

Принципи співпраці Фармацевтичного підрозділу ТОВ «Байєр» з клієнтами

«Байєр» розміщує принципи співпраці з клієнтами, які реалізують продукцію виробництва групи компаній «Байєр», а також визначення умов (критеріїв) для вибору клієнтів, які здійснюють дистрибуцію продукції на території України, з метою забезпечення відповідності співпраці «Байєр» з клієнтами чинному законодавству, а також з метою попередити можливі практики, які потенційно можуть вважатись такими, що завдають шкоди конкуренції.

1. Основні принципи «Байєр»

В усіх господарських операціях «Байєр»:

- a) діє чесно та добросовісно;
- b) прагне до чесної та добросовісної конкуренції між учасниками фармацевтичного ринку України;
- c) здійснює власну господарську діяльність з дотриманням всіх норм законодавства, спрямованого на захист конкуренції та цілісності ринкового середовища;
- d) неухильно дотримується законів України, що захищають ринок і сприяють чесній конкуренції, оскільки здорова ринкова конкуренція призводить до створення продукції вищої якості за нижчою ціною для споживачів.

Умови є єдиними для всіх клієнтів, віднесених до одного і того ж каналу збуту продукції. Умови та вимоги направлені на забезпечення рівних конкурентних можливостей як для існуючих, так і для майбутніх клієнтів.

2. Чому це важливо для «Байєр»?

Конкурентний ринок є взаємовигідним як для виробників, так і для споживачів продукції. Конкурентне законодавство забороняє суб'єктам господарської діяльності брати участь у картелях, бойкотувати контрагентів, витіснити конкурентів з ринку за допомогою недобросовісних методів або вдаватися до іншої недобросовісної ділової практики.

До продукції (передусім, лікарських засобів) висуваються високі регуляторні, технічні вимоги та вимоги щодо якості і безпечності. Отримання кінцевим споживачем високоякісної продукції є надзвичайно важливим для «Байєр». Визначені тут принципи і критерії обґрунтовані високими вимогами щодо якості продукції «Байєр».

3. Основні принципи вибору клієнтів, якими керується «Байєр»

«Байер» визнає принцип свободи підприємницької діяльності та свободи договору, відповідно до яких компанії вільні обирати види та стратегію ведення господарської діяльності, вести переговори та вступати у договірні відносини з будь-якими сторонами, а також визначати умови відповідних договорів.

«Байер» стоїть на принципі неухильного дотримання конкурентного законодавства та уникає практик, що можуть призвести до недопущення, усунення чи обмеження конкуренції або ущемлення інтересів інших учасників фармацевтичного ринку чи споживачів. Певні види поведінки, що формально вважаються обмежувальними, можуть тим не менш бути дозволеними, якщо вони не призводять до негативних наслідків для конкуренції та до зловживань домінуючим становищем на фармацевтичному ринку.

Встановлення об'єктивних якісних вимог до клієнтів зазвичай є обґрунтовано необхідним для забезпечення належної реалізації продукції споживачам. Застосування прозорих, виправданих та об'єктивних якісних вимог до клієнтів не створює ризиків обмеження конкуренції за умови, що такі вимоги застосовуються на об'єктивній, пропорційній та недискримінаційній основі.

4. Види Клієнтів та канали збуту Продукції Фармацевтичного підрозділу

«Байер» здійснює дистрибуцію та розповсюдження Продукції виробництва групи компаній BAYER на території України через наступні канали збуту:

Канали збуту			
№1	№2	№3	№4
Суб'єкти оптової, оптово - роздрібною торгівлі ЛЗ	Суб'єкти роздрібною торгівлі ЛЗ	Недержавні заклади охорони здоров'я (приватні клініки), які не фінансуються за рахунок державного та місцевих бюджетів, основною діяльністю яких є медична практика	Заклади і установи охорони здоров'я, які здійснюють закупівлі лікарських засобів, що повністю або частково фінансуються з державного та місцевих бюджетів

Суб'єкти оптової, оптово - роздрібною торгівлі ЛЗ - дистриб'ютори, які провадять відповідну діяльність щодо дистрибуції (оптової дистрибуції) лікарських засобів та мають ліцензію на оптову, оптово - роздрібну торгівлю ЛЗ.

Суб'єкти роздрібною торгівлі ЛЗ – аптечні мережі/аптеки, які мають ліцензію на роздрібну торгівлю ЛЗ, основним завданням яких є забезпечення населення лікарськими засобами.

5. Критерії вибору Клієнтів, якими керується «Байєр»

Клієнтом вважається компанія, що здійснює закупівлю Продукції виробництва групи компаній BAYER, має високоорганізовану структуру та ліцензію на оптову торгівлю лікарськими засобами (імпорт лікарських засобів) та/або ліцензію на роздрібну торгівлю лікарськими засобами або ліцензію на здійснення медичної практики.

5.1. Під час вибору та роботи з Клієнтами «Байєр» керується наступними принципами:

- A. **Принцип комерційного прибутку.** Вимоги до Клієнтів визначаються з урахуванням того, що при відповідності таким вимогам ефективність реалізації Продукції підвищуватиметься об'єктивно, зокрема, відбуватиметься зменшення будь-яких похідних витрат та збільшуватиметься кількість споживачів, яким буде доступний більший асортимент Продукції.
- B. **Принцип недискримінації.** Вимоги та умови є однаковими до всіх Клієнтів одного каналу збуту. Це стосується як існуючих, так і потенційно Нових клієнтів.
- C. **Принцип ефективності.** Вимоги до Клієнтів спрямовані на постійне удосконалення реалізації Продукції, пошук шляхів оптимізації логістики, зменшення витрат на дистрибуцію.
- D. **Принцип доступності.** «Байєр» як соціально відповідальна Компанія турбується про те, щоб Продукція була доступною для кінцевих споживачів в кожному регіоні України, по всій території України (за винятком зон проведення воєнних (бойових) дій, або які перебувають в тимчасовій окупації, оточенні (блокуванні), перелік яких затверджується Міністерством з питань реінтеграції тимчасово окупованих територій України). Клієнти мають прагнути забезпечити широке охоплення точок реалізації Продукції, таких як: аптеки, приватні клініки, спеціалізовані ЛПУ, страхові компанії тощо з метою попередження дефіциту та забезпечення доступності Продукції для кінцевих споживачів.
- E. **Принцип забезпечення якості.**

Кожний Клієнт відповідного каналу збуту повинен гарантувати, що всі операції щодо Продукції будуть виконані відповідно до чинного законодавства, загальновизнаних фармацевтичних норм, вимог Належної виробничої практики, Належної практики дистриб'юції та Належної практики зберігання, а також вимог місцевих органів влади, Настанов GxP та інших нормативно-правових актів, що підтверджується звітом аудиторів «Байєр» під час проведення кваліфікаційного аудиту.

Клієнт повинен гарантувати дотримання, зокрема, але не обмежуючись:

- a) Чинного Порядку контролю якості лікарських засобів під час оптової та роздрібної торгівлі;
- b) Чинних Ліцензійних умов провадження господарської діяльності з виробництва лікарських засобів, оптової та роздрібної торгівлі лікарськими

засобами, імпорту лікарських засобів (крім активних фармацевтичних інгредієнтів);

- c) Чинної Настанови «Лікарські засоби. Належна практика дистрибуції»;
- d) Закону України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів»;
- e) Інших норм чинного законодавства України.

F. **Принцип фінансової стабільності**. Клієнт відповідного каналу збуту повинен мати високу фінансову дисципліну, бездоганну кредитну історію, фінансову можливість/готовність здійснення закупівель Продукції на умовах попередньої оплати або наявності належних гарантійних забезпечень, наприклад, банківської гарантії, що видана одним з рекомендованих компанією банків-гарантів, можливість/готовність щорічно здійснювати закупівлю Продукції у розмірі не меншому, ніж мінімальний щорічний об'єм, що встановлено у розділі 5.2.

G. **Принцип звітності**. Клієнт відповідного каналу збуту повинен мати технічну можливість надання коректної звітності, а саме інформації в електронному вигляді у встановленому форматі з метою забезпечення виконання принципів «Е» та «F» цього пункту.

H. **Принцип дотримання правил законослухняної поведінки**. Здійснюючи господарську діяльність, Клієнти мають забезпечувати повну відповідність нормам законодавства, включаючи, але не обмежуючись:

- e) норми податкового законодавства, що стосуються реалізації Продукції;
- f) законодавство у сфері боротьби з відмиванням (легалізацією) доходів, отриманих злочинним шляхом;
- g) законодавство у сфері протидії корупції;
- h) законодавство про ціни і ціноутворення на певну групу Товарів;
- i) антимонопольне та конкурентне законодавство;
- j) інші нормативно-правові акти.

У випадку, якщо «Байєр» має обґрунтовані причини вважати, що будь-який із наведених принципів порушено, не виконано, або його дотримання є сумнівним, «Байєр» вправі в односторонньому порядку припинити співпрацю з Клієнтом.

5.2. Клієнти «Байєр» повинні відповідати наступним вимогам:

A. **Довготермінова стратегія присутності на фармацевтичному ринку**. Клієнт відповідного каналу збуту повинен:

- a) Мати оптову (імпорт лікарських засобів) та/або роздрібну ліцензію та провадити активну господарську діяльність з продажу ЛЗ не менше трьох років (для каналів збуту 1 та 2).
- b) Мати щорічний об'єм продажів Продукції «Байєр» не менше ніж 24 000 000 (двадцять чотири мільйони) грн. без ПДВ (канал збуту №1) та не менше ніж

12 000 000 (дванадцять мільйонів) грн. без ПДВ (канал збуту №2) рецептурної групи. Для каналу збуту №2 у разі лише замовлення препарату Айлія® розчин для ін'єкцій, 40мг/мл, по 0,278мл. 18G у фл. №1, річний обсяг закупівлі має складати не менше 240 флаконів. У разі замовлення лише виключно препаратів із переліку виключення, мінімальний річний обсяг відсутній. Для каналу збуту №3 напрямку «Офтальмологія» річні закупівлі мають складати не менше 40 флаконів за рік.

- с) Пройти кваліфікаційний аудит. Загальним завданням цього аудиту є підтвердження відповідності з питань забезпечення якості. Аудит охоплює наступні теми, але не обмежується ними:
- відповідність GxP;
 - ефективність загальної системи якості;
 - кваліфікація приміщень та валідація процесів;
 - виконання операцій;
 - документація;
 - навчання;
 - угоди з субпідрядниками (якщо такі будуть).

Проходження аудиту встановлюється (підтверджується) уповноваженим представником «Байер»;

- d) Забезпечувати ведення акуратного і своєчасного документообігу (в тому числі електронного) та фінансової звітності;
- e) Дотримуватись норм чинного законодавства, в том числі норм конкурентного законодавства, законодавства про ціни та ціноутворення, оптово-відпускних націнок на регульовані лікарські засоби тощо;
- f) Якщо застосовно, транслювати знижки, надані «Байер», при подальшій реалізації Продукції у тому числі до кінцевого споживача. Мати можливість та механізм підтвердити факт транслювання знижки кінцевому споживачу на вимогу «Байер».
- g) Транслювати (застосовувати) знижки, надані «Байер», у разі безпосередньої участі у публічних закупівлях. Мати можливість та механізм підтвердити факт застосування знижки у разі безпосередньої участі у публічних закупівлях на вимогу «Байер»;
- h) Мати можливість власними силами підтвердити та/чи спростувати результати опитування Клієнтів, щорічні рейтинги аналітичних, статистичних досліджень фармацевтичного ринку України або іншу інформацію, наявну з загальнодоступних джерел на вимогу «Байер»;
- i) Повністю розраховатися з «Байер» за поставлений у попередні періоди Товар (застосовно до чинних клієнтів «Байер»).

В. Дотримання умов «Байер» щодо співпраці. Клієнт відповідного каналу збуту повинен:

- а) Використовувати встановлений «Байер» шаблон для здійснення замовлення Товару;

- b) Замовляти лише активний асортимент із переліку, що вказаний у діючій специфікації
- c) Здійснювати самовивіз Товару зі складу «Байер»
- d) Використовувати для транспортування Товару транспортний засіб, що відповідає наступним вимогам:
 - температурні показники транспортного засобу: +15°C - +25°C та +2°C - +8°C у разі необхідності забезпечення холодового ланцюга,
 - транспортний засіб може вмістити палетну конструкцію,
 - тягач та причіп транспортного засобу відповідають таким параметрам:
 - тягач: висота 3900 м, ширина 2400м, довжина 5700 м,
 - причіп: висота 4000 м, ширина 2550м, довжина 13600 м.
- e) Дотримуватись встановленого «Байер» графіку відвантажень Товару;
- f) Здійснювати електронний документообіг через сервіс електронного документообігу «Вчасно»;
- g) Надавати «Байер» доступ до звітності по продажах та залишках Товару «Байер» на щоденній основі.

C. Надання основних корпоративних документів та відомостей щодо фінансової звітності. Клієнт відповідного каналу збуту повинен надати для «Байер»:

- a) Копію виписки з Єдиного державного реєстру юридичних осіб і фізичних осіб-підприємців;
- b) Копію статуту або іншого документа, що підтверджує повноваження особи, яка підписує Договір поставки;
- c) Копію ліцензії на оптову торгівлю лікарськими засобами (імпорт лікарських засобів) та/або роздрібну торгівлю лікарськими засобами або ліцензію на здійснення медичної практики та акредитаційний сертифікат;
- d) Документ, що підтверджує статус платника податку;
- e) Засвідчену належним чином інформацію стосовно кінцевого бенефіціарного (-их) власника (-ів), які свідчили б про те, що Клієнт належним чином створений та існує, отримав та володіє необхідними свідоцтвами та іншими документами, які вимагаються в Україні для здійснення його господарської діяльності, та про те, що до його бенефіціарного (-их) власника (-ів) не застосовані жодні міжнародні санкції
- f) Довідку про вартість чистих активів товариства.
- g) Документи по групі пов'язаних осіб щодо фінансової звітності, а саме форма № 1 «Баланс (Звіт про фінансовий стан)» та форма № 2 «Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)» за три останніх календарних роки та

останній звітний період, а також інформацію щодо наявних банківських гарантій. Виконання Дистриб'ютором зазначених вимог є необхідним для того, щоб «Байєр» міг пересвідчитись у належному фінансовому стані Клієнта, що є необхідним для забезпечення безперервності поставок та стабільної дистрибуції Продукції.

h) Виписку щодо наявних банківських реквізитів.

6. Політика «відкритих дверей» «Байєр»

«Байєр» відкритий до співпраці і готовий продовжувати співпрацювати або розглядати заявки на укладення Договорів поставки з усіма потенційними Клієнтами, за умови відповідності таких Клієнтів умовам, що зазначено в розділі 7.

7. Розгляд звернень потенційних Нових клієнтів

1. Розгляд звернень потенційних Нових клієнтів здійснюється Менеджером по роботі з ключовими клієнтами, Керівником відділу постачання та обслуговування клієнтів та Керівником відділу підтримки бізнесу корпоративної платформи (кредитним менеджером РН і СН) із залученням керівника Фармацевтичного підрозділу.
2. Відповідь потенційному Новому клієнту надається протягом 90 днів з дня надходження звернення до «Байєр» та документів з переліку «5.2. В».
3. У разі відповідності потенційним Новим клієнтом вимогам, що вказано вище, Менеджер по роботі з ключовими клієнтами надсилає потенційному Новому клієнту для укладення із «Байєр» Договір про нерозголошення інформації, що розробляється та надається Юридичним департаментом «Байєр». Після підписання Договору про нерозголошення інформації через сервіс обміну електронними документами Вчасно Менеджер по роботі з ключовими клієнтами надсилає потенційному Новому клієнту специфікацію із цінами на товар «Байєр» для відповідного каналу збуту для прийняття потенційним Новим клієнтом остаточного рішення щодо співпраці з «Байєр».
4. Якщо потенційний Новий клієнт після отримання специфікації із цінами на товар «Байєр» приймає рішення про співпрацю із «Байєр», то «Байєр» надає для укладення потенційному Новому клієнту шаблон Договору поставки.
5. Договір поставки повинен містити положення (пункт) із гарантією Клієнта:
 - щорічно здійснювати закупівлю Продукції «Байєр» у розмірі не меншому, ніж вказано в п. «5.2. В»;
 - у разі невиконання Клієнтом каналів збуту №1 та №2 вимоги щодо щорічного здійснення закупівлі Продукції «Байєр» у розмірі не меншому, ніж вказано в п. «5.2. В», Клієнт зобов'язується сплатити «Байєр» компенсацію (штрафну санкцію), в розмірі 10% від суми неодержаних

грошових коштів за договором (тобто від вартості Продукції «Байер», що не була закуплена Клієнтом для досягнення мінімального щорічного обсягу закупівлі).

Це положення (пункт) розробляється «Байер» та становить невід'ємну частину Договору. Якщо Клієнт відмовляється брати на себе це зобов'язання або вносить зміни до нього, то «Байер» не укладає Договір поставки із таким Клієнтом.

8. Порядок укладення Договорів поставки

- A. З метою забезпечення прозорого та рівного підходу до Клієнтів «Байер» пропонує укладення Договорів поставки на основі одного шаблону. Клієнтам із одного каналу збуту пропонується один стандартний Договір поставки на основі затвердженого «Байер» шаблону. Винятком є канал збуту №4, для якого формат та наповнення Договорів поставки розглядаються індивідуально.
- B. «Байер» прагне до укладення договорів в електронному форматі та просування ідеї електронного документообігу зі всіма клієнтами, всіх каналів збуту. Ідея електронного документообігу та підписання договорів, додатків до договорів, первинних документів тощо повинні пропонуватися всім клієнтам в першу чергу. У такому разі сторони мають укласти угоду про електронний документообіг відповідного корпоративного зразка.
- C. Клієнти мають право пропонувати та вносити зміни в умови Договору поставки у спосіб, передбачений чинним законодавством України, крім пункту Договору із гарантіями Клієнта щодо здійснення щорічної закупівлі Продукції «Байер». Будь-які зміни, щодо яких «Байер» та Клієнт знайшли порозуміння та компроміс, викладаються в «Протоколі узгодження розбіжностей».
- D. Протягом строку дії Договорів поставки, виходячи з комерційної доцільності та/або Комерційних умов, «Байер» може пропонувати всім Клієнтам з одного каналу збуту спеціальні пропозиції стосовно:
 - a) інших умов поставки та/або спеціальних знижок на певну Продукцію;
 - b) інших умов оплати на певну Продукцію;
 - c) зміни ціни на певну Продукцію;
 - d) сформованих комплектів певної Продукції;
 - e) будь-які інші пропозиції, які носять тимчасовий характер та не порушують норм чинного законодавства України.
- E. Такі спеціальні пропозиції (у разі їх прийняття Клієнтом) пропонуються на рівних умовах усім Клієнтам із одного каналу збуту та повинні бути затверджені між «Байер» та Клієнтом у відповідному Додатку до Договору поставки.
- F. Направлення Клієнтам одного каналу збуту проекту Договорів поставки та Додатків до нього, інформації про спеціальні цінові пропозиції, акції тощо здійснюється електронною поштою. При цьому менеджер / старший менеджер по роботі з ключовими клієнтами забезпечує дотримання таких умов:

- a) Всі адреси електронної пошти Клієнтів, вказані ними як контактна електронна пошта, повинні бути належно включені до розсилки та регулярно оновлюватись в разі змін.
- b) Розсилка відбувається з адреси спеціально створеної поштової скриньки для комунікації з Клієнтами. Такі електронні листи направляються відповідальним співробітникам Клієнта (вказаним як контактні особи) та зберігаються щонайменше протягом 4 (чотирьох) років на сервері «Байер».
- c) Всі Клієнти відповідного каналу збуту повинні на рівних умовах вчасно отримувати інформацію про Комерційні умови та зміни до них, умови або зміни до Договору поставки, проведення спеціальних цінових пропозицій, акцій, акційних розпродажів тощо – для забезпечення прозорості та рівного підходу до Клієнтів.
- d) Будь-яка комунікація Клієнтам щодо Комерційних умов і змін до них, умов або змін до Договору поставки, проведення спеціальних цінових пропозицій, акцій, акційних розпродажів тощо, здійснюється лише після прийняття «Байер» відповідного рішення та погодження його компетентними функціями «Байер».
- e) З усіма без винятку Клієнтами, які виявили намір скористатися умовами комерційної пропозиції «Байер», спеціальної цінової пропозиції, акції, розпродажу тощо та відповідають критеріям і умовам відповідної пропозиції, здійснюється підписання відповідного Договору поставки, додатку чи додаткової угоди до Договору поставки. Керуючись принципом свободи договору, укладення Договору поставки (додатку, додаткової угоди до нього) не є обов'язковим для Клієнтів, які у відповідь на пропозицію «Байер» (направлену електронною поштою в порядку, викладеному вище) не виявили наміру скористатися пропозицією «Байер» або залишили її без відповіді.