

УТВЕРЖДАЮ  
Генеральный директор  
АО «Концерн «Калашников»

*В.Г. Дистурев*  
*«22» ноября 2018*

Торгово-сбытовая политика группы компаний АО «Концерн «Калашников» по  
оптовой реализации гражданского оружия  
и конструктивно сходных с оружием изделий

2018 год

## **Введение**

Успешность предпринимательской деятельности Группы компаний АО «Концерн «Калашников» зависит наряду с производством качественной и востребованной продукции от грамотного построения системы продаж, продвижения и реализации товаров.

В этой связи группа компаний АО «Концерн «Калашников» развивает сбытовую сеть на территории России и предлагает выгодные условия для дальнейшего сотрудничества с дилерами и иными заинтересованными покупателями.

Настоящая Торгово-сбытовая политика разработана и принята в целях формирования прозрачных условий реализации продукции группы компаний АО «Концерн «Калашников». Торгово-сбытовая политика устанавливает единообразный подход к формированию условий сотрудничества со всеми категориями покупателей продукции на рынке, создает прозрачный механизм, обеспечивающий недискриминационные условия доступа к приобретению продукции группы компаний АО «Концерн «Калашников», не нарушающий условия конкурентной среды на товарном рынке оптовой реализации гражданского оружия и конструктивно сходных с оружием изделий.

Закрепленный механизм реализации Товара АО «Концерн «Калашников», АО «Ижевский механический завод» в рамках принятой Торгово-сбытовой политики позволит обеспечить группе компаний АО «Концерн «Калашников» достижение стратегических целей предпринимательской деятельности с учетом требований Федерального закона № 135-ФЗ «О защите конкуренции» от 26.07.2006 года с изменениями, внесенными на дату принятия настоящей Торгово-сбытовой политики.

Настоящая Торгово-сбытовая политика разработана также с учетом требований:

- Гражданского кодекса Российской Федерации;
- Федерального закона от 13.12.1996 г. № 150-ФЗ «Об оружии»;
- Внутренних положений и регламентов Поставщика;
- Других нормативно-правовых актов.

Настоящая Торгово-сбытовая политика утверждена 22.11.2018 года и введена в действие с 23.11.2018 года.

Торгово-сбытовая политика является публичным документом и предоставляется для ознакомления третьим лицам, заинтересованным в приобретении Товара. Настоящая Торгово-сбытовая политика для удобства ознакомления размещена на официальном сайте [www.kalashnikovkoncern.ru](http://www.kalashnikovkoncern.ru), [www.baikalinc.ru](http://www.baikalinc.ru).

## **1. Термины, определения и сокращения**

**Поставщик** - АО «Концерн «Калашников», АО «Ижевский механический завод», а также иные лица, входящие в группу лиц с АО «Концерн «Калашников», действующие по поручению и в интересах АО «Концерн «Калашников».

**Товар** – гражданское оружие и конструктивно сходные с оружием изделия.

**Гамма 1** – Товары, производимые АО «Ижевский механический завод».

**Гамма 2** – Товары, производимые АО «Концерн «Калашников».

**Торговый дом** – общество с ограниченной ответственностью «Русское Стрелковое Оружие» ОГРН 1145012002552, ИНН 5012083843, заключившее договор поставки Товаров Гамма 1 с АО «Ижевский механический завод» и договор поставки Товаров Гамма 2 с АО «Концерн «Калашников», являющееся единственным Торговым домом производителей, определяющее совместно с Поставщиком сбытовую политику АО «Ижевский механический завод» и АО «Концерн «Калашников» и осуществляющее реализацию Товара на территории Российской Федерации иным покупателям.

**Дилер** – лицо, имеющее лицензию на право торговли Товаром, соответствующее требованиям, предъявляемым к категории «Дилер» в рамках настоящей ТСП, и заключившее с Торговым домом договор поставки Товара.

**Бренд-зона** – юридическое лицо, соответствующее требованиям, предъявляемым к категории «Бренд-зона» в рамках настоящей ТСП, и заключившее с Торговым домом договор поставки Товара.

**Ассоциированный партнер** – юридическое лицо, соответствующее требованиям, предъявляемым к категории «Ассоциированный партнер» в рамках настоящей ТСП, и заключившее с Торговым домом договор поставки Товара.

**Покупатель** – юридическое лицо, приобретающее Товар или имеющее намерение приобрести Товар и соответствующее требованиям, предъявляемым к категории «Покупатель» в рамках настоящей ТСП.

**Торгово-сбытовая политика** – настоящая торговая политика Поставщика в отношении продаж Товара на внутреннем рынке Российской Федерации, согласованная с Федеральной антимонопольной службой Российской Федерации (далее – ТСП).

**Прайс-лист** - документ с перечнем всех производимых моделей и модификаций Товара с указанием отпускных цен.

**Отпускная цена на Товар** – цена Товара согласно прайс-листу Поставщика, утверждённому в установленном Поставщиком порядке.

**Конечная цена Товара** – цена, рассчитанная согласно порядку предоставления скидок ТСП по продажам Товара, устанавливаемая Торговым домом.

**Розничная цена** – цена Товара, реализуемого Дилером/Ассоциированным партнером/Бренд-зоной/Покупателем конечному потребителю.

**Период поставки** – календарный месяц. Началом периода поставки считается первое число календарного месяца. Окончанием периода поставки считается последнее число календарного месяца.

## **2. Область применения ТСП и механизм реализации Товара**

2.1. Целью применения настоящей ТСП является расширение рынка сбыта Товара, планирование продаж и получение прибыли за счет взаимодействия с существующими покупателями и выявления новых потребителей на территории Российской Федерации.

2.2. Основной задачей ТСП является установление прозрачных недискриминационных условий продаж Товара на внутреннем рынке Российской Федерации.

2.3. Настоящая ТСП определяет принципы реализации Товара Поставщика; содержит сведения о механизме реализации Товара, порядке заключения договоров поставки Товара, порядке формирования и объявления цен, о порядке и условиях предоставления скидок на Товар, об организации и планировании поставки Товара.

2.4. Оптовая реализация Товара Поставщика на внутреннем рынке Российской Федерации осуществляется исключительно Торговым домом Поставщика в соответствии с условиями и в порядке, предусмотренном настоящей ТСП, на основании заключенных договоров поставки между Поставщиком и Торговым домом в отношении Товаров Гамма 1 и Гамма 2. Поставщик не осуществляет самостоятельную оптовую реализацию произведенного Товара.

2.5. Поставщик совместно с Торговым домом определяют политику по сбыту Товара на территории Российской Федерации. Торговый дом реализует политику путем взаимодействия с иными покупателями Товара. Основным принципом проводимой политики является принцип честных и прозрачных партнерских отношений.

2.6. Приобретение Товара возможно посредством обращения к Торговому дому и заключения с ним соответствующего договора поставки Товара Гамма 1 и/или Гамма 2.

2.7. Настоящая ТСП предусматривает наличие четырех категорий покупателей Товара (далее - контрагенты) у Торгового дома в зависимости от объема закупок Товара и иных показателей, установленных ТСП:

- **Дилер;**
- **Бренд-зона;**
- **Ассоциированный партнер;**
- **Покупатель.**

2.8. Отнесение контрагента к одной из перечисленных в п. 2.7 ТСП категорий осуществляется на основании критериев, установленных настоящей ТСП и при соблюдении требований, указанных в **Приложении № 1** к настоящей ТСП («Категории контрагентов»).

2.9. Решение об отнесении контрагента к категории принимается Торговым домом на основании заявки на заключение договора поставки в порядке, предусмотренном Разделом 5 настоящей ТСП («Порядок заключения договора поставки Товара с действующими и новыми контрагентами»).

2.10. Торговый дом обязуется не создавать дискриминационные условия сотрудничества для контрагентов на всех этапах сотрудничества, включая условия поставок, при выстраивании отношений и предложении условий сотрудничества опирается на критерии разумности и экономической целесообразности, а также взаимной заинтересованности сторон в достижении оптимальных результатов, не налагает на приобретателей Товаров необоснованных ограничений.

2.11. Контрагент каждой категории вправе рассчитывать на единообразный подход к условиям сотрудничества в рамках своей категории, применяемый Торговым домом при реализации Товара Поставщика.

### **3. Формирование цены на Товар**

3.1. Процедура определения Отпускных цен на Товар Поставщиком включает в себя следующие этапы:

- Расчет прямых затрат.
- Расчет полной себестоимости.
- Расчет уровня рентабельности по проекту цен и/или по полной себестоимости, представление рекомендаций и предложений.
- Расчет ценового позиционирования в сравнении с конкурентами
- Принятие окончательного решения по ценам.
- Формирование прайс-листа.

3.2. Отпускные цены на Товар утверждаются в установленном Поставщиком порядке и размещаются в свободном доступе на сайте в сети «Интернет» [www.kalashnikovkoncern.ru.](http://www.kalashnikovkoncern.ru), [www.baikalinc.ru.](http://www.baikalinc.ru)

3.3. Конечная цена на Товар, по которой Товар приобретается контрагентом, формируется Торговым домом на основании Отпускных цен на Товар, установленных Поставщиком, и скидки на Товар, предоставленной контрагенту каждой категории в порядке и на условиях, предусмотренных настоящей ТСП.

#### **4. Размер и порядок предоставления скидок на Товар**

4.1. Размер и порядок предоставления скидок устанавливается в зависимости от объема Товаров, приобретенных у Торгового дома за расчетный период (квартал), и иных условий, установленных настоящей ТСП.

4.2. Размер скидки устанавливается Торговым домом для каждого контрагента отдельно в следующем порядке.

4.3. Размер предоставления скидки Дилерам определяется в следующем порядке:

4.3.1. Контрагенты категории «**Дилер**» вправе рассчитывать на следующие условия формирования и предоставления скидок на Товар:

- **Постоянная часть** скидки - **8,0%**. Указанная скидка предоставляется Дилеру при условии приобретения Дилером у Торгового дома Товара Гамма 1 на сумму не менее 22 500 000 рублей с учетом НДС и Товара Гамма 2 на сумму не менее 15 000 000 рублей с учетом НДС в течение квартала (трех месяцев);
- **Переменная часть** скидки применяется дополнительно к постоянной части скидки и предоставляется Торговым домом Дилеру в случаях дополнительной ежемесячной закупки в течение квартала (трех месяцев):
  - **1 %** при условии дополнительной закупки Товаров Гамма 1 на сумму не менее 4 500 000 рублей с учетом НДС и дополнительной закупки Товаров Гамма 2 на сумму не менее 2 000 000 рублей с учетом НДС;
  - **2%** при условии дополнительной закупки Товаров Гамма 1 на сумму не менее 9 000 000 рублей с учетом НДС и дополнительной закупки Товаров Гамма 2 на сумму не менее 4 000 000 рублей с учетом НДС;
  - **3%** при условии дополнительной закупки Товаров Гамма 1 на сумму не менее 13 500 000 рублей с учетом НДС и дополнительной закупки Товаров Гамма 2 на сумму не менее 6 000 000 рублей с учетом НДС.
  - **4%** при условии дополнительной закупки Товаров Гамма 1 на сумму не менее 18 000 000 рублей с учетом НДС и дополнительной закупки Товаров Гамма 2 на сумму не менее 8 000 000 рублей с учетом НДС.
  - **5%** при условии дополнительной закупки Товаров Гамма 1 на сумму не менее 22 500 000 рублей с учетом НДС и дополнительной закупки Товаров Гамма 2 на сумму не менее 10 000 000 рублей с учетом НДС.

4.3.2 Любая Дилер вправе также рассчитывать на предоставление дополнительного бонуса за выполнение операционных показателей. Размер и условия предоставления бонусов определяются решением Торгового дома. Торговый дом заранее определяет условия предоставления дополнительного бонуса (операционные показатели) и размер дополнительного бонуса, и оповещает каждого дилера по электронной почте. Участие и неучастие в бонусной программе определяется каждым Дилером самостоятельно

4.3.3 Предоставленная Дилеру на следующий квартал скидка уменьшается в следующих случаях:

- На **1 %** при несоблюдении Дилером обязанности по предоставлению Торговому дому регулярной отчетности по продажам и остаткам Товара;
- На **1 %** при невыполнении Дилером обязанности по выполнению ежемесячного объема закупки Товара у Торгового дома хотя бы в одном месяце квартала;
- На **1 %** в случае одностороннего изменения Дилером согласованного с Торговым домом перечня Товаров в спецификации более чем на 10%, менее чем за 60 календарных дней до начала периода поставки.

4.4. Размер предоставления скидки Бренд-зонам определяется в следующем порядке:

4.4.1. Контрагенты категории «**Бренд-зона**» вправе рассчитывать на следующие условия формирования и предоставления скидок на Товар:

- **Постоянная часть** скидки - **5,0%**. Указанная скидка предоставляется Бренд-зоне при условии приобретения Бренд-зоной у Торгового дома Товара Гамма 1 на сумму не менее 1 200 000 рублей с учетом НДС и Товара Гамма 2 на сумму не менее 900 000 рублей с учетом НДС в течение квартала;
- **Переменная часть** скидки применяется дополнительно к постоянной части скидки и предоставляется Торговым домом Бренд-зоне в следующих случаях и размерах:
  - **1 %** при условии розничных продаж Товаров Гамма 1 закупленных у Торгового Дома на сумму не менее 1 600 000 рублей с учетом НДС и розничных продаж Товаров Гамма 2 закупленных у Торгового Дома на сумму не менее 1 200 000 рублей с учетом НДС за квартал;

- **2%** при условии розничных продаж Товаров Гамма 1 закупленных у Торгового Дома на сумму не менее 2 000 000 рублей с учетом НДС и розничных продаж Товаров Гамма 2 закупленных у Торгового Дома на сумму не менее 1 500 000 рублей с учетом НДС за квартал;
- **3%** при условии розничных продаж Товаров Гамма 1 закупленных у Торгового Дома на сумму не менее 2 400 000 рублей с учетом НДС и розничных продаж Товаров Гамма 2 закупленных у Торгового Дома на сумму не менее 1 800 000 рублей с учетом НДС за квартал;
- **1,5%** при наличии у Бренд-зоны сервисной мастерской и персонала для ремонта и сервисного обслуживания Товара, приобретенного потребителями, а также при предоставлении регулярной отчетности по работе сервисной мастерской.

4.4.2. Предоставленная Бренд-зоне на следующий квартал скидка уменьшается в следующих случаях:

- На **2 %** при несоблюдении Бренд-зоной обязанности по предоставлению Торговому дому регулярной отчетности по продажам и остаткам Товара.

4.5. Размер предоставления скидки Ассоциированным партнерам определяется в следующем порядке:

4.5.1. Контрагенты категории **«Ассоциированный партнер»** вправе рассчитывать на следующие условия формирования и предоставления скидок на Товар:

- **Постоянная часть** скидки - **2,0%**. Указанная скидка предоставляется Ассоциированному партнеру при условии приобретения Ассоциированным партнером у Торгового дома Товаров Гамма 1 и Гамма 2 на сумму не менее 300 000 рублей с учетом НДС в течение квартала (трех месяцев);
- **Переменная часть** скидки применяется дополнительно к постоянной части скидки и предоставляется Торговым домом Ассоциированному партнеру в следующих случаях и размерах:
  - **1 %** при условии розничных продаж Товаров Гамма 1 и Товаров Гамма 2 закупленных у Торгового Дома на сумму не менее 600 000 рублей с учетом НДС за квартал.

4.5.2. Предоставленная Ассоциированному партнеру на следующий квартал скидка уменьшается на **2%** при несоблюдении Ассоциированным партнером



обязанности по предоставлению Торговому дому регулярной отчетности по продажам и остаткам Товара на складе.

4.6. Контрагентам категории «**Покупатель**» скидки не предоставляются.

4.7. Скидки Дилерам предоставляются в следующем порядке:

4.7.1. В первый после заключения договора квартал – на основании предполагаемого ежеквартального объема продаж в соответствии со спецификацией к заключенному договору поставки. В случае невыборки согласованного объема за квартал Дилер выплачивает штраф в размере разницы между первично предоставленной скидкой и скидкой, предоставляемой на фактически отгруженный объем Товара.

4.7.2. В последующие периоды поставки – на основании стоимости фактического объема Товара с НДС, отгруженного Дилеру за предыдущий квартал, в рамках заключенного договора поставки.

4.8. Расчёт скидок контрагентов производится ежеквартально в течение первых 5 рабочих дней нового квартала исходя из отчетов контрагентов и результатов прошлого квартала на основании стоимости фактического объема Товара с НДС, отгруженного в предыдущий квартал.

4.9. За несоблюдение сроков оплаты Товара, установленных в разделе 6 настоящей ТСП, скидка сокращается на 2% в следующем квартале.

4.10. Суммарная скидка не снижается Торговым домом при несоблюдении условий спецификации (невыборка товара, предусмотренного к поставке согласно спецификации) по вине Торгового дома (отсутствие товара на складе Торгового дома).

4.11. Изменение коммерческих условий сотрудничества для каждой категории контрагентов Товара может осуществляться Торговым домом не чаще 1 раза в квартал.

О планируемых изменениях коммерческих условий и Отпускных цен на Товар Торговый дом обязан сообщить контрагентам письменно в срок за 45 календарных дней до дня планируемого изменения.

4.12. На элитный высокохудожественный Товар, новые виды Товара, а также позиции, согласно утвержденному приказом генерального директора «Перечня изделий, на которые не применяется скидка», действие вышеуказанной системы скидок не распространяется.

4.13. В исключительных случаях контрагентам могут предоставляться скидки, не предусмотренные ТСП. Обязательным условием предоставления такой скидки является наличие экономического, технологического и иного обоснования

предоставления скидки в соответствии с Федеральным законом от 26.07.2006 г. № 135-ФЗ «О защите конкуренции».

## **5. Порядок заключения договора поставки Товара с действующими и новыми контрагентами**

5.1. Для заключения договора поставки Товара Дилер направляет Торговому дому заявку на заключение договора поставки на фирменном бланке и годовую спецификацию с разбивкой по кварталам и календарным месяцам на адрес электронной почты [sales@kalashnikovconcern.ru](mailto:sales@kalashnikovconcern.ru). Заявки начинают приниматься Торговым домом в период с 01 ноября по 20 ноября года, предшествующего году, на который планируется заключить договор поставки.

5.2. В период с 21 ноября по 1 декабря года, предшествующего году, на который планируется заключить договор поставки, Торговый дом направляет Дилеру для подписания проект договора поставки.

5.3. Для заключения договора поставки контрагентам категорий Бренд-Зона, Ассоциированный Партнер и Покупатель необходимо отправить заявку на заключение договора поставки на адрес электронной почты [sales@kalashnikovconcern.ru](mailto:sales@kalashnikovconcern.ru).

Решение о сотрудничестве и присвоении категории Дилер/Бренд-зона/Ассоциированный партнер/Покупатель производится Торговым домом на основании заявки на заключение договора поставки Товара с учетом производственных возможностей Поставщика, Плана производства Поставщика и наличием Товара на складе Торгового дома.

5.4. Контрагент с заявками на заключение договора предоставляет Торговому дому учредительные документы и в случае приобретения лицензируемых товаров разрешительные документы, выданные уполномоченными органами, на приобретение лицензируемых товаров.

Контрагенты категории Бренд-зона и Ассоциированный партнер дополнительно предоставляют гарантийное письмо на фирменном бланке о соблюдении операционных стандартов в сроки, предусмотренные п. 5.8 ТСП.

5.5. Указанные в пункте 5.4 документы для категории Дилер рассматриваются Торговым домом в сроки, предусмотренные п. 5.2 ТСП, для остальных контрагентов - в течение 10 рабочих дней с момента поступления полного пакета документов. По итогам рассмотрения Торговым домом принимается решение об отнесении контрагента к категории Дилер/Бренд-зона/Ассоциированный партнер/Покупатель либо об отклонении предложения с указанием подробных причин и оснований такого отказа.

5.6. Контрагенту может быть отказано в заключение договора поставки товара в случае:

- несоответствия контрагента требованиям, предъявляемым к организации, осуществляющей торговлю оружием, в частности, отсутствие лицензий на приобретение оружия и/ или на осуществление деятельности по реализации Товара;
- непредоставление документов, указанных п. 5.1, 5.4 ТСП;
- отсутствие возможности производства и поставки Товара по заявке контрагента;
- иные экономически и/или технологически обоснованные причины отказа, о которых Торговый дом письменно уведомляет контрагента.

5.7. Если принимается решение о соответствии контрагента требованиям категории Дилер/Бренд-Зона/Ассоциированный Партнер или Покупатель, с контрагентом заключается договор поставки на условиях, соответствующих присвоенной категории согласно ТСП.

5.8. После подписания договора контрагенту категории Бренд-Зона дается 3 месяца, а контрагенту категории Ассоциированный Партнер 1 месяц на выполнение обязательных операционных стандартов и организации места осуществления продаж в соответствии с Приложением №1.

5.9. Торговый дом на основании всех полученных от Дилеров заявок и планируемого объема продаж Бренд-Зон/Ассоциированных Партнеров и Покупателей составляет предварительный план продаж на год по контрагентам.

5.10. Спецификации Товаров согласуются с Дилерами ежемесячно за три месяца до месяца планируемой поставки товара. Состав спецификации Товара определяется Торговым домом исходя из доступности Товаров к поставке.

5.11. Договор поставки между контрагентами и Торговым домом заключается на срок:

Категория «Дилер» - 1 год;

Категория «Ассоциированный партнер» - 2 года;

Категория «Бренд-зона» - 2 года;

Категория «Покупатель» - 1 год.

## **6. Порядок расчётов за Товар**

6.1. Расчеты за поставляемый Товар производятся путем перечисления контрагентом денежных средств на расчетный счет Торгового дома.

6.2. Торговый дом контрагенту категории Дилер до 25 числа до начала периода поставки выставляет счёт на оплату на сумму согласованного в спецификации месячного объёма Товара с применением скидки.

6.3. Контрагент категории Дилер осуществляет предварительную оплату Товара с обязательным подтверждением факта оплаты копией платежного поручения в следующем порядке:

- оплата в размере 50 % (пятидесяти процентов) общей стоимости Товара, указанной в счете на оплату, до последнего числа месяца, предшествующего периоду поставки.

- оплата в размере 50 % (пятидесяти процентов) общей стоимости Товара, указанной в счете на оплату, до 15-го числа текущего месяца.

6.4. Оплата Товара контрагентами категории Покупатель осуществляется на условиях 100% предоплаты общей стоимости Товара, указанной в счете на оплату.

6.5. Оплата Товара контрагентами категории Бренд-зона/Ассоциированный партнер производится в течение 30 (Тридцать) календарных дней с момента поставки Товара.

В случае нарушения Бренд-зоной/Ассоциированным партнером порядка оплаты, поставка Товара возможна только при условии 100% (сто процентной) предоплаты.

6.6. Перечисление денежных средств контрагентами без выставления Торговым домом счета, а также отсутствие в платежных документах ссылки на номер договора и номер счета, является ненадлежащим исполнением контрагентами обязательств по оплате.

6.7. Датой оплаты контрагентами Товара считается дата зачисления денежных средств на расчетный счет Торгового дома.

6.8. Если у контрагента на момент осуществления предоплаты имеется задолженность перед Торговым домом по данному договору поставки, платеж погашает имеющуюся задолженность контрагента, если иное не согласовано сторонами.

6.9. Стороны обязаны не реже 1 раза в год производить сверку взаимных расчетов. Акт сверки составляется любой из сторон и направляется другой стороне для рассмотрения. Если акт по истечении 30 (тридцати) календарных дней с момента его получения не направлен другой стороне в подписанном виде или с разногласиями, то сальдо, указанное в акте, считается подтвержденным, а акт согласованным.

## **7. Организация поставки Товара**

7.1. Поставка Товара осуществляется самовывозом в месте нахождения Торгового дома.

## **8. Права и обязанности Торгового дома**

8.1 Торговый дом обязуется:

- 8.1.1. Реализовывать единую для всех категорий контрагентов политику по реализации Товара в соответствии с данной ТСП;
- 8.1.2. Отгружать Товар в согласованном ассортименте и количестве, согласно договорам и спецификациям по согласованным ценам;
- 8.1.3. Предоставлять контрагентам исчерпывающую информацию о Товаре (коммерческую, рекламную и техническую);
- 8.1.4. Проводить консультации о технических особенностях Товара и информировать контрагентов о выходе нового Товара;
- 8.1.5. Уведомлять контрагентов об изменении характеристик Товара или цен не позднее, чем за 45 календарных дней до внесения соответствующих изменений;
- 8.1.6. Проводить полный комплекс рекламных и маркетинговых мероприятий, способствующих увеличению объемов реализации Товара.

## **9. Порядок внесения изменений и дополнений**

- 9.1. ТСП утверждается уполномоченным лицом в соответствии с учредительными и внутренними документами Поставщика и размещается на сайте Поставщика в сети «Интернет»: [www.kalashnikovkoncern.ru](http://www.kalashnikovkoncern.ru) , [www.baikalinc.ru](http://www.baikalinc.ru).
- 9.2. Изменения (дополнения) в ТСП вносятся по решению уполномоченного лица в соответствии с учредительными и внутренними документами Поставщика и согласуются с Федеральной антимонопольной службой России.

## **10. Список приложений к ТСП**

**Приложение 1 «Категории контрагентов»**

**Приложение № 1**  
**к Торгово-сбытовой политике группы компаний АО «Концерн**  
**«Калашников»**  
**«Категории контрагентов»**

В рамках настоящей ТСП Торговый дом осуществляет построение сбытовой сети путем взаимодействия со следующими категориями контрагентов Товара Поставщика:

- Категория «Дилер»
- Категория «Ассоциированный партнер»
- Категория «Бренд-зона»
- Категория «Покупатель»

Настоящее Приложение устанавливает критерии отнесения контрагента к одной из указанных выше категорий. Решение об отнесении контрагента к одной из указанных категорий принимается Торговым домом.

**1. Категория «Дилер»**

- 1.1. К категории «Дилер» относится контрагент, обладающей лицензией на торговлю оружием и осуществляющий закупку Товара у Торгового дома на условиях, определенных ТСП.

**2. Категория «Ассоциированный партнер»**

- 2.1. К категории «Ассоциированный партнер» относится контрагент, осуществляющий закупку Товара у Торгового дома, соответствующий установленным ТСП и настоящим Приложением обязательным операционным стандартам и стандартам осуществления деятельности, предъявляемым к Ассоциированным партнерам.

- 2.2. К Ассоциированному партнеру предъявляются требования по выполнению следующих обязательных операционных стандартов Ассоциированного партнера:

- наполнение витрин POS материалами в месте осуществления продаж Товара;
- обязательное наличие товара на экспозиции согласно приложениям к договору поставки;
- ведение клиентской базы покупателей Товаров с соблюдением требований законодательства о защите персональных данных;
- предоставление регулярного отчета клиентской активности Торговому дому;
- наличие сайта в сети интернет, поддерживающего web аналитику по продажам Товара;

- предоставление Торговому дому регулярного отчета по продажам Товара покупателям и остаткам Товара на складе.
- Поддержание уровня удовлетворенности клиентов не ниже целевого.

2.3. Дополнительно к выполнению операционных стандартов к Ассоциированному партнеру предъявляются следующие требования к организации места осуществления продаж:

- В месте осуществления продаж Ассоциированным партнером необходимо обеспечить наличие:
  - брендинг витрин в количестве не менее 2 штук;
  - консоли с промо-материалами (каталоги Товаров, флаеры, листовки);
  - плакатов с изображением Товаров;
  - *по усмотрению Ассоциированного партнера*: наличие стола для демонстрации оружия; стойки с фирменной одеждой и аксессуарами;
- Наличие уличной вывески, позволяющей потребителю идентифицировать Ассоциированного партнера, осуществляющую продажу Товара.

### **3. Категория «Бренд-зона»**

3.1. К категории «Бренд-зона» относится контрагент, осуществляющий реализацию оружия посредством торговли в специально созданной зоне сбыта (магазин) и осуществляющий закупку Товара у Торгового дома на следующих условиях, определенных ТСП.

3.2. К Бренд-зоне предъявляются требования по выполнению следующих обязательных операционных стандартов:

- наличие сайта в сети интернет, поддерживающего web аналитику по продажам Товара;
- обязательное наличие товара на экспозиции согласно приложениям к договору поставки;
- наполнение витрин POS материалами в месте осуществления продаж Товара бренд-зоной;
- ведение клиентской базы покупателей Товаров с соблюдением норма законодательства о защите персональных данных;
- предоставление Торговому дому регулярного отчета клиентской активности;
- предоставление Торговому дому регулярного отчета по продажам Товара покупателям и остаткам Товара на складе.
- Поддержание уровня удовлетворенности клиента не ниже целевого.

3.3. Дополнительно к выполнению операционных стандартов к Бренд-зоне предъявляются следующие требования к организации места осуществления продаж:

- Площадь Бренд-зоны внутри магазина должна составлять не менее 30 квадратных метров;
- В месте осуществления продаж Бренд-зоной необходимо обеспечить наличие:
  - фирменных витрин в количестве не менее 4 штук;
  - прилавка с аксессуарами и сопутствующими товарами;
  - стола для демонстрации оружия;
  - консоли с промо-материалами (каталоги Товаров, флаеры, листовки)
  - стойка с фирменной одеждой
- Наличие уличной вывески, позволяющей потребителю идентифицировать Бренд-зону, осуществляющую продажу Товара.

#### **4. Категория «Покупатель»**

4.1. К категории «Покупатель» относится покупатель Товара, обладающей лицензией на приобретение или торговлю оружием, осуществляющий закупку Товара у Торгового дома на условиях, определенных ТСП.