федерации. К дистрибьюторам не относятся аффилированные лица Производителей.

Аптека, обладающая лицензией на оптовую торговлю лекарственными препаратами и осуществляющая оптовую закупку Продукции у Поставщика, рассматривается как Дистрибьютор.

Государственный заказчик – уполномоченный государственный орган или учреждение здравоохранения, осуществляющий/ее закупку Продукции из бюджетных средств согласно применимому законодательству о государственных закупках.

Покупатель – совокупное обозначение Дистрибьютора, Государственного заказчика или Аптеки. Участник – участник настоящей политики как определено в разделе 3.

Закупка – любой конкурентный способ определения поставщика при поставке Продукции для государственных или муниципальных нужд, для нужд отдельных юридических лиц.

Компания – ООО «Компания Фармстор», обладающий лицензией на оптовую торговлю лекарственными препаратами и осуществляющая оптовую закупку Продукции у Производителей.

3. Договорные взаимоотношения Компании с Покупателями Продукции.

3.1 Компания может вступать в договорные отношения по реализации Продукции с дистрибьюторами (включая аптеки) и с государственными заказчиками.

Поставщик вправе самостоятельно принимать решения о производственно-сбытовой цепочке и определять хозяйствующего(их) субъекта(ов), для вступления в договорные взаимоотношения с Покупателями Продукции.

3.2. Взаимоотношения с государственными заказчиками взаимодействие с государственными заказчиками в связи с поставкой Продукции осуществляется в соответствии с законодательством Российской Федерации с учетом положений настоящей Политики.

3.3. Взаимоотношения с дистрибьюторами, Покупателями, торговыми агентами и контрагентами Компании.

3.3.1. Компания в соответствии с настоящей политикой вправе самостоятельно выбирать дистрибьюторов, с которыми она вступает в договорные отношения. При этом решения о производственно-сбытовой цепочке, должны отвечать следующим требованиям:

- быть экономически или технологически обоснованными;
- соответствовать национальному законодательству Российской Федерации, наднациональному законодательству ЕАЭС, международному и/или иностранному законодательству (в случаях, если такое международное и/или иностранное законодательство распространяется на Участника производственно-сбытовой цепочки;
- соответствовать высоким стандартам ведения бизнеса.

3.4. В целях проведения оценки Контрагентов на предмет соответствия перечисленным критериям Поставщик анализирует и учитывает нормы национального и международного законодательства, включая, но не ограничиваясь:

- Федеральный закон № 273–ФЗ от 25.12.2008 г. «О противодействии коррупции»
- Федеральный закон от 07.08.2001 N 115-ФЗ «О противодействии легализации (отмыванию) доходов, полученных преступным путем, и финансирования терроризма» и иные законодательные акты по противодействию коррупции, а также методические рекомендации уполномоченных государственных органов;
- Федеральный закон №61-ФЗ от 12.04.2010 «Об обращении лекарственных средств»;
- Федеральный закон №135-ФЗ от 26.07.2006 «О защите конкуренции»;
- Федеральный закон от 05.04.2013 № 44-ФЗ "О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд";
- Уголовный кодекс Российской Федерации от 13.06.1996 № 63-ФЗ;
- Закон США О коррупции за рубежом” (Foreign Corrupt Practices Act, 1977;
- Закон Великобритании о взятках (UK Bribery Act 2010) .

3.5. Критерии выбора Дистрибьюторов и Покупателей.

3.5.1. При принятии решения Компанией о заключении договоров с Покупателями могут учитываться следующие критерии (включая, но не ограничиваясь):

- отсутствие у Покупателя задолженности по налогам и сборам;
- отсутствие возбужденной в отношении Покупателя процедуры ликвидации или банкротства;
- отсутствие решений уполномоченных государственных органов о приостановлении деятельности Покупателя;
- наличие у Покупателя необходимых лицензий и (или) иных разрешений уполномоченных государственных органов в случаях, когда такая лицензия необходима для осуществления деятельности в рамках договорных отношений с Участником;

- отсутствие судимости у лиц, занимающих руководящие должности Покупателя и (или) способных оказывать решающее влияние на принятие решений Покупателем (учредители, акционеры, должностные лица и т.д.);
- отсутствие среди лиц, занимающих руководящие должности Покупателя и (или) способных оказывать решающее влияние на принятие решений Покупателем, а также членов их семей, лиц, занимающих должности государственной службы, при конфликте интересов с Участником;
- отсутствие за последние 3 года установленных вступившим в законную силу решением суда нарушений в области поставок контрафактных, фальсифицированных и недоброкачественных лекарственных препаратов, содержащих признаки правонарушений, предусмотренных уголовным законодательством Российской Федерации;
- отсутствие за последние 3 года установленных вступившим в законную силу решением суда фактов участия Покупателя в картелях, содержащих признаки правонарушений, предусмотренных уголовным законодательством Российской Федерации;
- отсутствие документально установленных фактов нарушения Покупателем, его владельцами, лицами, занимающими руководящие должности, национального и (или) международного/иностранного (если применимо) законодательства о противодействии коррупции;
- отсутствие за последние 3 года фактов включения потенциального Покупателя в реестр недобросовестных поставщиков, предусмотренный статьей 104 Федерального закона от 05.04.2013 N 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд»;
- технологически обоснованные требования к модели ведения бизнеса Дистрибьютора /Покупателя (например, определенные требования к соблюдению холодовой цепи во время транспортировки и хранения Продукции);
- обоснованные требования к техническому оснащению помещений, используемых Дистрибьютором при обращении Продукции, и квалификация персонала Дистрибьютора (удовлетворение требованиям лицензии на осуществление оптовой торговли лекарственными препаратами).

3.6. Недопущение применения дискриминационных условий

3.6.1. Компании, запрещается применение дискриминационных условий при взаимодействии с Покупателями.

3.6.2. Не является дискриминацией и допускается обоснованное применение Компанией различных условий реализации Продукции Покупателям в следующих случаях:

А) при приобретении Покупателями Продукции, которая обращается на разных товарных рынках;
 Б) при приобретении Покупателями Продукции, которая обращается на одном товарном рынке, если параметры совершаемых сделок по приобретению Продукции являются неэквивалентными, в силу чего применение различных условий является экономически обоснованным (дифференциация условий);

Применение Компанией различных условий в договоре с Покупателями экономически обосновано, в частности, в следующих случаях:

В) при большем объеме закупок Продукции в натуральном выражении цена за единицу Продукции может быть ниже цены Продукции, закупаемой меньшими партиями;

Г) при расчетах по предоплате, цена Продукции может быть ниже цены при предоставлении коммерческого кредита;

Д) при закупках Продукции со склада либо с истекающим сроком годности цена может быть снижена;

Е) при реализации Компанией Продукции Государственному заказчику в порядке, предусмотренном Федеральным законом от 05.04.2013 N 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд», цена Продукции может быть ниже цены реализации Продукции иным Покупателям; В таком случае условия реализации могут отличаться от условий реализации Продукции в коммерческом сегменте исходя из требований технического задания Государственного заказчика;

Ж) в зависимости от наличия (отсутствия) предыдущего опыта сотрудничества, а также исполнения Покупателем своих договорных обязательств, финансовой состоятельности Покупателям Участник Кодекса может устанавливать различные условия оплаты Продукции (предоставление коммерческого кредита, требование об обеспечении исполнения обязательства об оплате и др.);

З) существуют иные экономически обоснованные причины.

3.6.2. Минимальный объем единовременной отгрузки и минимальный объем закупки в определенный период:

Исходя из экономических и технологических возможностей, Компания вправе установить в договоре минимальный объем единовременной отгрузки Продукции и (или) минимальный объем закупки Продукции в определенный период, как в количественном, так и в денежном выражении.

Компания вправе расторгнуть договор и не заключать договор на следующий период с Дистрибьютором, в случае, если указанные в коммерческой политике условия минимального объема единовременной отгрузки Продукции и (или) минимального объема закупки Продукции в определенный период не были выполнены по обстоятельствам, не зависящим от Компании и не относящимся к обстоятельствам непреодолимой силы.

3.6.3. Кредитные лимиты

В целях минимизации финансовых рисков Компания вправе в рамках своих локальных актов устанавливать для Дистрибьюторов кредитные лимиты, в том числе с привлечением в качестве экспертов специализированных (например, страховых) компаний путем заключения с ними соответствующего договора. Такие лимиты следует рассчитывать на недискриминационной основе и, исходя из объективных критериев (например, объем осуществленных закупок, соотношение долга к общей сумме закупок, соотношение долга и просроченного долга и др.). В случае превышения кредитного лимита Компания вправе приостановить поставки Продукции Дистрибьютору.

3.6.4. Прозрачность и обоснованность бонусных моделей

Компания вправе применять бонусы (включая бонусы, которые выплачиваются по истечению отчетного периода при достижении определенных показателей) и/или скидки для стимулирования исполнения контрагентом договорных обязательств. Компания принимает все зависящие от нее меры по обеспечению применения бонусов и скидок на недискриминационной основе, исходя из объективных критериев, в частности:

А) достижение определенного объема закупок в количественном или денежном выражении;

Б) заключение контракта с Государственным заказчиком в порядке, предусмотренном Федеральным законом от 05.04.2013 N 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд»;

В) Разработка и применение единой формы соглашений о выплате бонусов.

Основания предоставления бонусов и скидок Компания закрепляет в соглашении с контрагентом.

3.6.5. Описание документооборота существующего в Компании при производственно-сбытовой цепочке товаров, в случае заинтересованности сторон в заключении прямых долгосрочных контрактов определены в Положении о договорной работе Компании.

Пакет документов и перечень требований для дистрибьюторов единый. Проект договора поставки содержит такие основные положения, как:

Предмет договора;

- Порядок поставки (порядок оформления заказа, его содержание; условия доставки, порядок и сроки приемки товара по количеству и качеству, переход права собственности; требования покупателя к сопроводительной документации; и иные вопросы, связанные с поставкой и приемкой товара);

- Порядок поставки и приемки товара

- Порядок выставления счетов-фактур, проведения сверки взаиморасчетов, цена и порядок расчетов;

- Порядок изменения, расторжения и прекращения договора поставки;

- Форс-мажор;

- Качество продукции; Требования к упаковке и маркировке товара;

- Антикоррупционные положения;

- Ответственность;

- Фармнадзор;

- Применимое право и арбитраж;

- Прочие положения;

При несогласии с какими-либо положениями проекта договора Дистрибьютор/Покупатель передает Компании свои предложения по внесению изменений, которые рассматриваются различными отделами (отделом закупок, юридическим, финансовым, налоговым, отделом продаж и т.д.) и, при возможности их принятия стороны предварительно согласовывают условия и при достижении согласия вносят изменения в договор поставки. В случае несогласованности существенных хотя бы для одной из сторон условий, договор не считается заключенным.

Если обе стороны выразили взаимную заинтересованность, Компания направляет Дистрибьютору/Покупателю следующий пакет документов: Проект договора поставки и Анкета для деловых партнеров.

Компания устанавливает и поддерживает деловые взаимоотношения только с квалифицированными, надежными и честными контрагентами. Для выполнения этого обязательства перед закреплением взаимоотношений Компания проводит обоснованные мероприятия по оценке квалификации, надежности и честности каждого Дистрибьютора/Покупателя. В частности, каждый Дистрибьютор обязан заполнить Анкету для Деловых партнеров, в которой наряду с иной информацией указывает учредителей / акционеров юридического лица, предоставляет информацию, признавался ли дистрибьютор / его владелец или руководитель виновным по делам о коррупции, подкупе, мошенничестве, умышленному

банкротству, нарушению антимонопольного законодательства; обозначает, возможно ли возникновение конфликта интересов, который может повлиять на деловые отношения.

При этом Компания гарантирует полную конфиденциальность полученной информации.

4. Коммерческие условия и условия поставок государственным заказчикам

4.1. Компания заинтересована в заключении прямых долгосрочных контрактов непосредственно с Государственными заказчиками с целью обеспечения стабильности закупок, фиксирования цены поставки и планирования объемов производства, поставок на территорию Российской Федерации и продаж.

4.2. Компания вправе принять решение об участии в Закупке на поставку Продукции напрямую и в таком случае отказать в заключении договора и поставке Продукции дистрибьютору. При этом она не вправе отказать в поставке Продукции дистрибьютору, выражающему желание принять участие в данной Закупке, при условии наличия у Компании обязательства поставить Продукцию дистрибьютору, возникшего до принятия Компанией решения об участии в Закупке напрямую.

4.3. Положения ст. 3.6.5. настоящей Политики не распространяются на отношения компании с государственными заказчиками.

5. Основания для прекращения сотрудничества (отказа в сотрудничестве) с Дистрибьюторами, Агентами и другими контрагентами, и организациями.

5.1. Участник вправе прекратить сотрудничество с дистрибьюторами, торговыми агентами, аптеками и другими контрагентами и отказать в сотрудничестве потенциальным дистрибьюторам и (или) торговыми агентами, аптеками, в том числе, если

А) дистрибьюторы и (или) аптеки, контрагенты, находятся в стадии ликвидации или в отношении него возбуждена процедура банкротства;

Б) у дистрибьюторов и (или) аптек, контрагентов, отсутствует лицензия

В) имеется подтвержденный факт коррупционной деятельности организации или факт нарушений руководящими и (или) должностными лицами контрагента уголовного законодательства;

Г) имеется задолженность дистрибьюторов и(или) аптек перед Компанией по заключенному договору, при этом определяются следующие условия прекращения сотрудничества:

размер задолженности должен быть существенным (размер существенной задолженности должен быть определен в договоре между Участником и Дистрибьютором и(или) Аптекой) и Дистрибьютором и(или) Аптекой допущено возникновение существенной задолженности два и более раз в течение года

Д) при существенных нарушениях условий договора;

Е) исковая нагрузка организаций дистрибьютора и (или) аптеки, контрагента, торгового агента составляет более 500 000 (пятиста) тысяч рублей.

6. Мониторинг безопасности Продукции

Компания в порядке, установленном уполномоченным федеральным органом исполнительной власти, обязана сообщать в уполномоченный федеральный орган исполнительной власти а также Производителю или его аффилированному лицу, представителю на территории Российской Федерации, о побочных действиях и нежелательных реакциях при применении Продукции, об индивидуальной непереносимости, отсутствии эффективности Продукции, а также об иных фактах и обстоятельствах, представляющих угрозу жизни или здоровью человека при применении Продукции и выявленных на всех этапах обращения Продукции в Российской Федерации. В

случае выявления новых сведений о безопасности и эффективности реализуемой Продукции, Компания, действуя в соответствии с законодательством и лучшими практиками фармаконадзора, будет вносить необходимую в таких случаях информацию в инструкции по медицинскому применению лекарственных препаратов.

7. Недопущение некорректного и коррупционного взаимодействия с врачебным сообществом, государственными органами, пациентскими и общественными организациями.

Компания является неотъемлемым участником фармацевтической отрасли и в процессе работы взаимодействуют с другими участниками отрасли. В частности, такое взаимодействие осуществляется в рамках просветительских проектов, социально значимых совместных инициатив, обсуждения потребностей отрасли, информирования участников отрасли о научных разработках и новых лекарственных препаратах в целях обеспечения повышения качества жизни пациентов и применения более современных методов лечения в рамках, допустимых согласно российскому законодательству.

Компания предпринимает действия, направленные на пресечение недобросовестных и коррупционных практик при взаимодействии с другими участниками отрасли, государственными служащими, администраторами и специалистами в области здравоохранения, в том числе, посредством принятия внутренних кодексов поведения для работников, тренингов сотрудников и внедрения систем контроля и дисциплинарных санкций, направленных на выявление и пресечений нарушений.

Компания поддерживает прогрессивные меры, направленные на обеспечение прозрачности во взаимоотношениях с врачебным сообществом, медицинскими и специализированными организациями, и предпримут все необходимые меры по публичному раскрытию информации о выплатах в адрес специалистов и организаций здравоохранения в соответствии с практиками фармацевтической отрасли и в рамках, допустимых российским законодательством.