

Утверждена:

«20» / 12 / 2025 г.



Торговая политика ООО «Композит-Изделия»

«Общие принципы ценообразования и порядок
реализации продукции «вспомогательные
материалы для производства полимерных
композитных материалов»

Москва
2025

1. ВВЕДЕНИЕ

1.1. Торговая политика группы лиц ООО «Композит-Изделия» (далее – Общество) в отношении оптовой реализации вспомогательных материалов для производства полимерных композитных материалов (далее – Продукция) на территории Российской Федерации (далее – Политика) является внутренним локальным документом, устанавливающим ключевые принципы и способы реализации Продукции, порядок заключения договоров, а также информацию о принципах формирования цен на продукцию Общества на территории Российской Федерации.

1.2. В целях надлежащего и недвусмысленного толкования Политики под группой лиц ООО «Композит-Изделия» понимается непосредственно ООО «Композит-Изделия» и общества, входящие в одну группу лиц с ООО «Композит-Изделия» по основаниям, предусмотренным статьей 9 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции».

1.3. Целью настоящей Политики является обеспечение законности и прозрачности деятельности Общества по реализации продукции.

1.4. Настоящая Политика является обязательной для Общества при реализации продукции, за исключением инновационной продукции.

1.5. Настоящая Политика разработана с учетом требований:

- Гражданского кодекса Российской Федерации (ГК РФ);
- Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции»;
- Порядка проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке, утверждённого Приказом ФАС России от 28 апреля 2010 г. N 220.

1.6. Термины и определения:

Вспомогательные материалы для производства полимерных композитных материалов – любые материалы, используемые для производства композитных материалов, но не входящие в конечную продукцию (изделие). К ним относятся, в том числе: вакуумные плёнки, разделительные плёнки, разделительные/жертвенные ткани, проводящий слой (сетки), герметизирующий жгут, дренажно-впитывающий материал ДВМ, липкие ленты, проводящая/спиральная трубка, переходники, порты, разделительные составы, клеи и др.



Рыночный (нерегулируемый) способ поставки – способ поставки продукции на конкурентном рынке, за исключением поставки продукции по государственному оборонному заказу и в иных специально определенных случаях.

Договор поставки, заключенный по итогам торгово-закупочных процедур – это соглашение, заключенное Обществом по результатам конкурентной процедуры закупки в соответствии с условиями, установленными документацией такой конкурентной процедуры закупки и по ценам, которые устанавливаются в результате соответствующей конкурентной процедуры закупки;

Прямой договор поставки – это соглашение с Обществом, заключенное на основании заявки контрагента в соответствии с условиями настоящей Политики вне торгово-закупочных процедур;

Инновационная продукция - новый или усовершенствованный вид продукции, являющийся результатом инновационной деятельности;

Инновационная деятельность - исследовательская и коммерческая деятельность, направленная на создание новой или усовершенствованной продукции, значительно отличающейся от продукции, производившейся ранее и предназначенной для внедрения на рынке.

2. ОБЩИЕ ПРИНЦИПЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ

2.1. Реализация продукции осуществляется в соответствии со следующими принципами:

2.1.1. Определение равнодоступных и недискриминационных условий реализации продукции для всех контрагентов на одном товарном рынке;

2.1.2. Преимущественное удовлетворение потребностей в продукции на внутреннем рынке Российской Федерации;

2.1.3. Единого ценообразования на продукцию с учетом цен, формирующихся на товарном рынке, исходя из свободного спроса и предложения;

2.1.4. Недопустимости необоснованного отказа от заключения договоров с контрагентами при условии наличия возможности производства и поставки продукции.

3. ПРИНЦИПЫ ЦЕНООБРАЗОВАНИЯ НА ПРОДУКЦИЮ



3.1. Договорная цена на продукцию определяется в рамках торгово-закупочных процедур (торгов) на основе спроса и предложения посредством подачи Обществом заявки на участие в торгах и ее последующей конкуренции с заявками других участников.

3.2. Общество определяет цену реализации продукции по прямым договорам на основе спроса, исходя из сложившихся цен на сходную продукцию на конкурентном товарном рынке (сравнимая цена).

3.3. Особенности ценообразования по договорам поставки продукции:

3.3.1. Общество продает продукцию путем направления контрагенту ценового предложения и (или) публикации цены на продукцию на официальном сайте Общества, либо в личном кабинете контрагента;

3.3.2. Ценовое предложение для контрагента на продукцию действует в течение 5 (пяти) рабочих дней с момента его получения контрагентом. Цены, указанные в ценовом предложении, а также иные условия поставки продукции являются предварительными и не рассматриваются как оферта в смысле ст. 435 ГК РФ.

3.4. В Обществе действует Комиссия по контрактному ценообразованию (далее – Комиссия). Комиссия не реже 1 раза в месяц принимает решение по цене на продукцию путем утверждения Прайс-листа на продукцию Общества (далее - Прайс-лист). Прайс-лист является приложением к настоящей Политике.

3.4.1. Прайс-лист может быть скорректирован в случае изменения цен на продукцию на рынке, в том числе в случае изменения экономических условий (изменения курса валюты, роста стоимости материалов, банковских услуг, логистики и др.).

3.4.2. При формировании цен на продукцию Обществом учитываются следующие обстоятельства:

а) фактически сложившиеся цены на рынке Российской Федерации;

б) цены на аналогичную продукцию на организованных и неорганизованных рынках (торгах) в предыдущем периоде (сравнимая цена);

в) существенное изменение курсов иностранных валют (в случае приобретения компонентов, сырья и материалов на зарубежных рынках);

г) существенное изменение на внутреннем рынке РФ стоимости компонентов, сырья и материалов, используемых для производства продукции;

д) иные основания, объективно отражающие изменение рыночной конъюнктуры цен на товарном рынке РФ.

3.5. Допускается установление разных цен на продукцию в рамках одного товарного рынка в случае, если это обусловлено применением скидок и надбавок, предусмотренных настоящей Политикой.

3.6. В целях стимулирования приобретения продукции контрагентам может предоставляться скидка (дисконт). Принципы предоставления скидок и надбавок регулируются настоящей Политикой.

3.7. Скидки и надбавки предоставляются на недискриминационной основе всем контрагентам, выполняющим условия для предоставления скидки или надбавки.

3.7.1. Общество предоставляет скидку контрагенту по одному из следующих оснований:

а) приобретение определенного объема продукции (в стоимостном выражении), установленного в Прайс-листе;

б) документально подтвержденное отклонение продукции от качественных показателей, согласованных сторонами в договоре поставки, или применимых ГОСТах и иных стандартах (технических условиях), используемых Обществом;

в) ухудшение условий поставки по сравнению с первоначально согласованными условиями (увеличение сроков поставки, недопоставка части объема продукции, изменение условий оплаты продукции);

г) предоставление коммерческого предложения на аналогичную продукцию от конкурентов с более низкими ценами.

3.7.2. Предельные размеры скидок утверждаются в прайс-листе и распространяются на всех покупателей при наличии оснований, указанных в п.3.7.1. настоящей Политики.

3.7.3. Общество может применять надбавку к цене продукции по одному из следующих оснований:

а) надбавка в размере стоимости доставки в случае, если доставка продукции осуществляется за счет Общества;

б) поставка продукции в минимальных объемах по просьбе покупателя в качестве образцов продукции.

4. СПОСОБЫ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ

4.1. Общество осуществляет реализацию продукции на рынке на конкурентных условиях в соответствии с законодательством Российской Федерации.

4.2. Уполномоченные лица Общества обязаны учитывать решения Комиссии по ценообразованию при направлении ценовых предложений и заключении договоров.

4.3. Общество осуществляет реализацию продукции с использованием следующих видов договоров:

4.3.1. Договоры поставки, заключенные на основании конкурентных торгово-закупочных процедур, организованных контрагентом (конкурс, аукцион, запрос предложений, запрос цен, простая закупка и др.);

4.3.2. Прямых договоров поставки, заключенных на основании заявок контрагентов.

4.4. Порядок заключения договоров купли-продажи (поставки) по итогам торгово-закупочных процедур (торгов)

4.4.1. Общество заключает договоры купли-продажи (поставки) продукции с контрагентом в рамках торгово-закупочных процедур (торгов), в том числе на электронных торговых площадках, проводимых контрагентом в соответствии с Гражданским кодексом РФ, закупочными политиками контрагента, а также правилами, действующими на электронной торговой площадке.

4.4.2. Начальная цена продукции, порядок заключения, условия договора купли-продажи и его форма определяются заказчиком в соответствии с применимым законодательством, положением о закупках, правилами проведения торгов и нормативными актами организатора торгов.

4.4.3. Договорная цена на продукцию определяется посредством подачи Обществом заявки на участие в торгах и ее последующей конкуренции с заявками других участников.

4.4.4. По результатам торгов договоры купли-продажи продукции заключаются на условиях формы договора, прилагаемой к документации по торгам, размещенной на электронной торговой площадке.

4.4.5. Общество вправе отказаться от заключения договора на поставку продукции, а также от участия в конкурентных торговых процедурах, а также в заключении договора либо в его изменении, дополнении, а также отказаться от участия в торгово-закупочных процедурах при наличии следующих условий:

а) непокрытия (неуплаты) в срок задолженности за предыдущие поставки по уже выполненным полностью или частично договорам (просроченная по сроку задолженность);

б) не выборке (несвоевременной выборке) продукции без уважительных причин по заключенному договору;

в) нанесении ущерба Обществу при выполнении предыдущих договоров или вне их;

г) отклонение от условий коммерческого предложения, сделанного Обществом.

4.5. Порядок заключения прямых договоров купли-продажи (поставки)

4.5.1. Прямые договоры поставки с контрагентами заключаются по мере рассмотрения поступающих от них предложений (заявок) при наличии свободных объемов продукции, экономической или технологической возможности поставки в требуемые сроки.

4.5.2. Любое юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, заинтересованный в приобретении продукции, может стать контрагентом Общества при подаче соответствующей заявки.

4.5.3. Контрагент может направить заявку одним из следующих способов: по электронной почте, почтовым отправлением в адрес Общества или менеджера по продажам, запросом через интерфейс на сайте Общества.

4.5.4. Подписанную заявку вместе с электронными образами документов, подтверждающих соответствие установленным политикой требованиям, контрагент направляет по адресу приема электронной почты: info@cp-vm.ru или почтовым отправлением по действительному адресу приема почтовой корреспонденции Общества, или по действительному адресу электронной почты менеджера Общества, ответственного за заключение договора купли-продажи.

4.5.5. В случае наличия в документах, предоставленных контрагентом, неточных или неполных сведений, Общество в срок, не превышающий 10 рабочих дней с даты получения документов от контрагента, направляет контрагенту мотивированный запрос о предоставлении уточняющей информации по каналу связи, выбранному контрагентом при отправке заявки.

4.5.6. По результатам рассмотрения заявки и проверки контрагента Общество принимает одно из следующих решений:

а) о заключении договора с контрагентом;

б) о мотивированном отказе от заключения договора с контрагентом.

4.5.7. Прямые договоры могут также заключаться на основе следующих действий:

- а) продление договора на новый срок;
- б) на основании предоплаты по счету;
- г) присоединение к договору стандартной формы;
- д) совершение иных конклюдентных действий сторон, позволяющих зафиксировать волю контрагента на заключение договора на определенных условиях (переписка, подписание протокола, оплата счета и др.).

4.5.8. По желанию контрагента договор прямой поставки может заключаться на основе типового договора.

4.5.9. Мотивированным отказом от заключения договора и/или от поставки продукции является отказ по следующим основаниям:

- а) неисполнение обязательства по оплате ранее поставленной контрагенту продукции в соответствии с условиями действующего договора;
- б) непредоставление контрагентом запрошенных документов в течение 5 рабочих дней с момента получения запроса в соответствии с пунктом 4.5.6 настоящей Политики;
- в) в иных случаях, прямо предусмотренных федеральными законами, нормативными правовыми актами или судебными актами.

4.5.10. В случаях продажи продукции на сумму менее 2 (Двух) миллионов рублей, договор поставки может заключаться конклюдентными действиями сторон, позволяющими зафиксировать существенные условия договорных обязательств (заявка, интернет-переписка, счет, оплата счета и др.).

4.6. Порядок исполнения договоров поставки продукции

4.6.1. Базовые условия поставки продукции по прямому договору поставки:

- а) 100% предварительная оплата продукции;
- б) отгрузка продукции контрагенту со склада Общества;
- в) срок поставки продукции в пределах 70 календарных дней (за исключением специальной продукции).

4.6.2. Общество может потребовать от контрагента гарантий заключения договора или исполнения обязательства по договору прямой поставки (гарантийные письма и др.).



4.6.3 В целях развития технологических компетенций клиентов и обеспечения технологического суверенитета Российской Федерации Общество может по запросу контрагента оказывать поддержку по отдельным вопросам применения продукции с учетом индивидуальных особенностей технологических процессов контрагента, а также в целях эффективного продвижения продукции на рынке (программа сервисов, сбор и анализ обратной связи от контрагентов и др.).

5. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ

5.1. Настоящая Политика вводится в действие на основании приказа Общества. Приказ Общества должен предусматривать переходный период, в течение которого Общество должно привести в соответствие с Торговой политикой локальные нормативные акты для полного исполнения Политики. Переходный период не может превышать 60 дней с даты приказа Общества о введении Политики в действие.

5.2. Общество вправе изменить Политику по согласованию с ФАС России. Изменения вносятся на основании приказа лица, осуществляющего полномочия единоличного исполнительного органа Общества. Политика должна предусматривать переходный период, в течение которого применяется прежняя редакция Политики, и такой переходный период должен составлять от 30 до 60 дней.

5.3. Текст изменений или новая редакция Политики публикуются на официальном сайте Общества (<https://cp-vm.ru>) в режиме публичного доступа.

Приложение: Прайс-лист на продукцию ООО «Композит-Изделия» на 5-и л.