ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО

ПО ТЕХНИЧЕСКОМУ РЕГУЛИРОВАНИЮ И МЕТРОЛОГИИ

НАЦИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ГОСТ Р 56876.2— 2016

РУКОВОДСТВО ПО ДОБРОСОВЕСТНЫМ ПРАКТИКАМ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ МЕЖДУ ТОРГОВЫМИ СЕТЯМИ И ПОСТАВЩИКАМИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ

Часть 2

Общие требования

Издание официальное

Москва
Стандартинформ
2016

gost.e-ecolog.ru

Предисловие

1 РАЗРАБОТАН Общероссийским союзом общественных объединений «Союз потребителей Российской Федерации» (СПРФ) при поддержке Межотраслевого экспертного совета по развитию потребительского рынка и Комиссии по применению Кодекса добросовестных практик взаимоотношений между торговыми сетями и поставщиками потребительских товаров

2 ВНЕСЕН Техническим комитетом по стандартизации ТК 111 «Защита прав потребителей на основе контроля продукции на стадиях обращения и при оказании услуг»

3 УТВЕРЖДЕН И ВВЕДЕН В ДЕЙСТВИЕ Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 8 сентября 2016 г. № 1090-ст

4 ВВЕДЕН ВПЕРВЫЕ

*Правила применения настоящего стандарта установлены в статье 26 Федерального закона «О стандартизации в Российской Федерации». Информация об изменениях к настоящему стандарту публикуется в ежегодном (по состоянию на 1 января текущего года) информационном указателе «Национальные стандарты», а официальный текст изменений и поправок — в ежемесячном информационном указателе «Национальные стандарты». В случае пересмотра (замены) или отмены настоящего стандарта соответствующее уведомление будет опубликовано в ближайшем выпуске ежемесячного информационного указателя «Национальные стандарты». Соответствующая информация, уведомление и тексты размещаются также в информационной системе общего пользования — на официальном сайте Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии в сети Интернет (*gost.e-ecolog.ru

© Стандартинформ, 2016

Настоящий стандарт не может быть полностью или частично воспроизведен, тиражирован и распространен в качестве официального издания без разрешения Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии

Содержание

1 Область применения 1
2 Общие принципы обеспечения добросовестных практик взаимоотношений между торговыми сетями и поставщиками потребительских товаров 1
3 Взаимодействие торговых сетей и поставщиков в целях обеспечения надлежащего качества потребительских товаров, реализуемых потребителям 2
4 Практики, связанные с обеспечением надлежащего качества потребительских товаров 3
5 Практики выбора контрагента 4
6 Практики документального сопровождения переговоров по согласованию, изменению условий и расторжению договора 4
7 Добросовестные и недобросовестные практики согласования условий договора 4
8 Практики согласования изменения цен потребительских товаров 5
9 Практики ввода потребительского товара в ассортиментную матрицу торговой сети 6
10 Практики вывода потребительского товара из ассортиментной матрицы торговой сети 6
11 Практики вывода потребительского товара под собственным товарным знаком торговой сети из ассортиментной матрицы торговой сети 7
12 Практики установления и взимания неустойки в случае нарушения обязательств по договору 7
13 Практики размещения заказа на поставку потребительских товаров 8
14 Практики размещения заказа на поставку потребительских товаров под собственным товарным знаком торговой сети 9
15 Практики приема и передачи потребительских товаров 9
16 Практики обмена документами 10
17 Практики проведения мероприятий по продвижению потребительских товаров 11
18 Практики предоставления торговой сетью отчетов о проведении мероприятий по продвижению потребительских товаров 12
19 Практики проведения взаимозачетов 12
20 Практики реализации проектов категорийного менеджмента 12
21 Практики разрешения споров между торговыми сетями и поставщиками 13

Введение

Настоящий стандарт представляет свод общих правил (Кодекс) добросовестного поведения торговых сетей и поставщиков продовольственных и непродовольственных потребительских товаров при взаимодействии между ними, который может непосредственно признаваться участниками такого взаимодействия в качестве своих публичных обязательств либо использоваться ими в качестве основы для разработки корпоративных стандартов.

Установленные в настоящем стандарте положения расположены в порядке, отражающем их логическую связь, и охватывают общие и специальные принципы взаимоотношений между торговыми сетями и поставщиками потребительских товаров, требования, которым должны отвечать добросовестные практики, а также признаки недобросовестности действий сторон на различных этапах и при разных видах их взаимодействия, от обеспечения качества потребительских товаров до разрешения споров между сторонами.

НАЦИОНАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

РУКОВОДСТВО ПО ДОБРОСОВЕСТНЫМ ПРАКТИКАМ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ МЕЖДУ ТОРГОВЫМИ СЕТЯМИ И ПОСТАВЩИКАМИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ

Часть 2

Общие требования

Manual on good business practices between retail chains and consumer product suppliers.
Part 2. General requirements

Дата введения — 2017—08—01

1 Область применения

Настоящий стандарт устанавливает общие требования к добросовестности практик торговых сетей и поставщиков потребительских товаров в области взаимоотношений между ними посредством определения основных признаков как добросовестных, так и недобросовестных практик на всех этапах и во всех видах их взаимодействия.

Требования настоящего стандарта являются общими и рекомендуются для применения во всех видах документации, входящих в сферу действия работ по стандартизации в данной области и/или использующих результаты этих работ.

Если какие-либо положения настоящего стандарта нельзя применить вследствие специфики торговой сети, поставщика и/или реализуемых потребительских товаров, допускается использование иных положений, в том числе принятых в международной практике, не противоречащих настоящему стандарту.

Несовпадение или неполное совпадение основных признаков какой-либо практики взаимодействия конкретного поставщика и конкретной торговой сети с представленными в настоящем стандарте признаками добросовестных практик не означает ее недобросовестности, если основные признаки этой практики не позволяют также отнести ее к числу недобросовестных практик. В таких случаях необходима дополнительная оценка на основе представленных в настоящем стандарте принципов взаимоотношений между торговыми сетями и поставщиками потребительских товаров.

2 Общие принципы обеспечения добросовестных практик взаимоотношений между торговыми сетями и поставщиками потребительских товаров

Добросовестные практики взаимоотношений между торговыми сетями и поставщиками потребительских товаров основаны на основополагающих принципах гражданского права: признания равенства участников коммерческого оборота, неприкосновенности собственности, свободы договора, недопустимости произвольного вмешательства кого-либо в частные дела, необходимости беспрепятственного осуществления гражданских прав, обеспечения восстановления нарушенных прав, их судебной защиты, а также на изложенных в настоящем разделе общих принципах обеспечения добросовестных практик взаимоотношений между торговыми сетями и поставщиками потребительских товаров.

- Поставщики и торговые сети в своих взаимоотношениях самостоятельно несут предпринимательские риски и определяют источники формирования своей прибыли. При этом основным источником

Издание официальное

формирования прибыли торговых сетей и поставщиков признается наценка, а прочие условия могут зависеть от достижения целей по объемам продаж, развитию брендов (повышению узнаваемости товарных знаков), повышению уровня лояльности потребителей и других экономически обоснованных критериев. Поставщики и торговые сети прилагают все усилия к обеспечению добросовестной конкуренции и не вмешиваются в коммерческую деятельность своих контрагентов.

- Поставщики и торговые сети предпринимают совместные усилия, направленные на обеспечение предсказуемости для контрагента (потенциального контрагента) основных условий взаимодействия, таких как публичность критериев отбора контрагентов, зависимость торговых условий от эффективности совместной работы, в случае наличия штрафных санкций их соразмерность потерям пострадавшей от нарушения стороны и других условий, способствующих развитию конкуренции, формированию партнерских отношений между поставщиками и торговыми сетями, оптимизации издержек и минимизации потерь на этапах согласования условий сотрудничества и выполнения обязательств сторон. При этом поставщики и торговые сети не ограничиваются в праве принимать любые не противоречащие действующему законодательству меры для ограничения доступа третьих лиц к информации об индивидуальных коммерческих условиях договоров и иной конфиденциальной информации.

- Поставщики и торговые сети предпринимают совместные усилия, направленные на повышение предсказуемости для сторон объема и графика заказов поставки товаров, оказания услуг, с целью оптимизации издержек на производство, хранение, доставку и реализацию товаров.

- Обмен информацией осуществляется между поставщиком и торговой сетью на добровольной основе с учетом норм антимонопольного законодательства, других законодательных актов и необходимости обеспечения конфиденциальности полученной партнерами друг от друга информации.

- Все договоренности, включая соглашения о намерениях, подлежат письменной фиксации (в том числе с использованием электронных средств коммуникации), обязательным является закрепление всех договоренностей и параметров торговых условий в договоре между сторонами и их неукоснительное выполнение, не допускаются мнимые и притворные сделки.

- В целях упорядочения и рационализации своей деловой практики, повышения предсказуемости и эффективности взаимодействия с контрагентами торговые сети и поставщики потребительских товаров стремятся добровольно принимать Кодекс добросовестных практик взаимоотношений между ними (или присоединяться к такому Кодексу) и руководствоваться им в своей договорной практике отношений с контрагентами (поставщиками или торговыми сетями).

- Для содействия применению и развитию Кодекса добросовестных практик взаимоотношений между торговыми сетями и поставщиками потребительских товаров, разрешения споров между торговыми сетями и поставщиками по поводу его толкования и применения сторонами, принявшими Кодекс, создается Комиссия по применению Кодекса добросовестных практик, включающая равное количество представителей поставщиков и торговых сетей, а также независимых членов, согласованных представителями обеих сторон.

- Кодекс добросовестных практик взаимоотношений между торговыми сетями и поставщиками потребительских товаров может непосредственно признаваться участниками таких взаимоотношений в качестве своих публичных обязательств либо использоваться ими в качестве основы для разработки корпоративных стандартов.

3 Взаимодействие торговых сетей и поставщиков в целях обеспечения надлежащего качества потребительских товаров, реализуемых потребителям

В интересах третьей стороны — потребителей — поставщики и торговые сети, ассоциации, союзы, иные некоммерческие объединения поставщиков и торговых сетей предпринимают индивидуальные и совместные усилия для предотвращения поставки, выявления и недопущения реализации потребителям и дальнейшего оборота потребительских товаров ненадлежащего качества. В этих целях торговые сети и поставщики включают в договор поставки условия о качестве поставляемых товаров, порядке его подтверждения, об аудите качества и последствиях выявления товаров ненадлежащего качества. В процессе исполнения договора поставки поставщик осуществляет собственный контроль качества поставляемых им товаров и несет ответственность перед торговой сетью за поставку товаров ненад-

лежащего качества, а торговая сеть осуществляет аудит качества поставляемых товаров при их приемке, в процессе их хранения и реализации, а также в процессе их потребления (на основе анализа претензий потребителей в связи с их ненадлежащим качеством). В целях обеспечения надлежащего качества потребительских товаров поставщики и торговые сети, их ассоциации, союзы, по возможности с участием общественных объединений потребителей, осуществляют согласование требований к качеству поставляемых потребительских товаров, включая совместное участие в разработке корпоративных и национальных стандартов и оценке соответствия потребительских товаров обязательным требованиям и стандартам, выявлении и недопущении реализации товаров ненадлежащего качества и продвижении товаров повышенного качества, характеризующихся относительно высоким спросом и относительно низким числом претензий потребителей.

4 Практики, связанные с обеспечением надлежащего качества потребительских товаров

Добросовестные практики обеспечения надлежащего качества потребительских товаров в процессе взаимодействия торговых сетей и поставщиков предусматривают систематическое проведение торговыми сетями и поставщиками проверки соответствия качества поставляемых товаров условиям договора поставки и (или) обязательным требованиям законодательства на всех этапах взаимодействия между ними, начиная с выбора поставщика торговой сетью и заканчивая совместным анализом претензий потребителей к качеству товаров поставщика, реализованных торговой сетью. Сроки, порядок и условия проведения конкретных мероприятий по проверке качества потребительских товаров определяются каждой стороной договора (поставщиком и торговой сетью) самостоятельно, при этом сроки и порядок проведения проверки качества поставляемых товаров при их приемке должны быть согласованы сторонами. Проверки качества потребительских товаров, предлагаемых в местах их продажи, направленные на выявление и предотвращение реализации товаров ненадлежащего качества, могут проводиться также ассоциациями, союзами, иными некоммерческими объединениями торговых сетей и поставщиков с участием общественных объединений потребителей и специализированных некоммерческих организаций.

Все выявленные при проверке товары ненадлежащего качества должны изыматься из торгового зала и выводиться из оборота посредством их возврата поставщику или согласованной с поставщиком утилизации, если их недостатки возникли по вине поставщика, то есть до их передачи поставщиком торговой сети или по причинам, возникшим до этого момента, либо посредством утилизации или иным законным способом, если их недостатки возникли по вине торговой сети, то есть после их передачи поставщиком торговой сети.

В случае обращения к торговой сети (поставщику) потребителя с обоснованной претензией к качеству приобретенного им товара добросовестной практикой является удовлетворение этой торговой сетью (поставщиком) законных требований потребителя в установленные законом сроки за свой счет. Торговая сеть, удовлетворившая законные требования потребителя, вправе требовать от поставщика возмещения своих связанных с этим расходов при наличии у нее оснований считать, что недостатки потребительского товара возникли до его передачи торговой сети или по причинам, возникшим до этого момента, а поставщик вправе требовать от торговой сети возмещения своих расходов на удовлетворение законных требований потребителя при наличии у него оснований считать, что недостатки потребительского товара возникли после его передачи торговой сети или по причинам, возникшим после этого момента.

Недобросовестными практиками в области взаимодействия торговых сетей и поставщиков, связанными с ненадлежащим качеством потребительских товаров, являются сознательная поставка поставщиком торговой сети товаров ненадлежащего качества, отсутствие или ненадежность систем проверки качества продукции при ее приемке торговой сетью, продолжение реализации в торговой сети выявленных товаров ненадлежащего качества или продажа их другой торговой организации, уклонение торговой сети или поставщика от исполнения своих обязательств перед потребителем в связи с ненадлежащим качеством товара, необоснованное затягивание сроков исполнения таких обязательств, предъявление торговой сетью требования поставщику (или поставщиком торговой сети) о возмещении своих расходов в связи с ненадлежащим качеством товара без наличия достаточных оснований счи-

тать, что недостатки потребительского товара возникли до (или после) его передачи торговой сети или по причинам, возникшим до (или после) этого момента.

5 Практики выбора контрагента

На этапе выбора контрагента добросовестной практикой является обеспечение равных условий для конкуренции между поставщиками за заключение договора с торговой сетью (между торговыми сетями за заключение договора с поставщиком) и равных условий доступа претендентов к информации об условиях выбора контрагента для заключения договора поставки на основе проведения конкурса. Порядок определения коммерческих условий взаимодействия между контрагентами в рамках договоров поставки и договоров оказания услуг по продвижению потребительских товаров должен быть понятным для сторон предполагаемого договора (участников конкурса) и не содержать дискриминационных условий, включая условия о сроках оплаты товаров, размерах вознаграждения, размерах и порядке применения штрафных санкций, стоимости услуг, связанных поставкой (в случае, если такие услуги оказываются на основании отдельного договора оказания услуг). Добросовестной практикой является взаимное информирование поставщиком и торговой сетью, в том числе участником конкурса, своего потенциального контрагента о случаях коррупционного поведения его персонала и содействие в пресечении им подобных случаев.

Практики выбора контрагента, не обеспечивающие добросовестную конкуренцию между претендентами, предусматривающие не основанные на законе дискриминацию отдельных претендентов или преференции отдельным претендентам, сокрытие от них информации об условиях выбора контрагента и иные подобные практики являются недобросовестными.

6 Практики документального сопровождения переговоров по согласованию, изменению условий и расторжению договора

При ведении переговоров между сторонами, направленных на согласование условий договоров поставки и иных договоров, связанных с договором поставки, изменение этих условий, расторжение договора, а также на перезаключение договора в связи с изменением юридического лица одной из сторон на каждом этапе переговоров должна быть обеспечена двусторонняя письменная фиксация (в том числе с использованием электронных средств коммуникации) всех достигнутых договоренностей с их удостоверением уполномоченными представителями сторон.

Практика отказа одной из сторон от письменной фиксации и удостоверения достигнутых в процессе переговоров договоренностей, в том числе предварительных, а также практика взимания поставщиками или торговыми сетями платы за перезаключение договоров поставки и оказания связанных с поставкой услуг при изменении юридического лица или при внесении изменений в название юридического лица являются недобросовестными.

7 Добросовестные и недобросовестные практики согласования условий договора

Добросовестные практики согласования условий договора поставки, иных связанных с ним договоров основаны на признании каждой стороной договора равенства сторон и необходимости:

- учета коммерческих интересов контрагента при согласовании ассортимента, объемов поставки, требований к качеству, цен, вознаграждения за достижение определенного объема продаж и других условий договора поставки, а также состава и объема предоставляемых торговой сетью поставщику логистических и маркетинговых услуг;
- неукоснительного выполнения каждой стороной всех условий заключенных между ними договоров и документального подтверждения их выполнения;
- симметричной имущественной ответственности сторон договора за существенные нарушения его условий.

Практика заключения договоров поставки, иных связанных с ними договоров, допускающая одностороннее изменение условий договора, ухудшающее положение другой стороны договора и распространяющееся на предшествующие периоды, является недобросовестной.

Недобросовестной также является практика заключения договоров на оказание торговой сетью поставщику маркетинговых и иных услуг, связанных с договором поставки, в получении которых поставщик не заинтересован (или заинтересован в меньшем объеме таких услуг, чем предусмотрено в договоре), либо которые торговая сеть не намерена выполнять совсем или в объеме, предусмотренном договором.

8 Практики согласования изменения цен потребительских товаров

Добросовестные практики согласования сторонами изменения цены потребительского товара по договору поставки должны основываться на экономическом обосновании необходимости изменения цены и обеспечивать контрагентам возможность достигать справедливого соглашения о новых ценах, а если соглашение не достигнуто, осуществлять поиск альтернативного контрагента.

Предложение стороны договора поставки другой его стороне об изменении цен должно содержать предлагаемые новые цены и сроки их вступления в силу. Срок согласования изменения цен не должен превышать предельный срок такого согласования, установленный законодательно, а при отсутствии законодательно установленного — срок, предусмотренный Кодексом добросовестных практик и исчисляемого от даты получения уведомления об изменении цены потребительского товара, если иное не предусмотрено договором. Предлагаемая стороной-инициатором дата вступления новой цены потребительского товара в силу не может быть установлена ранее истечения предельного срока согласования изменения цен.

Сторона-инициатор предложения о новых ценах представляет стороне-получателю вместе с предложением о новых ценах его экономическое обоснование, отвечает на вопросы стороны-получателя в связи с рассмотрением данного предложения о новых ценах и проводит переговоры со стороной-получателем при получении приглашения к их проведению.

Сторона-получатель предложения о новых ценах в срок, не превышающий двух рабочих дней от даты его получения, подтверждает стороне-инициатору факт получения предложения о новых ценах. Сторона-получатель предложения прилагает усилия для скорейшего принятия в соответствии со своими корпоративными процедурами, обычаями делового оборота и Кодексом добросовестных практик принципиального решения о готовности или неготовности принять данное предложение о новых ценах и информирования о принятом решении стороны-инициатора. В случае признания наличия у стороны-инициатора объективных оснований для предложения о новых ценах, но при отсутствии готовности принять его, сторона-получатель приглашает сторону-инициатора провести переговоры с целью достижения согласованного компромиссного решения. При этом в случае достижения договоренности о проведении таких переговоров предельный срок согласования изменения цен может быть продлен по общему решению сторон.

Если в течение предельного срока согласования изменения цен сторонами не достигнуто соглашение по новой цене, штрафные санкции к поставщику при прекращении поставок потребительского товара по старой цене и к торговой сети при отказе от приобретения потребительского товара по новой цене не применяются.

В случае резких изменений ключевых факторов, влияющих на ценовую конъюнктуру рынка потребительских товаров, в том числе курса рубля к валютам стран-экспортеров товаров в Россию, нормативной базы, биржевых цен на сырье или процентных ставок сроки согласования уведомления по вышеописанной процедуре могут быть сокращены по решению Межотраслевого экспертного совета по развитию потребительского рынка.

Если одна из сторон договора поставки направила другой стороне несколько отличных друг от друга предложений об изменении цены товара, то добросовестной является практика отсчета срока согласования изменения цены от даты получения последнего предложения.

Стороны не вправе требовать друг от друга предоставления информации о ценах поставки и приобретения товаров, являющихся предметом договора поставки между ними, по договорам поставки, заключенным ими с другими контрагентами.

Практика предоставления контрагенту результатов мониторинга цен и информации о структуре себестоимости своих товаров или услуг является добросовестной, если осуществляется на добровольной и, как правило, взаимной основе.

Поставщик вправе рекомендовать торговой сети розничные цены на поставляемые им товары, однако торговая сеть не обязана выполнять рекомендации поставщика. Практика приостановления поставщиком поставки товаров в случае несоблюдения торговой сетью рекомендованной ей поставщиком розничной цены, если договор поставки не содержит такого обязательства торговой сети, является недобросовестной.

Не являются добросовестными практики включения в договор поставки условий о лишении или ограничении одной из сторон договора права направлять другой стороне предложения по изменению цен и других условий договора поставки, а также выдвижения стороне, предложившей изменение цен, требования об обосновании такого изменения иными обстоятельствами кроме экономической целесообразности.

9 Практики ввода потребительского товара в ассортиментную матрицу торговой сети

На этапе ввода потребительского товара в ассортиментную матрицу торговой сети должны быть обеспечены стабильные и бесперебойные поставки на условиях договора и постоянное наличие потребительского товара в торговых объектах (если доставка осуществляется непосредственно в торговые объекты) или в распределительном центре торговой сети (в случае, если поставки осуществляются через распределительный центр). При этом поставщик обеспечивает бесперебойную стабильную доставку и наличие потребительского товара в торговых объектах (если доставка осуществляется непосредственно в торговые объекты) или на распределительный центр сети (в случае если поставки осуществляются через распределительный центр), а торговая сеть — бесперебойную стабильную доставку с распределительного центра в торговые объекты. Поставщик и торговая сеть вправе по взаимному соглашению сторон распределить между собой расходы, связанные с доставкой потребительских товаров в торговые объекты торговой сети. Срок введения потребительского товара в ассортиментную матрицу торговой сети и получения первого заказа на поставку в торговые объекты и (или) на распределительный центр торговой сети рассчитывается с момента подписания спецификации и должен быть указан в договоре между поставщиком и торговой сетью.

10 Практики вывода потребительского товара из ассортиментной матрицы торговой сети

Процедура расторжения договора поставки или вывода отдельных потребительских товаров из ассортиментной матрицы торговой сети (прекращения поставок поставщиком) должна быть предсказуемой, обеспечивающей контрагентам возможность осуществить поиск альтернативного контрагента. При выводе отдельного потребительского товара из ассортиментной матрицы торговой сети (прекращения поставок поставщиком) сторона-инициатор вывода должна предоставить своему контрагенту обоснование причин вывода данного товара. Минимальный срок от подачи контрагенту уведомления о выводе отдельного товара из ассортиментной матрицы торговой сети (прекращения поставок поставщиком) до фактического прекращения его приемки (поставки) рекомендуется устанавливать в договоре поставки. С момента уведомления до момента вывода потребительского товара из ассортиментной матрицы торговой сети (прекращения поставок поставщиком) отдельных потребительских товаров контрагентами выполняются взаимные обязательства сторон по поставке потребительского товара (со стороны поставщика) и заказу потребительского товара (со стороны торговой сети), если договором поставки не предусмотрено иное. Если поставщиком по заказу торговой сети были произведены или приобретены потребительские товары с особыми потребительскими характеристиками (то есть такие, которые отсутствуют в ассортиментной матрице иных торговых сетей и несетевых торговых объектов), и на момент расторжения договора или вывода из ассортиментной матрицы торговой сети таких потребительских товаров данные потребительские товары не были реализованы, торговая сеть обязуется приобрести у поставщика такие потребительские товары по цене, действовавшей на момент направления уведомления о выводе данного потребительского товара из ассортиментной матрицы. В случае отсутствия постоянного заказа торговой сетью (невыполнения заказа на поставку поставщиком) отдельного потребительского товара в течение срока, предусмотренного Кодексом добросовестных практик,

сторона должна проинформировать в письменном виде (в том числе с использованием электронных средств коммуникации) контрагента о причинах отсутствия заказа (невыполнения заказа на поставку товаров поставщиком).

Практика навязывания стороной-инициатором вывода отдельного товара из ассортиментной матрицы своим контрагентам услуг по продаже выведенного из ассортиментной матрицы товара является недобросовестной.

Включение по обоюдному согласию сторон в договор на оказание услуг, связанных с исполнением договора поставки, услуги по продаже товара, выведенного из ассортиментной матрицы по причине, включенной сторонами в перечень причин, дающих сторонам безусловное право вывода товара из ассортиментной матрицы, и предоставление стороной — инициатором вывода товара своему контрагенту обоснования причин вывода товара из ассортиментной матрицы, которое он не оспаривает, является добросовестной практикой, если поставщику в качестве альтернативы услуги по продаже выведенного из ассортиментной матрицы товара предоставлено безусловное право выкупить данный выводимый товар у торговой сети по цене поставки товара в сеть или забрать остатки товара, произведя взаимозачет по цене поставки товара.

11 Практики вывода потребительского товара под собственным товарным знаком торговой сети из ассортиментной матрицы торговой сети

Процедура расторжения договора поставки или вывода потребительских товаров под собственным товарным знаком из ассортиментной матрицы торговой сети (прекращения их поставок поставщиком) должна быть предсказуемой, обеспечивающей торговой сети возможность осуществить поиск альтернативного контрагента, а поставщику — с наименьшими потерями прекратить производство и поставку соответствующего товара. Минимальный срок от подачи уведомления о выводе из ассортиментной матрицы торговой сети отдельных товаров под собственным товарным знаком предусматривается Кодексом добросовестных практик. С момента уведомления до момента вывода товара под собственным товарным знаком из ассортиментной матрицы торговой сети отдельных товаров под собственным товарным знаком контрагентами выполняются взаимные обязательства сторон по поставке товара под собственным товарным знаком (со стороны поставщика) и заказа товара под собственным товарным знаком (со стороны торговой сети). Если поставщиком до момента получения уведомления о выводе из ассортиментной матрицы торговой сети отдельных товаров под собственным товарным знаком в согласованных письменно (в том числе с использованием электронных средств коммуникации) с торговой сетью объемах приобретены сырье, тара и упаковочные материалы или произведены товары под собственным товарным знаком, которые на момент вывода из ассортиментной матрицы торговой сети не реализованы, торговая сеть обязуется приобрести у поставщика товары под собственным товарным знаком по цене, действовавшей на момент направления уведомления, и (или) выкупить сырье, тару и упаковочные материалы по цене приобретения поставщиком или по цене, согласованной с торговой сетью, в случае если данная цена устанавливалась спецификацией к договору поставки товаров под собственным товарным знаком. Вместо выкупа сырья, тары и упаковочных материалов допускается возмещение поставщику понесенных расходов. В случае невыполнения заказа на поставку товаров поставщиком отдельного потребительского товара под собственным товарным знаком сети в течение срока, предусмотренного Кодексом добросовестных практик, поставщик должен в письменном виде (в том числе с использованием электронных средств коммуникации) проинформировать контрагента о причинах невыполнения заказа на поставку товаров.

Практика выкупа торговой сетью только тары и упаковки для товаров под собственным товарным знаком без выкупа сырья или возмещения расходов на его приобретение, произведенное для выполнения заказа данной торговой сети, является недобросовестной.

12 Практики установления и взимания неустойки в случае нарушения обязательств по договору

При установлении неустойки за неисполнение или ненадлежащее исполнение обязательств в договоре должен быть согласован полный перечень обстоятельств, при наступлении которых может взи-

маться неустойка, определены условия взимания неустойки в случае неисполнения или ненадлежащего исполнения сторонами своих обязательств по договору поставки, обеспечивающие соразмерность неустойки последствиям нарушения стороной своего обязательства. Сторонами могут быть предусмотрены в договоре поставки возможность неприменения неустойки при определенных обстоятельствах либо условие о неприменении неустоек при исполнении данного договора.

Практика установления штрафных санкций за нарушение условий договора поставки является добросовестной, если обеспечивается:

направленность штрафов на стимулирование контрагента к более полному исполнению условий договора, а не на получение дополнительной прибыли;

недискриминационность, то есть одинаковая величина штрафов за одинаковые нарушения для всех контрагентов;

обоюдность ответственности: со стороны поставщика — за недопоставку или несвоевременную поставку товара и со стороны торговой сети — за необоснованную неприемку или несвоевременную приемку товара;

невзимание штрафа при стоимости каждого конкретного артикула недопоставленного (несвоевременно поставленного) или непринятого (несвоевременно принятого) товара менее доли стоимости соответствующего артикула товара в составе заказа, предусмотренной Кодексом добросовестных практик;

установление совокупной величины штрафных санкций за недопоставку или несвоевременную поставку (неполную или несвоевременную приемку) каждого конкретного артикула товара (в том числе под собственным товарным знаком торговой сети или в рамках реализации мероприятий по продвижению потребительских товаров) в процентах от общей стоимости каждого недопоставленного (недопринятого) конкретного артикула товара и не выше доли этой общей стоимости, предусмотренной Кодексом добросовестных практик.

При этом стороны вправе предусмотреть возможность неприменения неустоек или отказ от установления неустоек в договоре, а также использовать альтернативные инструменты долгосрочного планирования поставок и обоюдной ответственности за невыполнение согласованных планов.

13 Практики размещения заказа на поставку потребительских товаров

При размещении торговой сетью заказа на поставку потребительских товаров заказ считается согласованным сторонами и обязательным для его исполнения после подтверждения возможности его исполнения поставщиком в порядке, определяемом договором поставки. Поставщик и торговая сеть согласуют минимальный объем заказа в одну точку доставки за единицу времени («квант заказа»), максимальный единовременный объем заказа в одну точку доставки, адреса доставки, а также процедуру размещения и согласования заказа. При этом поставщик и торговая сеть могут согласовать годовой план поставок, в котором предусматривается диапазон объемов заказа потребительских товаров на календарный год с разбивкой по квартальным или месячным периодам. В случае, если параметры размещаемого торговой сетью заказа отклоняются от предусмотренных договором или годовым планом поставок (если таковой существует), поставщик имеет право отказаться от выполнения такого заказа в части, превышающей максимальный единовременный объем, или полностью, если объем заказа ниже минимального объема заказа. При этом поставщик и торговая сеть обязуются не допускать применения торговой сетью штрафных санкций к поставщику в случае полного или частичного отказа от согласования заказа, параметры которого отклоняются от параметров, предусмотренных договором или годовым планом поставок. При использовании торговой сетью системы автоматического заказа должна быть предусмотрена возможность для поставщика уведомить торговую сеть о необходимости изменения количества и (или) других параметров заказа.

Практика заключения и исполнения договоров поставки является добросовестной, если в целях оптимизации издержек на производство, хранение и доставку товаров, предусматривается планирование поставок товаров под товарным знаком, принадлежащим поставщику, в форме индикативных планов, согласованных сторонами при заключении договора поставки, его продлении на следующий год, введении в матрицу торговой сети новой ассортиментной позиции. Индикативные планы должны учитывать предполагаемую динамику открытия/закрытия торговых объектов торговой сети, сезонные колебания продаж товарной группы, маркетинговую активность поставщика и торговой сети.

Практика согласования плана поставок, при которой согласование осуществляется по запросу одной из сторон (поставщика или торговой сети) или обеих сторон, является добросовестной.

Добросовестной является практика установления остаточного срока годности потребительских товаров, при которой в целях оптимизации издержек на производство, хранение и доставку потребительских товаров значение остаточного срока годности потребительских товаров на момент поставки устанавливается в результате переговоров между торговой сетью и поставщиком и учитывает другие условия договора.

14 Практики размещения заказа на поставку потребительских товаров под собственным товарным знаком торговой сети

При размещении заказа на поставку товаров под собственным товарным знаком заказ считается согласованным сторонами и обязательным для его исполнения после подтверждения возможности его исполнения поставщиком в порядке, определяемом договором поставки. При этом поставщик и торговая сеть определяют общий годовой объем поставки товара под собственным товарным знаком, годовой план поставок, в котором предусматривается график поставок на месяц, объем партии товара, адрес доставки, объем минимальной партии, а также процедуру размещения и согласования заказа. При формировании годового плана поставок стороны исходят из объективных сроков заказа и изготовления сырья, упаковки, готовой продукции для производства конкретного объема товаров под собственным товарным знаком. В случае, если параметры размещаемого торговой сетью заказа отклоняются от предусмотренных договором или годовым планом поставок, поставщик имеет право отказаться от выполнения заказа в части, превышающей максимальный единовременный объем, или полностью, если объем заказа ниже минимального объема заказа. При этом поставщик и торговая сеть обязуются не допускать применения торговой сетью штрафных санкций к поставщику в случае полного или частичного отказа от согласования заказа, параметры которого отклоняются от параметров, предусмотренных договором или годовым планом поставок.

Практика заключения и исполнения договоров поставки товаров под собственным товарным знаком торговой сети является добросовестной, если в целях оптимизации издержек на производство, хранение и доставку потребительских товаров, предусматривает согласование поставщиком и торговой сетью в договорах поставки:

- качественных характеристик потребительских товаров под собственным товарным знаком, производимых и поставляемых поставщиком, используемых для их производства ингредиентов, а также состава и рецептуры;
- объемов и регулярности заказа потребительских товаров под собственным товарным знаком с учетом предполагаемой динамики изменения количества торговых объектов, сезонных колебаний продаж товарной группы, маркетинговой активности торговой сети на срок не менее одного календарного года;
- условий и порядка размещения торговой сетью заказа на приобретение сырья и упаковки для производства продукции под собственным товарным знаком и заказа на поставку товара;
- обязательств торговой сети по закупке указанного в договоре объема товара в указанные сроки и поставщика по поставке указанного в договоре объема товара в указанные сроки, а также ответственность сторон за неисполнение условий договора;
- условий использования товарных остатков, сырья и материалов в случае изменения объемов заказа или отказа торговой сети от заказа;
- возможности досрочного расторжения договора торговой сетью в случае поставки поставщиком товаров под собственным товарным знаком торговой сети, не соответствующих требованиям договора по качественным характеристикам, и порядка действия сторон в отношении сырья и упаковки, приобретенной поставщиком до даты расторжения договора.

15 Практики приема и передачи потребительских товаров

При приемке продовольственных потребительских товаров торговая сеть должна зафиксировать время прибытия (в часах и минутах) транспортного средства с товаром, а также время окончания раз-

грузки (в часах и минутах) транспортного средства. Договором могут предусматриваться обоюдные и соразмерные фактически понесенным затратам неустойки в случае несвоевременного прибытия транспортного средства и простоя транспортного средства не по вине поставщика сверх срока разгрузки, предусмотренного договором поставки. При этом риски случайной гибели и случайного повреждения товара переходят на покупателя (торговую сеть) с момента приемки товара в магазине, распределительном центре (если поставка осуществляется через распределительный центр) или на складе поставщика (если поставка осуществляется непосредственно со склада поставщика), если иной момент перехода риска случайной гибели товара не предусмотрен договором поставки. Представителю поставщика (в том числе водителю, водителю-экспедитору, экспедитору) может быть предоставлен доступ на территорию зоны разгрузки склада магазина или распределительного центра торговой сети при разгрузке товара, а также путей подъезда и отъезда к местам разгрузки, на условиях, согласованных поставщиком и торговой сетью. Представитель торговой сети, осуществляющий приемку товара, передает представителю поставщика копию доверенности на приемку товара или иным образом подтверждает полномочия на приемку товара (в том числе, путем расшифровки ФИО и должности в накладных, если торговая сеть предварительно уведомила поставщика о перечне доверенных лиц для приемки товара).

16 Практики обмена документами

При обмене документами должен быть обеспечен эффективный механизм уведомления контрагента об ошибках, допущенных при оформлении документов, необходимых для осуществления поставки или оплаты поставленных товаров. Стороны должны стремиться к внедрению и использованию электронных технологий обмена данными. Стороны вправе предусмотреть ответственность за непредставление корректно оформленных документов в определенные договором или действующими нормативными правовыми актами сроки. При этом в случае, если документы, необходимые для осуществления оплаты или поставки, оформлены неправильно и оплату или поставку по ним произвести невозможно, торговая сеть и поставщик должны проинформировать своего контрагента в порядке, предусмотренным договором, а в случае, если порядок информирования в договоре не предусмотрен, то в срок, предусмотренный Кодексом добросовестных практик, с момента получения документа, содержащего ошибки, если договором не установлено иное. Неисполнение одной из сторон предусмотренных договором обязательств до момента предоставления иной стороной надлежащим образом оформленных документов, предусмотренных законодательством и (или) условиями договора, не является нарушением договора и не влечет за собой применение каких-либо мер ответственности, если другая сторона была уведомлена об ошибках в оформлении документов. В частности, не оплата торговой сетью поставленного потребительского товара до момента предоставления поставщиком надлежащим образом оформленных документов (в том числе, накладные и счет фактура) не является основанием для принятия поставщиком решения о прекращении отгрузки потребительского товара в адрес торговой сети в случае своевременного информирования сетью поставщика о необходимости переоформления или внесения изменений в данные документы, обоснованного ссылками на требования нормативных правовых актов.

Предоставление надлежащим образом оформленных документов (в том числе накладных и счетов-фактур), относящихся к поставкам товара, в соответствии с действующим законодательством и договором поставки является необходимым условием для оплаты поставленных товаров. При этом добросовестными являются практики согласования поставщиком и торговой сетью исчерпывающего закрытого перечня таких документов в договоре поставки, представления поставщиком надлежащим образом оформленных документов, предусмотренных законодательством и (или) условиями договора в момент приемки-передачи товара, внедрения и использования поставщиками и торговыми сетями электронных технологий обмена данными.

При выявлении ошибок в документах при приемке товара добросовестными являются практики согласованного сторонами договора внесения исправлений в товарную накладную и (или) оформления акта о расхождении по количеству и (или) наименованию, характеристике, сорту, артикулу товара в случаях и в порядке, предусмотренных законодательством, и согласованного сторонами договора оформления корректировочного счета-фактуры или предоставления поставщиком исправленного сче-

та-фактуры (в зависимости от характера необходимых изменений) в соответствии с требованиями законодательства.

Порядок исчисления срока оплаты товара, определяемый действующим законодательством и (или) договором поставки, увеличивается на период до предоставления поставщиком торговой сети надлежащим образом оформленных документов (в том числе накладных и счетов-фактур), предусмотренных законодательством и договором поставки. Если надлежащим образом оформленные документы (в том числе накладные и счета-фактуры), относящиеся к поставкам товара в соответствии с действующим законодательством и договором поставки, предоставлены поставщиком за время, меньшее предусмотренного Кодексом добросовестных практик, до истечения или по истечении предельного срока оплаты товара, предусмотренного действующим законодательством, добросовестной практикой является оплата торговой сетью товара поставщику в срок, предусмотренный Кодексом добросовестных практик, с даты предоставления надлежащим образом оформленных документов.

При этом недобросовестными являются практики затягивания торговой сетью сроков предоставления поставщику информации об ошибках, допущенных при оформлении документов, необходимой для их исправления, сверх срока, предусмотренного Кодексом добросовестных практик, предоставления торговой сетью поставщику информации об ошибках, допущенных при оформлении документов, в объеме недостаточном для формирования полного комплекса надлежащим образом оформленных документов, предоставления поставщиком торговой сети исправленных документов с превышением срока, предусмотренного Кодексом добросовестных практик, с момента предоставления торговой сетью информации об ошибках, допущенных при оформлении документов.

Практика затягивания сроков внедрения или ограничения доступа одной из сторон договора поставки (поставщик или торговая сеть) к использованию электронных технологий обмена данными (системе электронного документооборота) является недобросовестной, если вторая сторона договора поставки использует электронные технологии обмена данными (систему электронного документооборота) во взаимодействии с другими контрагентами, при этом первая сторона согласна обеспечить внедрение на условиях, аналогичных тем, что выполнены контрагентами второй стороны, с которыми уже используются электронные технологии обмена данными (система электронного документооборота).

Добросовестной является практика уведомления одной из сторон договора о принятом решении по переходу на электронный документооборот в срок, предусмотренный Кодексом добросовестных практик, с момента получения заявления о готовности обеспечить внедрение на условиях, аналогичных тем, что выполнены контрагентами второй стороны, с которыми уже используются электронные технологии обмена данными (система электронного документооборота). При этом рекомендуется торговым сетям и поставщикам включать в договоры поставки пункт о внедрении электронных технологий обмена данными (системы электронного документооборота).

17 Практики проведения мероприятий по продвижению потребительских товаров

Добросовестные практики проведения торговой сетью мероприятий по продвижению товаров своего контрагента-поставщика, в том числе предусматривающие снижение цены поставщиком и предоставление торговой сетью скидки на поставляемый товар потребителям, основаны на согласовании планов их проведения, совместном участии в их реализации и своевременном предоставлении исполнителем мероприятий их заказчику отчетов о их проведении. При заказе торговой сетью потребительских товаров в период проведения мероприятий по их продвижению, предусматривающих снижение цены поставщиком и предоставление торговой сетью скидки на поставляемый товар потребителям, торговая сеть должна заказывать такое количество товаров, которое согласовано сторонами для проведения мероприятия, и проинформировать поставщика о критериях определения величины заказа. Поставщик и торговая сеть могут согласовать план проведения совместных мероприятий по продвижению потребительских товаров, в котором предусматриваются основные параметры проводимых мероприятий, а также процедура согласования проведения мероприятия. В случае, если предложенные торговой сетью или поставщиком совместные мероприятия по продвижению потребительских товаров не предусмотрены согласованным сторонами планом, поставщик и торговая сеть имеют право отказаться от участия или проведения данного мероприятия.

В случае, если мероприятие по продвижению товаров, проводимое одной из сторон, не предусматривает решений и действий другой стороны по изменению ценовых, количественных или иных условий поставки или реализации товара, выплат или компенсаций в сторону проводящей акцию стороны по договорам маркетинговых или иных услуг, а также не предусматривает использование товаров или брендов (товарных знаков) одного поставщика для продвижения товаров и (или) брендов (товарных знаков) другого поставщика, согласование второй стороны не требуется.

Установление поставщиком срока подтверждения участия в совместных мероприятиях по продвижению потребительских товаров или предоставления мотивированного отказа от такого участия в срок меньший, чем предусмотрено Кодексом добросовестных практик, а также применение торговой сетью неустоек к поставщику в случае отказа от участия в не предусмотренных планом совместных мероприятиях по продвижению потребительских товаров являются недобросовестными практиками.

18 Практики предоставления торговой сетью отчетов о проведении мероприятий по продвижению потребительских товаров

По окончании проведения мероприятий по продвижению потребительских товаров торговая сеть по письменному запросу поставщика представляет отчет, содержащий подтверждение факта оказания услуг в полном объеме в соответствии с договором, заключенным между поставщиком и торговой сетью, действующим законодательством и практикой его применения. Отчет должен содержать информацию о содержании и конкретном объеме действий, выполненных торговой сетью в порядке предоставления поставщику услуги по продвижению его потребительских товаров. Рекомендуется прикладывать к такому отчету фотографии, листовки, брошюры, иные материалы, характеризующие оказанную услугу, если иное не определено в договоре.

Добросовестной является практика согласования и проведения мероприятий по продвижению потребительских товаров, при которой обеспечивается предоставление торговой сетью по письменному запросу поставщика отчета, содержащего подтверждение факта оказания услуг в полном объеме, а также указание на содержание и конкретный объем действий, выполненных торговой сетью для предоставления услуги по продвижению потребительских товаров, в том числе даты начала и завершения срока реализации мероприятий, объемов продаж товара в физическом выражении и цены реализации товара в период проведения данных мероприятий.

19 Практики проведения взаимозачетов

Поставщик и торговая сеть вправе произвести зачет имеющих односторонних встречных требований по заключенным сторонами договорам. Практика отказов одной стороны договора поставки от предложений другой стороны о взаимозачете признаваемых обеими сторонами финансовых требований друг к другу, не обоснованных нормами законодательства, условиями договора поставки или экономическими интересами стороны договора, является недобросовестной.

20 Практики реализации проектов категорийного менеджмента

Стороны вправе вступать в отношения в области категорийного менеджмента как путем заключения договора, так и посредством обмена письмами (в том числе с использованием электронных средств коммуникации). В рамках таких отношений поставщик на основании своих знаний о рынке и потребительских товарах дает торговой сети рекомендации, направленные на повышение качества управления категорией в торговой сети посредством повышения удовлетворенности потребителей, оптимизации ассортимента потребительских товаров в категории, а также общего повышения эффективности деятельности торговой сети. При этом торговая сеть не обязана придерживаться рекомендаций, полученных в ходе консультаций по категорийному менеджменту, а вправе действовать по своему усмотрению, принимая решение об одобрении, выполнении, изменении или отклонении всех или некоторых рекомендаций, полученных в ходе консультаций по категорийному менеджменту, без необходимости давать поставщику какие-либо объяснения или иным образом сообщать ему о своем итоговом решении в отношении данных рекомендаций. Каждая из сторон обязуется не раскрывать третьим лицам без письменного согласия (в том числе с использованием электронных средств коммуникации) другой стороны информацию, переданную друг другу в рамках консультаций по категорийному менеджменту.

21 Практики разрешения споров между торговыми сетями и поставщиками

Все споры, возникающие между торговыми сетями и поставщиками, разрешаются путем переговоров. Споры между сторонами, не урегулированные путем переговоров и касающиеся применения Кодекса добросовестных практик, с согласия сторон спора могут быть рассмотрены Комиссией по применению Кодекса. Добросовестной практикой сторон спора является их согласие на передачу возникшего между ними спора по вопросам применения Кодекса добросовестных практик на рассмотрение Комиссии по применению Кодекса.

УДК 641.5:006.354 ОКС 03.100.20 Т02 ОКСТУ 0131

Ключевые слова: добросовестные практики взаимоотношений торговых сетей и поставщиков, условия договора поставки, качество потребительских товаров, потребители, услуги по продвижению потребительских товаров, товары под собственным товарным знаком, ассортиментная матрица, выбор контрагента, размещение заказа на поставку, приемка товаров, категорийный менеджмент, споры между торговыми сетями и поставщиками

Редактор *П.Б. Шелищ*
Технический редактор *В.Н. Прусакова*
Корректор *Р.А. Ментова*
Компьютерная верстка *Е.Е. Кругова*

Сдано в набор 12.09.2016. Подписано в печать 16.09.2016. Формат 60×84⅛. Гарнитура Ариал.
Усл. печ. л. 2,32. Уч.-изд. л. 2,00. Тираж 28 экз. Зак. 2218.
Подготовлено на основе электронной версии, предоставленной разработчиком стандарта.

Издано и отпечатано во ФГУП «СТАНДАРТИНФОРМ», 123995 Москва, Гранатный пер., 4.
gost.e-ecolog.ru gost.e-ecolog.ru

gost.e-ecolog.ru