

УТВЕРЖДАЮ  
Главный  
Исполнительный директор  
X5 Retail Group  
Стефан ДюШарм  
23 октября 2015 года

**Политика  
по работе с поставщиками товаров, предназначенных  
для реализации в торговых сетях  
X5 Retail Group**

Москва  
2015

## Оглавление

1. Введение.....	3
2. Принципы отбора поставщиков и порядок взаимодействия с поставщиками при поставке товаров.....	3
2.1. Принципы выбора поставщика, действующие в Компании. ....	3
2.2. Начало сотрудничества: процедура работы с коммерческими предложениями, процесс выбора Поставщика. ....	4
2.3. Критерии отбора Поставщиков.....	5
2.4. Начало работы по договору. Основные условия поставки. ....	6
2.5. Требования по качеству, маркировке и упаковке товаров.....	7
2.6. Порядок поставки и приемки товара.....	10
2.7. Оформление первичной документации по договору.....	11
2.8. Условия оплаты и проведения сверки взаиморасчетов.....	13
3. Взаимодействие при оказании Компанией услуг поставщикам.....	14
4. Урегулирование разногласий.....	16
Контактная информация.....	17

## 1. Введение

X5 Retail Group – одна из ведущих российских продуктовых розничных компаний. Наш бизнес затрагивает интересы более ста тысяч сотрудников и миллионов потребителей.

Под X5 Retail Group (далее по тексту «Компания») для целей данного документа подразумевается группа лиц X5 Retail Group N.V., а также все ее дочерние и подконтрольные организации.

Компания управляет магазинами нескольких торговых сетей: магазинами у дома под брендом «Пятерочка», супермаркетами под брендом «Перекресток», гипермаркетами под брендом «Карусель», магазинами «Экспресс-Ритейл» под различными брендами.

Наша цель – обеспечение потребителей широким ассортиментом качественных товаров по экономически обоснованным ценам, удовлетворяющим требованию о соотношении цены и качества товаров.

Мы полагаем, что необходимыми условиями для достижения этой цели являются:

- соблюдение Компанией и Поставщиками требований законодательства Российской Федерации;
- свободное волеизъявление и взаимовыгодное сотрудничество сторон;
- предоставление Поставщикам равных возможностей для сотрудничества с Компанией.

Под Поставщиком для целей настоящей Политики понимается юридическое лицо/индивидуальный предприниматель, желающее вступить в договорные отношения с Компанией (или уже имеющее договорные отношения с Компанией) по поставке товаров, предназначенных для реализации в торговых сетях.

Данная Политика призвана описать основные принципы выбора Поставщика, действующие в Компании, а также упростить взаимодействие с Поставщиками через описание основных алгоритмов совместных действий на различных этапах сотрудничества.

Данная Политика разработана в соответствии с законодательством Российской Федерации и на основе принципов, закрепленных в Кодексе добросовестных практик взаимоотношений между торговыми сетями и поставщиками потребительских товаров.

## 2. Принципы отбора поставщиков и порядок взаимодействия с поставщиками при поставке товаров

### 2.1. Принципы выбора поставщика, действующие в Компании

#### • Единые стандарты

Компания осуществляет отбор Поставщиков на основании единых критериев, сформированных исходя из целей экономической эффективности. Не допускается отказ от заключения договора поставки по основаниям, не предусмотренным законодательством РФ и настоящей Политикой.

#### • Прозрачность и открытость

В процессе взаимодействия с Поставщиками Компания обеспечивает им доступ к информации о принципах выбора Поставщика, к проекту договора поставки, а также к другой существенной для сотрудничества информации, размещенной на официальном сайте Компании.

#### • Конфиденциальность

Руководствуясь принципами прозрачности и открытости во взаимоотношениях с Поставщиками, Компания признает право Поставщика на коммерческую тайну и конфиденциальность предоставленной им Компанией информации.

- **Эффективность**

Компания стремится реализовывать через свои торговые сети качественные товары по экономически обоснованным ценам путем отбора наиболее выгодных условий сотрудничества с Поставщиками. Компания прилагает все усилия, чтобы оптимизировать издержки на этапах поставки товаров от производителя до розничного покупателя.

- **Разумная предусмотрительность**

В пределах возможного и должного Компания осуществляет проверку Поставщиков на предмет их добросовестности и соблюдения ими требований законодательства Российской Федерации. При этом при выборе контрагента предпочтение отдается тем Поставщикам, которые осуществляют торговую деятельность достаточно длительное время и зарекомендовали себя на рынке как надежные партнеры, ориентированные на долгосрочное сотрудничество с покупателями.

## **2.2. Начало сотрудничества: процедура работы с коммерческими предложениями, процесс выбора Поставщика**

Потребности в закупках товаров определяются на основании ассортиментной матрицы торговых сетей, которая разрабатывается ответственными сотрудниками Компании, исходя из формата магазина, позиционирования торговой сети и потребности данного региона/города/магазина в товарах различных категорий.

Ассортиментная матрица по категориям пересматривается с целью поиска новых позиций товаров, вывода из ассортимента позиций товаров, пользующихся незначительным спросом у розничных покупателей или заменой продаваемых товаров аналогичными товарами, спрос на который ожидается выше, в случае перебоев в поставках товаров, а также иных обстоятельств, влияющих на надлежащее осуществление Компанией торговой деятельности.

Необходимость пересмотра ассортиментной матрицы осуществляется по решению руководства каждой торговой сети.

Существует два основных способа определения Поставщика:

**(1) Компания самостоятельно осуществляет поиск потенциальных Поставщиков**, поставляющих необходимые товары, в следующих случаях:

- Если товары не представлены в Компании, но потребность в них существует, либо представлены, но требуется увеличение объемов поставляемых товаров, в том числе в связи с открытием новых торговых объектов, либо замещение его другими товарами в связи с выявлением нарушений, предъявляемых к товарам, либо неисполнением или ненадлежащим исполнением другими Поставщиками обязательств по договору поставки.

- Возникновения у Компании потребности в поиске потенциальных поставщиков в иных случаях.

При этом Компания производит подбор Поставщиков либо путем поиска в открытых источниках и в базе коммерческих предложений, поступающих в Компанию, либо инициирует проведение электронных торгов (конкурса).

С информацией о проводимых торгах на закупку товаров, за исключением товаров под Собственными торговыми марками (СТМ), Поставщики могут ознакомиться на сайте Компании по адресу: [https://tender.x5.ru/auction/guiding/list\\_auction/2-start](https://tender.x5.ru/auction/guiding/list_auction/2-start) и принять участие в торгах.

С информацией о проводимых торгах на закупку товаров под СТМ Поставщики (производители) могут ознакомиться на сайте Компании по адресу: [https://tender.x5.ru/auction/guiding/list\\_auction/3-start](https://tender.x5.ru/auction/guiding/list_auction/3-start) и принять участие в торгах.

**(2) Поставщик инициирует сотрудничество с Компанией** через отправку коммерческого предложения.

Поставщики могут отправить коммерческое предложение, воспользовавшись специальным сервисом на сайте Компании по адресу: <http://www.x5.ru/ru/partners/goods/kp>.

### **Пожелания и рекомендации к оформлению коммерческого предложения:**

- 1) необходимо заполнить две части формы с перечислением предлагаемого ассортимента;
- 2) необходимо указывать валюту, в которой делается коммерческое предложение;
- 3) в случае предоставления коммерческого предложения в иностранной валюте, необходимо указывать принимаемый для расчета курс валюты для пересчета в рубли;
- 4) необходимо указывать закупочные цены с НДС;
- 5) для оперативного принятия решения по коммерческому предложению необходимо заполнить все имеющиеся графы в форме обратной связи, расположенной на сайте;
- 6) при желании можно указать комментарии к ассортименту во второй части формы (его принципиальное отличие от уже имеющихся аналогов, новизна, лучшее качество);
- 7) не следует прикреплять к письму дополнительные файлы (о необходимости предоставить дополнительную информацию будет сообщено отдельно).

Компания вправе запросить у Поставщика дополнительную информацию о нем и поставляемых им товарах, в том числе попросить предоставить образцы товаров для проведения лабораторных исследований/проведения фокус-групп.

Отбор Поставщиков производится на основании совокупной оценки коммерческого предложения, в том числе в части: ассортимента, предлагаемых цен, возможных объемов и частоты поставок, географии поставок и логистики.

Срок рассмотрения коммерческого предложения и принятие решения по нему составляет не более **14 календарных дней** со дня получения Компанией соответствующего запроса. В связи с этим отсутствует необходимость дублировать предложение в течение вышеуказанного срока.

По результатам рассмотрения на электронный адрес отправителя направляется письмо, извещающее о принятом Компанией решении.

Если по коммерческому предложению принимается положительное решение, дальнейшие контакты осуществляются через сотрудника коммерческого подразделения, направившего ответ, в котором будет содержаться необходимая контактная информация.

Все поступившие в Компанию коммерческие предложения сохраняются в базе коммерческих предложений. При возникновении у Компании потребности в альтернативных поставщиках и/или товарах поступившие коммерческие предложения могут быть рассмотрены повторно в соответствии с настоящей Политикой.

В тех случаях, когда Поставщик не согласен с результатами рассмотрения коммерческого предложения, он может направить обращение через специально созданный ресурс «Горячая линия по коммуникациям с поставщиками», размещенный на сайте Компании по адресу: [http://www.x5.ru/ru/partners/goods/supplier\\_hotline/](http://www.x5.ru/ru/partners/goods/supplier_hotline/) (см. раздел Контактная информация).

### **2.3. Критерии отбора Поставщиков**

При выборе Поставщиков Компания руководствуется следующими критериями:

#### **(1) Правовое положение и репутация Поставщика:**

- Поставщик зарегистрирован в установленном порядке в качестве юридического лица или индивидуального предпринимателя;
- Поставщик не находится в стадии ликвидации;
- В отношении Поставщика не введены (не открыты) процедуры банкротства;
- Отсутствие фактов неисполнения или ненадлежащего исполнения Поставщиком принятых на себя обязательств перед Компанией или другими участниками рынка;
- Отсутствие информации о предъявлении к Поставщику антимонопольными, налоговыми, таможенными и иными государственными органами претензий о нарушении требований законодательства, обязательных для исполнения Поставщиком.

**(2) Ценовое предложение:**

- Закупочная цена товаров должна быть конкурентоспособной.

**(3) Товарное предложение:**

- Качество товаров должно соответствовать требованиям санитарных, технических и всех иных применимых норм и стандартов Российской Федерации, Таможенного союза, ЕАЭС.

- По продукции категории «фреш» Компания вправе проводить аудит производства с участием представителей Компании и независимых аудиторов.

- Товар должен соответствовать требованиям к товарам, содержащимся на сайте Компании, указанным в настоящей Политике или предоставленным Поставщику по запросу.

**При выборе Поставщика преимуществами являются:**

- Наличие у Поставщика собственного производства, помещений для упаковки и хранения выпускаемых товаров.

- Наличие у Поставщика действующих договоров с другими хозяйствующими субъектами, осуществляющими торговую деятельность (торговыми сетями) на поставки товаров, предлагаемых Компании.

- Наличие дополнительных сертификатов качества международного образца.

- Готовность Поставщика осуществлять электронный документооборот между Компанией по системе EDI, в том числе оформление электронного счета-фактуры.

- Наличие у Поставщика зарегистрированных товарных знаков.

- Готовность производить товары под СТМ Компании, наличие действующих договоров поставки товаров СТМ с контрагентами Поставщика.

- Готовность делать групповую полочную упаковку с возможностью демонстрации товаров.

- Готовность обсуждать с Компанией упаковку, вес, свойства новинок до их выпуска.

- Готовность изготавливать упаковку и товары в соответствии с требованиями Компании.

- Готовность Поставщика осуществлять ежедневную отгрузку товаров.

- Поставщик производит, реализует товары в данной категории не менее года.

- Возможность самостоятельно осуществлять таможенную очистку импортных товаров.

- Наличие у Поставщика транспортно-логистических возможностей, позволяющих осуществлять самостоятельную доставку товаров до торговых объектов или распределительных центров Компании.

**Основания отказа от сотрудничества с конкретным Поставщиком:**

- Наполненность ассортиментной матрицы на момент обращения Поставщика (такие же (или аналогичные) товары поставляются Компании в достаточном объеме другими Поставщиками).

- Несоответствие Поставщика одному или нескольким критериям отбора, установленным настоящей Политикой.

**2.4. Начало работы по договору. Основные условия поставки**

**Для заключения Договора Поставщику необходимо представить следующие документы:**

- Заверенная подписью единоличного исполнителя органа Поставщика и печатью Поставщика копия выписки из ЕГРЮЛ/ЕГРИП (выданная уполномоченным органом не позднее, чем за 30 дней до даты заключения Договора).

- Заверенные подписью единоличного исполнителя органа Поставщика и печатью Поставщика копии учредительных документов Поставщика, включая все изменения и дополнения к ним (последняя редакция).

- Подлинник доверенности на лицо, имеющее право на заключение и подписание Договора от имени Поставщика.

- Иные документы, которые могут быть запрошены Компанией.

Компания гарантирует полную конфиденциальность полученной информации.

**До заключения Договора поставки Поставщик предоставляет образцы товаров и документы, подтверждающие их качество и безопасность, сотрудникам, отвечающим за контроль качества в Компании.**

Процедура контроля качества товаров при вводе в ассортимент состоит из следующих обязательных этапов:

- Проверка наличия и порядок заверения сопроводительных документов, подтверждающих происхождение, качество и безопасность товара, в зависимости от вида продукции (сертификатов соответствия, деклараций о соответствии, свидетельств о государственной регистрации, ветеринарно-сопроводительных документов на подконтрольные грузы).

- Проверка маркировки потребительской упаковки товара, а также маркировки транспортной упаковки на соответствие требованиям действующего законодательства в Российской Федерации и на территории стран Таможенного Союза, в части защиты прав и информирования потребителей, доведения полной и достоверной информации о товаре.

- Осуществление органолептической оценки качества продовольственных товаров (внешний вид, вкус, цвет, запах, консистенция) на соответствие требованиям нормативно-технической документации, в соответствии с которой изготовлен продукт, а также требованиям спецификаций Компании. Например, национальные и отраслевые стандарты (ГОСТ, ОСТ), технические условия и стандарты организаций (ТУ, СТО), Технические регламенты Российской Федерации и Таможенного союза (ТР ТС).

- Проверка легитимности акцизных и федеральных специальных марок на алкогольной продукции с использованием технических средств ЕГАИС.

- Проверка и тестирование непродовольственных товаров в соответствии с требованиями технических регламентов и нормативно-технической документации.

- Проверка фактической массы нетто пищевых продуктов в соответствии с допусками, установленным требованиями законодательства, а также размеров непродовольственных товаров на соответствие информации указанной на упаковке.

**Полный текст Договора поставки и приложений к нему доступен по ссылке:**  
[http://www.x5.ru/common/img/uploaded/files/proekt\\_dogovora\\_postavki.pdf](http://www.x5.ru/common/img/uploaded/files/proekt_dogovora_postavki.pdf).

Товар поставляется Поставщиком отдельными партиями, в ассортименте, по цене, в количестве и в сроки, в соответствии с Заказами, размещаемыми Компанией. Порядок размещения Заказа и его содержание указаны в Договоре поставки.

## **2.5. Требования по качеству, маркировке и упаковке товаров**

### **Требования по качеству и маркировке товаров**

Качество товаров должно соответствовать требованиям санитарных, технических и всех иных применимых норм и стандартов Российской Федерации, Таможенного союза, ЕАЭС.

Товар должен иметь маркировку в соответствии с законодательством РФ и Таможенного союза, содержать информацию в соответствии с требованиями действующего законодательства РФ, а также сопровождаться документами, подтверждающими качество, безопасность, происхождение товара, фитосанитарное состояние, ветеринарно-санитарное состояние, легальность производства и оборота и иными документами, предусмотренными действующим законодательством РФ в отношении данного вида Товара, в том числе:

- Декларация о соответствии – копия, заверенная печатью Поставщика или держателя подлинника.
- Сертификат соответствия – копия, заверенная печатью Поставщика или держателя подлинника.
- Справка к Таможенной Декларации (ТД) на импортированные алкогольную и спиртосодержащую, табачную продукцию, заверенная печатью Поставщика.
- Справка к Товарно-транспортной накладной (ТТН) на алкогольную и спиртосодержащую продукцию, произведенную на территории РФ или на территории государства-члена Таможенного союза, а также на указанную продукцию, приобретающую статус товара Таможенного союза, заверенная печатью Поставщика.
- Карантинный сертификат или Акт государственного карантинного фитосанитарного контроля, или Акт карантинного фитосанитарного контроля.
- Ветеринарное свидетельство Форма №2, №3 – оригинал.
- Ветеринарная справка Форма №4 – оригинал.

При поставке продукты питания должны соответствовать требованиям по минимальным срокам годности, указанным в Приложении к Договору поставки.

В случае поставки спиртосодержащей непищевой продукции Поставщик обязуется предоставить письменное подтверждение наличия/отсутствия в продукции этилового спирта (или денатурата), а также его процентное содержание.

#### **Требования по упаковке товаров**

Упаковка товаров должна обеспечивать его сохранность во время транспортировки, при выполнении погрузочно-разгрузочных работ и при хранении на распределительном центре Компании. Внешняя упаковка товаров должна быть из прочного картона или иного материала, позволяющего перевозить и складировать товары на поддонах, а также выдерживать не менее пяти перегрузок товаров на разные места хранения или транспортировки.

Транспортная упаковка и каждая единица товара должны иметь основной штрих-код, выданный международной организацией EAN International или национальным представительством EAN International (для России: «ЮНИСКАН/ЕАН Россия»).

Весовой фасованный товар дополнительно к основному штрих-коду должен иметь (весовой) штрих-код.

При поставках на Распределительный центр (далее по тексту Политики – РЦ) Поставщик обязан соблюдать следующие требования при поставке Товара:

- Товар поставляется на поддонах размером 800x1200x150 мм (многоэтажных или евро);
- при поставках товара по схемам с хранением на РЦ и кросс-докинг с комплектацией на РЦ (приемка и отгрузка через склад, без размещения в зоне длительного хранения) товара, на одном поддоне должно располагаться только одно наименование товара;
- допускается при транспортировке установка одного поддона с товаром на другой при условии, что качество товара от такой установки не пострадает;
- при поставках товара по схемам с хранением на РЦ и кросс-докинг с комплектацией на РЦ на одном поддоне недопустимо размещение товара с разными датами изготовления, а для алкогольной продукции – разными датами розлива;
- при поставках товара по схемам с хранением на РЦ и кросс-докинг с комплектацией на РЦ на одном поддоне должны располагаться коробки одного размера;
- товар не должен выступать за края поддона более чем на 1,5 см с каждой стороны;
- высота поддона с товаром не должна быть более 1,8 м, включая защиту углов и пять стяжек;
- товар на поддонах должен быть надежно закреплен;



- внешняя упаковка товаров должна быть из прочного картона или иного материала, позволяющего перевозить и складировать товар на поддонах, а также выдерживать не менее пяти перегрузок товара на разные места хранения или транспортировки;

- внешняя упаковка, при необходимости, должна соответствовать санитарно-гигиеническим нормам;

- одна упаковка должна содержать товар одного наименования с одним штрих-кодом;

- в случае осуществления поставки несколькими грузовиками Поставщик обязан оформлять товарную накладную на каждое автотранспортное средство;

- при неоднородной загрузке товара на поддоне при поставках по схеме кросс-докинг с комплектацией на складе Поставщика товар размещается слоями, при этом наиболее тяжелый товар размещается в нижних рядах;

- не допускаются поставки товара на РЦ на автомашинах с высотой кузова менее 1,2 м.

Упаковка товаров должна соответствовать требованиям Технического Регламента Таможенного союза «О безопасности упаковки».

#### **Особые требования для товаров категории «Фрукты и Овощи»**

Качество товара категории «Фрукты и Овощи» должно соответствовать законодательству РФ, требованиям ТР ТС 021/2011 «О безопасности пищевой продукции», Национальным стандартам Российской Федерации ГОСТ Р, Стандартам Европейской Экономической Комиссии при ООН (FFV), внутренним стандартам Компании, ФЗ № 162 от 29 июня 2015 г., требованиям Федерального закона Российской Федерации от 21 июля 2014 г. № 206-ФЗ «О карантине растений» и иным правовым актам Российской Федерации, Решениям Евразийского экономического сообщества (Высшего органа Таможенного Союза), действующим в отношении данного вида товара. Каждая партия товара должна поставляться в сопровождении документации, подтверждающей качество, безопасность и происхождение товара, а также его фитосанитарное состояние:

- документация, подтверждающая качество и безопасность;
- оригинал или заверенная копия Декларации о соответствии;
- документация, подтверждающая фитосанитарное состояние:

а) **для отечественной продукции** – оригинал Карантинного сертификата, если продукция выращена в карантинной зоне/ оригинал или заверенная копия письма из Россельхознадзора о том, что продукция выращена в свободной от карантинных объектов зоне;

б) **для импортной продукции** - оригинал или заверенная копия Акта Государственного Карантинного Фитосанитарного Контроля.

Упаковка товара должна соответствовать требованиям ТР ТС 005/2011 о безопасности упаковки.

Маркировка должна соответствовать требованиям ТР ТС 022/2011 «Пищевая продукция» в части ее маркировки.

Каждая единица упаковки товара (ящик, коробка, подложка, пакет, мешок, сетка и т.п.) должна иметь маркировку на русском языке с информацией о товаре, согласно требованиям действующего законодательства Российской Федерации, Техническим регламентам Российской Федерации и «Требованиям по предоставлению минимальной и обязательной информации для потребителей».

В отдельных случаях маркировке подлежит каждый плод индивидуально (для штучного товара).

Упаковка товара должна быть стандартной для каждого отдельного вида и обеспечивать его сохранность при перевозке автомобильным транспортом, погрузке, разгрузке и хранении в складском помещении.

Поставщик несет ответственность за порчу или утрату товара, вызванных некачественной или ненадлежащей упаковкой.

Материалы, используемые внутри упаковки, должны отвечать санитарно-эпидемиологическим нормам, быть чистыми и такого качества, чтобы не вызывать внешнего или внутреннего повреждения товара.

Использование материалов, в частности бумаги или этикеток с торговыми названиями марок, разрешается при условии, что для нанесения текста или наклеивания этикеток используются нетоксичные чернила или клей. Стикеры, прикрепленные к продукту, должны быть такими, чтобы при их снятии не оставалось видимых следов клея и не появлялись дефекты кожуры.

Каждая паллета должна иметь «Паспорт паллеты» (см. соответствующее Приложение к Договору поставки).

Каждая поставка должна сопровождаться «Упаковочным листом» (см. соответствующее Приложение к Договору поставки).

При поставках товара «Фрукты и Овощи» не допускается:

- поставка товара на одноразовых, сломанных или отличных от стандартных евро поддонах, если иное не указано в «Паспорте продукта»;
- наличие заваленных паллет (поддонов), требующих ручной выгрузки, или паллет (поддонов), содержащих деформированную (замятую) упаковку (короба).

#### **Санкции за несоблюдение требований и дополнительные требования**

Нарушение Поставщиком требований к маркировке товаров, а также несоответствие информации на упаковке и этикетках товаров действительности, расценивается как существенный недостаток товаров и является основанием для отказа в приемке товара и/или применению санкций по Договору поставки.

Компания вправе отказаться от приемки товара, поставленного с нарушением требований по упаковке. Товар при этом считается не поставленным.

Компания может предъявлять дополнительные требования по качеству/внешнему виду/иным характеристикам товаров в зависимости от формата («магазин у дома», «супермаркет», «гипермаркет»), а также в случае поставки товаров «Собственной Торговой Марки» (СТМ). Компания обязана своевременно информировать Поставщиков о требованиях, предъявляемых к товару.

## **2.6. Порядок поставки и приемки товара**

### **Порядок поставки товара**

Поставка товара может производиться Поставщиком, транспортом Поставщика и за его счет в магазины, указываемые в Заказе, или на РЦ, по адресу, указанному в Заказе, либо Получателям, наименование и адрес которых указаны в отгрузочной разнарядке.

Поставщик при перевозке (доставке) товара обязан обеспечить соблюдение действующих правил и норм, установленных для перевозки данного вида продукции на данном виде транспорта, в том числе установленного специального температурного режима.

При перевозке пищевых продуктов каждая партия товара должна перевозиться в транспортных средствах с соблюдением правил перевозки соответствующего вида товара, в том числе с соблюдением правил товарного соседства.

Водители-экспедиторы и экспедиторы, сопровождающие перевозку пищевых продуктов, должны иметь оформленные в установленном порядке медицинские книжки и быть одетыми в спецодежду.

Поставщик обязан передать Компании при поставке все документы, необходимые для реализации товара в соответствии с действующим законодательством РФ, в том числе:

- товарные или товарные и товарно-транспортные накладные;
- копии лицензий на производство или распространение (при поставке товара, производство и распространение которого лицензируется);

- информацию для потребителя на русском языке в соответствии с требованиями законодательства РФ;
- иные документы, наличие которых предусмотрено действующим законодательством РФ и необходимо для дальнейшей реализации товара.

Отсутствие товарно-сопроводительной документации является основанием для отказа от приемки товара.

### **Приемка товара**

Приемка товара по количеству, ассортименту и комплектности, а также товара, приемка которого осуществляется по тарным местам – по количеству мест и качеству, в части видимых недостатков, которые можно обнаружить путем осмотра товара без вскрытия тары (упаковки), (далее – «видимые недостатки»), производится в момент получения товара.

Приемка товара по количеству производится путем:

- пересчёта (при приёмке штучного товара);
- перевеса (при приёмке весового товара);
- проверки соответствия сопроводительной документации и маркировки товара без осуществления вскрытия упаковки.

Приемка товара по качеству производится путём:

- выборочной проверки качества;
- проверки соответствия сопроводительной документации и маркировки товара без осуществления вскрытия упаковки.

Приемка приостанавливается в следующих случаях:

- при обнаружении несоответствия качества, количества, комплектности, маркировки поступившего товара, тары или упаковки:
  - требованиям ГОСТов, регламентов, иных стандартов, техническим условиям и иным требованиям, предусмотренным для данного вида товара законодательством РФ;
  - требованиям Договора поставки;
  - данным, указанным в маркировке и сопроводительных документах, удостоверяющих количество и качество Товара;
- при обнаружении некорректно оформленных документов, предусмотренных Договором поставки.

Компания вправе предъявить требования к Поставщику, связанные с недостатками товара, находящегося внутри тарного места: по количеству и/или ассортименту, и/или качеству, и /или комплектности в части видимых недостатков, если недостатки обнаружены в течение 10 (десяти) рабочих дней (при кросс-докинге – в течение 14 (четырнадцати) рабочих дней) с момента получения товара.

Компания вправе предъявить требования к Поставщику, связанные с недостатками товара по качеству, в части скрытых недостатков, если недостатки обнаружены в течение срока годности/реализации товара или гарантийного срока.

Поставщик обязан своими силами и за свой счет принять и вывезти товар, имеющий недостатки, в срок не более 10 (десяти) дней с момента уведомления. Если товар, имеющий недостатки, оплачен, то Поставщик обязан не позднее 5 (пяти) рабочих дней с момента подписания накладной на возврат товара, возвратить все денежные средства за данный товар.

## **2.7. Оформление первичной документации по договору**

Основная информация по оформлению первичной документации по договору поставки содержится на сайте в разделе: <http://www.x5.ru/ru/partners/goods/service/> (**Помощник Поставщика X5**), а также в **Договоре поставки**.

При возникновении вопросов следует связываться со специалистами Сервисного центра Финансовой дирекции X5 Retail Group (см. раздел Контактная информация).

Поставщик обязан по окончании каждого календарного месяца, не позднее седьмого числа месяца, следующего за отчетным, предоставлять в формате Excel реестры произведенных в адрес Компании в течение месяца отгрузок товара и возвратов товара с указанием в данных реестрах следующих сведений: Поставщик, юридическое лицо-покупатель, номер накладной, дата накладной, сумма по накладной. Информация отправляется по адресу электронной почты, указанному Компанией в письмах об отсутствующих/ненадлежащим образом оформленных счетах-фактурах.

#### **Основные положения по электронному обмену данными**

Электронный обмен данными (EDI - Electronic data interchange) – взаимодействие между поставщиком и Компанией в виде стандартизированных бизнес-операций стандартного формата (<http://www.x5.ru/ru/partners/goods/edi/>).

Управление процессом «заказ-поставка» по системе EDI позволяет:

- Исключить необходимость в использовании для передачи документов e-mail, факс, телефонную связь.
- На 80% сократить время на обработку каждого документа на всей цепочке «заказ-поставка».
- Исключить/уменьшить количество ошибок во всем документообороте вследствие практически полного исключения ручного ввода данных на всей цепочке процесса «заказ-поставка».
- Полностью контролировать документооборот на всей цепочке «заказ-поставка».
- Контроль статусов документов (отправлен, прочитан, не прочитан) позволяет контролировать выполнение заказа.
- Исключение возможности потери документов – все документы (Заказы и т.д.) будут доставлены поставщику, а фиксирование даты и времени отправки/ получения документов являются основанием для начисления штрафных санкций по договору поставки.
- Снижение затрат, связанных с бумажным документооборотом.
- Повышение эффективности работы всей цепочки поставок, в том числе за счет внедрения стандартов «GS1 International». Внедрение стандартов делает каждый товар исключительным, понятным и однозначно идентифицируемым для всех информационных систем, что позволяет работать с единым каталогом продукции с разными поставщиками.

Для подключения и использования технологии электронного обмена данными с Компанией Поставщику необходимо:

- Заключение с Компанией Дополнительное соглашение по EDI к договору поставки с обязательным заполнением Заявки на организацию обмена электронными документами (шаблон Дополнительного соглашения и Заявки можно получить в коммерческой дирекции (отделе) торговой сети Компании).
- Заключение договора на оказание услуг электронного обмена данными с EDI-провайдером, а тем компаниям, которые уже имеют договор с EDI – написать письмо своему EDI-провайдеру о необходимости организации электронного обмена с Компанией.
- Получить от EDI-провайдера параметры доступа на его WEB-EDI-страничку или провести совместную интеграцию своей учетной системы и системы EDI-провайдера.
- Проверить через EDI-провайдера наличие у Поставщика GLN-кода – уникального кода по идентификации физических мест нахождения и юридических лиц Поставщика, а также его структурных единиц – офисов/магазинов/складов отгрузки/распределительных центров и т.д. Если у поставщика GLN-код отсутствует, необходимо обратиться к EDI-провайдеру за информацией, как его получить.
- Провести сверку товарного ассортимента, поставляемого в Компанию, т.е. обратиться к своему EDI-провайдеру для того, чтобы он организовал для поставщика получение списка товаров Компании, соответствующего прайс-листу поставляемого товара в Компанию, также EDI-провайдер предоставит информацию поставщику, как

провести сверку товарной номенклатуры. Этот список будет представлять из себя таблицу данных: наименование товара, код X5 Retail Group (PLU), набор штрих-кодов, хранящихся в учетной системе Компании. Поставщику рекомендуется загрузить в свою учетную систему код Компании (PLU), так как в Заказе от Компании для идентификации товара будут использоваться код X5 Retail Group (PLU), штрих-код товара и внутренний код поставщика.

- Обратиться к EDI-провайдеру с письмом о проведении тестов и провести тестовые обмены с Компанией EDI-документами, выбранными Поставщиком и указанные в Заявке.

## **2.8. Условия оплаты и проведения сверки взаиморасчетов**

Цена товара устанавливается в российских рублях и включает налог на добавленную стоимость (НДС). Затраты Поставщика, связанные с поставкой товара, учитываются в цене товара. Поставщик обязуется не увеличивать согласованные цены чаще, чем 1 (один) раз в квартал.

Все условия о цене товара, включая последующее изменение цены, устанавливаются только путем согласования и подписания уполномоченными лицами Компании и Поставщика спецификации и условий о скидке (в случае предоставления скидки). Спецификация должна содержать перечень номенклатур товаров, отсортированный по внутреннему коду Компании (PLU) в порядке возрастания.

Оплата за товар производится путем безналичного перечисления денежных средств на расчетный счет Поставщика в сроки, предусмотренные соответствующим приложением к Договору поставки при условии получения Компанией соответствующего счета-фактуры, надлежаще оформленного согласно действующему налоговому законодательству РФ. Датой исполнения Компанией своих обязательств по оплате товара считается дата списания денежных средств с расчетного счета банка Компании. При этом Стороны признают, что до момента оплаты товара Компанией, товар не находится в залоге у Поставщика (ч.5 ст. 488 ГК РФ).

Счет-фактура составляется отдельно для каждой ТН/ТТН на основании цен, действующих на момент отправки заказа Поставщику и в соответствии с количеством товара, фактически принятым Компанией. В счете-фактуре Поставщик в обязательном порядке дополнительно указывает номер ТН/ТТН и номер заказа, к которым данный счет-фактура составлен. В графе счета-фактуры «грузополучатель и его адрес» следует указать наименование юридического лица-покупателя/получателя товара и фактический адрес подразделения Компании (Магазин/РЦ).

Счета-фактуры направляются Поставщиком в Сервисный центр Финансовой дирекции (см. раздел Контактная информация), либо в электронном виде через EDI. Счета-фактуры необходимо выставлять в срок, предусмотренный действующим законодательством РФ. Не допускается дублирование счетов-фактур, выставленных разными способами.

Для своевременной оплаты и во избежание искажения данных в учете Поставщика и Компании Поставщику необходимо своевременно информировать соответствующего сотрудника коммерческого подразделения о смене системы налогообложения и ставок НДС по конкретным номенклатурным позициям с предоставлением подтверждающих документов.

Реестры, содержащие перечень документов, на основании которых осуществляется оплата за поставленный товар, направляются Компанией Поставщику, а в случае заключения Поставщиком договора факторинга – на адрес электронной почты финансового агента, указанного в уведомлении об уступке, в течение 5 (пяти) рабочих дней с момента оплаты.

Не реже одного раза в квартал Компания и Поставщик проводят сверку взаиморасчетов с обязательным подписанием Акта сверки. Компания направляет

Поставщику неподписанный проект Акта сверки. Поставщик обязан в течение 5 (пяти) рабочих дней с момента получения проекта Акта сверки передать Компании два экземпляра Акта сверки, подписанных и скрепленных печатью Поставщика либо в тот же срок обязан направить мотивированный отказ от подписания Акта сверки с указанием всех имеющихся возражений по адресу электронной почты, указанному Компанией при направлении проекта Акта сверки.

В случае обнаружения расхождений, связанных с округлением суммы по произведенным поставкам за сверяемый период, стороны без проведения расследования принимают выявленную сумму к списанию. При этом сумма расхождений делится пополам между сторонами. Основанием для списания части расхождений для каждой стороны является подписанный сторонами Акт сверки.

В случае обнаружения расхождений, не связанных с округлением суммы по произведенным поставкам за сверяемый период, срок подписания Сторонами Акта сверки не должен превышать 21 (двадцати одного) календарного дня с момента получения Поставщиком неподписанного проекта Акта сверки. В случае отсутствия возражений со стороны Поставщика по проекту Акта сверки в течение 21 (двадцати одного) календарного дня с момента получения Акта сверки, Акт сверки считается принятым в редакции Компании. При этом Поставщик обязан передать Компании Акт сверки, подписанный и скрепленный печатью Поставщика.

### **3. Взаимодействие при оказании Компанией услуг поставщикам**

Взаимодействие с Поставщиками не ограничивается исключительно закупками товаров для реализации в магазинах Компании. Мы исходим из того, что наше сотрудничество с Поставщиками строится на долгосрочной и взаимовыгодной основе. Мы помогаем Поставщикам в решении следующих задач:

(1) Увеличение объема продаж товаров за счет:

- обеспечения устойчивого к сезонным колебаниям спроса на товары,
- привлечения внимания потребителей и обеспечения хороших продаж новых товаров,
- максимально эффективного воздействия на потребителей в точках продаж (магазинах),
- расширения географического охвата сбыта товаров и коммуникации с потребителями.

(2) Сокращение затрат на рекламу, мерчендайзинг и коммуникации с потребителем за счет:

- повышения узнаваемости и положительного имиджа товаров,
- единого стандарта продвижения и выкладки товаров,
- роста числа лояльных покупателей.

(3) Повышение эффективности управления ассортиментом товара, товарными запасами, затратами на производство, хранение, доставку и (или) продажу товаров, не пользующихся спросом покупателей за счет:

- знания ценовой политики и конъюнктуры рынка,
- наличия актуальной и полной информации о реализации товаров потребителям.

Для решения этих задач мы предлагаем нашим Поставщикам перечень следующих маркетинговых услуг:

- проведение акций в магазинах Компании;
- размещение рекламного оборудования и рекламных конструкций Поставщика в магазинах Компании;
- предоставление права доступа в магазины Компании мерчендайзеров для осуществления контроля за выкладкой товаров Поставщика;

- размещение рекламы товара в СМИ и распространение СМИ в местах проведения акций;
- распространение информации о товарах Поставщика, направленной на поддержание интереса потребителей к данным товарам путем размещения информации на информационных носителях;
- проведение в магазинах Компании рекламных лотерей, презентаций, промо-акций;
- распространение этикеток, пакетов, брошюр, каталогов, сувениров и т.п. Поставщика в магазинах Компании;
- информирование покупателей о потребительских свойствах товаров Поставщика с использованием внутренней трансляционной сети магазинов Компании;
- планирование и разработка концепций рекламной поддержки товаров Поставщика, включая разработку и развитие дизайна рекламных кампаний для товаров Поставщика;
- консультирование потребителей в месте размещения товаров с целью доведения информации о вкусовых особенностях товаров;
- продвижение товаров, упаковки, товарного знака Поставщика, включая услуги по повышению имиджа и узнаваемости товаров с целью продвижения новых позиций товара;
- размещение дополнительного оборудования для выкладки товара в магазинах Компании;
- оформление мест выкладки товаров в магазинах Компании в точном соответствии с инструкциями Поставщика;
- контроль за полнотой выкладки товаров в соответствии с планограммой;
- проведение мероприятий, направленных на продвижение товаров и упаковки, товарных знаков Поставщика, в том числе услуги по продвижению товаров путем размещения в новых магазинах Компании изображения товаров и/или товарных знаков Поставщика;
- продвижение товара, товарного знака или упаковки (демонстрация товара в магазинах Компании на паллетах, торцевых стеллажах (эндах) с товаром);
- предоставление мест Поставщику для размещения рекламных материалов, а также обслуживание таких мест;
- изучение спроса на товары и покупательские предпочтения на определенные позиции товаров в магазинах Компании, в том числе путем проведения опросов потребителей;
- проведение исследования покупательского поведения в магазинах Компании;
- услуги по выявлению общественного мнения, анкетированию и обработке полученной информации;
- консультационные услуги по выбору места изучения общественного мнения и организации сбора информации (планирование, проведение интервью);
- услуги по определению спроса на товары и перспективы его развития;
- предоставление информации о динамике оборота товара в магазинах Компании и мероприятиях, проведенных Компанией в своих магазинах и направленных на продвижение товаров Поставщика на рынке;
- информационная услуга по прогнозированию объема продаж товара;
- информационная услуга по прогнозированию объема продаж товара (в случае, если объемы продаж превышают согласованные сторонами показатели);
- предоставление прогноза о состоянии конъюнктуры рынка;
- предоставление информации о потенциальных потребителях товаров Поставщика;
- организация эффективного товарного запаса;

- предоставление Поставщику эксклюзивной информации о покупках, спросе на товары, полученной Компанией в результате развития собственных программ лояльности, включая данные из информационной системы Компании;
- выявление скрытых недостатков товаров в магазинах или на распределительных центрах Компании;
- логистические услуги.

Перечисленные услуги оказываются Компанией на основе договоров, которые подписываются обеими сторонами на добровольной основе.

#### **4. Урегулирование разногласий**

Мы обеспечиваем Поставщикам возможность информировать Компанию обо всех случаях предполагаемых нарушений прав Поставщиков в результате действий Компании или ее представителей.

Сообщить о нарушениях прав можно при помощи формы обратной связи, размещенной в разделе «Согласительная комиссия» на официальном сайте компании: <http://www.x5.ru/ru/partners/conciliation/>.

Заполненную форму необходимо отправить на адрес электронной почты: [compliance@x5.ru](mailto:compliance@x5.ru). Все обращения рассматриваются Согласительной комиссией.

Согласительная комиссия X5 Retail Group выполняет роль корпоративного арбитра в спорных ситуациях с поставщиками. Комиссия создана в целях решения конфликтных и спорных ситуаций во взаимодействии Компании с партнерами с учетом принципов Кодекса добросовестных практик взаимоотношений между торговыми сетями и поставщиками потребительских товаров. В задачи комиссии также входит повышение эффективности договорной работы Компании, создание площадки для прямого диалога компании с контрагентами, разрешение спорных ситуаций.

Основные функции комиссии:

- рассмотрение жалоб по процессу выбора контрагентов или их дисквалификации,
- выявление проблем в договорной работе,
- подготовка рекомендаций и предложений по выявленным проблемам для вынесения на рассмотрение руководства Компании.

Ключевые принципы работы Согласительной комиссии смотрите в разделе «Согласительная комиссия» на официальном сайте Компании.



## Контактная информация

### **Корпоративный центр X5 Retail Group:**

Адрес: 109029, Россия, г. Москва, ул. Средняя Калитниковская, д.28 стр.4

Тел.: +7 (495) 662-88-88, 789-95-95

Факс: +7 (495) 662-88-88, доб. 61-145

**Сервисный центр Финансовой дирекции** (по вопросам бухгалтерского документооборота, оплате поставок, проведению сверок):

Адрес для корреспонденции: 603009, Россия, г. Нижний Новгород, Проспект Гагарина, д. 37, «Сервисный центр X5 Retail Group»

Тел.: +7 (495) 662-55-55; +7 (831) 220-04-20

Адрес электронной почты: [6625555@X5.ru](mailto:6625555@X5.ru)

### **Форма для отправки коммерческого предложения:**

<http://www.x5.ru/ru/partners/goods/kp>

### **Горячая линия по работе с поставщиками:**

[http://www.x5.ru/ru/partners/goods/supplier\\_hotline/](http://www.x5.ru/ru/partners/goods/supplier_hotline/)

Адрес электронной почты: [twodays\\_twoweeks@x5.ru](mailto:twodays_twoweeks@x5.ru)

### **Согласительная комиссия X5 Retail Group:**

Адрес электронной почты: [compliance@x5.ru](mailto:compliance@x5.ru)