

**ПРИЛОЖЕНИЕ № 2 К АНТИМОНОПОЛЬНОЙ ПОЛИТИКЕ ООО «ВИКТОРИЯ БАЛТИЯ»
ПОЛОЖЕНИЕ О ВЫБОРЕ ПОСТАВЩИКОВ**

ДАТА

УТВЕРЖДЕНИЯ: 25.07.2018

Версия для публичного размещения

ТЕРМИНЫ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ

«Ассортиментная матрица» — перечень всех товаров (включая сезонные товары), планируемых к заказу, заказываемых и реализуемых торговой сетью, формируемый с учетом необходимости соблюдения баланса представленности марок (брендов), ценового сегментирования, товарных линий, сезонности, региональных и локальных особенностей.

«Закон о торговле» - Федеральный закон от 28.12.2009 № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации».

«Компания» – ООО «Виктория Балтия», его филиалы и представительства.

«Конкурент» - лицо, осуществляющее продажу либо покупку товаров, работ и услуг на том же товарном рынке, что и Компания.

«Поставщик» - контрагент, который заключил или выражает готовность заключить с Компанией договор поставки продовольственных товаров.

«Потребитель» - физическое лицо, имеющее намерение заказать или приобрести товар, либо заказывающий, приобретающий или использующий в некоммерческих целях товар, реализуемый Компанией.

«Продовольственные товары» - продукты в натуральном или переработанном виде, находящиеся в обороте и употребляемые человеком в пищу (в том числе продукты детского питания, продукты диетического питания), бутилированная питьевая вода, алкогольная продукция, пиво и напитки, изготавливаемые на его основе, безалкогольные напитки, жевательная резинка, пищевые добавки и биологически активные добавки.

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Настоящее Положение о выборе поставщиков является неотъемлемой частью Антимонопольной политики ООО «Виктория Балтия».

1.2. В случае противоречий между правилами, изложенными в Антимонопольной политике ООО «Виктория Балтия» и в настоящем Положении, применяются правила настоящего Положения.

1.3. Правила настоящего Положения могут быть изменены Генеральным директором ПАО «ДИКСИ Групп» - управляющей организации ООО «Виктория Балтия».

1.4. [Компания](#) стремится выстраивать отношения с [Поставщиками](#) и производителями товаров на принципах прозрачного, организованного и взаимовыгодного партнерства.

1.5. Цель [Компании](#) – предложить [Потребителям](#) ассортимент товаров безупречного качества по доступной цене.

2. ПРИНЦИПЫ ОТБОРА ПОСТАВЩИКОВ

2.1. В соответствии с ч. 1. ст. 9 [Закона о торговле](#) [Компания](#) обязана предоставить [Поставщику](#) доступ к информации об условиях отбора для заключения договора поставки [Продовольственных товаров](#) и о существенных условиях такого договора путем размещения соответствующей информации на своем сайте в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – сеть Интернет). В целях исполнения указанного выше требования [Компания](#) предоставляет [Поставщикам](#) необходимую информацию путём размещения её на своём сайте.

2.2. При отборе [Поставщиков](#) [Компания](#) руководствуется следующими критериями:

- а) соответствие поставляемого [Поставщиком](#) товара [Ассортиментной матрице Компании](#);
- б) качество поставляемого [Поставщиком](#) товара, его упаковки (в том числе транспортной) и маркировки должны соответствовать требованиям законодательства, договора поставки и приложений к нему;
- в) товар поставляется в таре и потребительской упаковке (расфасован), за исключением товара, подлежащего упаковке в магазине силами [Потребителей](#), и (или) товара, который по своему характеру не требует затаривания или упаковки;
- г) товар должен иметь широкую представленность на рынках присутствия [Компании](#) и пользоваться высоким спросом у [Потребителей](#);
- д) качество товара и условия его производства должны подтверждаться документами, предусмотренными действующим законодательством;
- е) стоимость товара должна соответствовать ценовому сегменту магазинов [Компании](#);
- ж) [Поставщик](#) имеет возможность осуществлять бесперебойные поставки товара в магазины и на склады [Компании](#) в соответствии с заказами [Компании](#);
- з) [Поставщик](#) должен иметь возможность организовать документооборот, соответствующий принципам документооборота, принятым в [Компании](#), указанным в договоре поставки и приложениях к нему;
- и) [Поставщик](#) должен соответствовать «Требованиям, предъявляемым к Поставщикам Группы Компаний «ДИКСИ»», которые в соответствии с ч. 1. ст. 9 [Закона о торговле](#) размещаются на сайте [Компании](#) в сети Интернет;
- к) производство, хранение, транспортировка товара должны осуществляться надлежащим образом с соблюдением всех требований действующего законодательства;
- л) [Поставщики](#), прошедшие аудит производства, вправе рассчитывать на дополнительное преимущество при прочих равных условиях.

3. ПРОЦЕДУРА ОТБОРА ПОСТАВЩИКОВ

3.1. На этапе отбора [Поставщиков](#) и заключения договора должны быть обеспечены равные условия:

- а) конкуренции между [Поставщиками](#) за заключение договора с [Компанией](#);
- б) доступа к информации об условиях отбора [Поставщика](#) для заключения договора поставки;
- в) прохождения аудита производства, осуществляемого за счет средств [Компании](#).

3.2. При отборе [Поставщиков](#) запрещено:

- а) требовать заключения договора услуг при заключении договора поставки;
- б) навязывать контрагенту следующие условия:
 - прохождение аудита производства;
 - о запрете заключать договоры поставки с другими лицами (торговыми сетями, [Потребителями](#));
 - об ответственности [Поставщика](#) за неисполнение обязательства поставлять товары на более выгодных условиях по отношению к другим лицам (торговым сетям);
 - о предоставлении [Компании](#) сведений о заключаемых договорах с другими лицами (торговыми сетями);
 - о снижении закупочной цены до уровня цены для [Конкурентов](#);
 - о возврате непроданного товара [Поставщику](#);
 - иные, не относящиеся к предмету договора и (или) содержащие существенные признаки условий, предусмотренных вышестоящими подпунктами.

3.3. По завершении процедур по отбору [Поставщиков](#) [Компания](#) вправе заключить договор поставки с [Поставщиком](#), предложившим лучшие для [Компании](#) условия сотрудничества.

4. ОТКАЗ ОТ ЗАКЛЮЧЕНИЯ ДОГОВОРА

4.1. Отказ [Компании](#) от заключения договора поставки по коммерческому предложению/ заявке/ оферте какого-либо [Поставщика](#) должен быть обоснованным. По истечении 1 (одного) месяца со дня получения [Компанией](#) предложения/ заявки/ оферты [Компания](#) предоставляет ответ о причинах отказа. По запросу [Поставщика](#) ответ может быть предоставлен в письменном виде.

4.2. При проведении анализа условий сотрудничества с [Поставщиком](#) [Компания](#) должна руководствоваться условиями и критериями отбора, указанными в настоящем Положении, а также условиями, указанными в «Требованиях, предъявляемых к

Поставщикам Группы Компаний «ДИКСИ», размещаемых на сайте Компании в сети Интернет.

4.3. При отборе [Поставщиков](#) запрещается создавать дискриминационные условия, а также препятствия для доступа на товарный рынок или выхода из товарного рынка.

4.4. Отказ [Компании](#) от заключения договора поставки по коммерческому предложению/ заявке/ оферте какого-либо [Поставщика](#) не лишает данного [Поставщика](#) права направлять в [Компанию](#) иные коммерческие предложения/ заявки/ оферты.

5. ЗАКЛЮЧЕНИЕ ДОГОВОРА

5.1. Договор заключается по типовой форме, размещенной на сайте [Компании](#) в сети Интернет.

5.2. Какие-либо изменения типового договора поставки производятся по соглашению сторон и оформляются протоколом разногласий к договору.

5.3. Ход переговорного процесса должен осуществляться согласно требованиям политик [Компании](#).