

**ПОЛИТИКА  
ВЫБОРА ПОСТАВЩИКОВ  
МЕТРО**

**Москва, 2020г.**

## **1. ВВЕДЕНИЕ**

Компания «МЕТРО Кэш энд Керри» (далее «МЕТРО») является независимым подразделением крупнейшего международного оператора розничной и мелкооптовой торговли МЕТРО АГ, в который также входят гипермаркеты Real.

МЕТРО работает в формате оптового торгового центра (cash&carry), целевыми клиентами которого являются профессиональные покупатели – юридические лица и индивидуальные предприниматели – приобретающие товары для дальнейшего использования в своей профессиональной деятельности. Клиентская база торговых центров МЕТРО насчитывает более пяти миллионов клиентов.

Товары могут закупаться не только крупным оптом, но и небольшими партиями, что позволяет мелким предпринимателям приобретать широкий ассортимент товаров при малых объемах закупки. Ассортимент стандартного торгового центра МЕТРО представлен более чем 35 000 наименований продовольственных и непродовольственных товаров для удовлетворения потребностей всех групп клиентов.

МЕТРО стремится к установлению прочных и взаимовыгодных отношений со своими поставщиками, так как они являются гарантией качественного и эффективного обслуживания клиентов.

В своей деятельности МЕТРО руководствуется законодательством РФ, полностью соблюдая его положения, исходя из единого подхода к заключению договоров и дальнейшему сотрудничеству, прикладывая максимальные усилия к построению взаимовыгодных партнерских отношений со всеми поставщиками.

Настоящая политика выбора поставщиков МЕТРО (далее – Политика) содержит цели, задачи, принципы и иные положения (правила, ограничения, приоритеты), регулирующие методологию выбора поставщиков товаров и порядок заключения с ними договоров поставки.

Цели настоящей Политики:

- осуществление МЕТРО закупок с оптимальным уровнем эффективности и качества;
- минимизация возможных расходов и рисков;
- соблюдение действующего законодательства и общепринятых деловых практик;
- обеспечение справедливости и недопущение дискриминации при выборе поставщиков;
- взаимовыгодное сотрудничество с контрагентами;
- обеспечения покупателей широким ассортиментом качественных товаров по разумным ценам.

Принципы настоящей Политики:

- **прозрачность** – доступность информации о порядке отбора поставщиков METRO всем заинтересованным лицам;
- **отсутствие дискриминации (справедливость)** – условия, а также критерии и порядок отбора поставщиков товаров являются одинаковыми для всех, устанавливаются заранее и четко регламентируются;
- **осмотрительность** – проверка поставщиков с целью проявления разумности и осмотрительности при выборе контрагента;
- **эффективность** – выбор поставщиков на условиях оптимального соотношения цены и качества поставляемых товаров;
- **приоритетность прямых поставок** - осуществление закупок по прямым договорам с производителями без участия экономически необоснованных посредников.

## **2. СОТРУДНИЧЕСТВО С ПОСТАВЩИКАМИ**

Контакт с потенциальным поставщиком, ранее не осуществлявшим поставки в METRO, происходит одним из двух способов:

2.1. Контакт со стороны поставщика: обращение поставщика в METRO с коммерческим предложением.

### **ВАЖНАЯ ИНФОРМАЦИЯ:**

**ВСЕ КОММЕРЧЕСКИЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ ПОСТАВЩИКОВ ДОЛЖНЫ НАПРАВЛЯТЬСЯ ЧЕРЕЗ САЙТ КОМПАНИИ [WWW.METRO-CC.RU](http://WWW.METRO-CC.RU) ПУТЕМ ЗАПОЛНЕНИЯ [ОНЛАЙН ФОРМЫ](#) В РАЗДЕЛЕ [КАК СТАТЬ ПОСТАВЩИКОМ METRO](#).**

**Просим принять во внимание, что предложения о сотрудничестве, направленные по адресам электронной почты, по месту нахождения центрального офиса METRO или в торговые центры METRO, РАССМОТРЕНИЮ НЕ ПОДЛЕЖАТ.**

**В онлайн форме необходимо заполнить все пункты, отмеченные (\*) звездочкой.**

METRO изучает коммерческое предложение поставщика с точки зрения:

- 3.1.1. ассортимента;
- 3.1.2. предлагаемых цен;
- 3.1.3. возможных объемов и частоты поставок;
- 3.1.4. логистики.

2.1.1. Оценка предлагаемого ассортимента происходит следующим образом:

- соответствие предлагаемого товара ассортименту, реализуемому METRO и наличие возможности продавать данный товар в Торговых центрах;
- определение круга клиентов, на которых ориентирован тот или иной ассортимент и определение, кем из клиентов он будет наиболее востребован;
- структура ассортимента, наличие сезонного товара;
- презентабельный и аккуратный внешний вид, и вкусовые качества (для продуктов питания);

- базовый ассортимент (какие из поставляемых поставщиком артикулов должны присутствовать на постоянной основе).

При этом раз в 6-12 месяцев в зависимости от категории МЕТРО вправе пересматривать ассортимент и по итогам осуществлять его возможную корректировку. Пересмотр осуществляется по следующим критериям:

- оценка прибыльности;
- опрос клиентов для оценки заинтересованности в товаре;
- создание товаром добавленных продаж.

Также возможен пересмотр ассортимента в случае прекращения сотрудничества с действующим поставщиком МЕТРО в связи с ненадлежащим исполнением таким поставщиком своих обязательств по договору поставки товаров (включая, но не ограничиваясь: неоднократное нарушение сроков и объемов поставок, несоответствие товаров требованиям действующего законодательства, нарушение прав третьих лиц на объекты интеллектуальной собственности и др.).

2.1.2. МЕТРО оценивает, насколько предлагаемые потенциальным поставщиком цены соответствуют среднерыночным, а также насколько оно заинтересовано в приобретении товаров по предлагаемой цене.

2.1.3. МЕТРО оценивает, насколько заинтересованы будут клиенты при поставках товара в предлагаемых объемах и частотой.

2.1.4. МЕТРО оценивает, насколько у потенциального поставщика развита логистика, и какую часть транспортные расходы составляют в цене товара, а также возможность поставщика осуществлять поставки в Торговые центры МЕТРО в запрашиваемом объеме.

2.2. Контакт со стороны МЕТРО: МЕТРО ищет поставщика конкретного товара, способного осуществлять поставки товара в конкретный регион / регионы. Такая ситуация происходит, когда:

- МЕТРО открывает новый Торговый центр;
- данный вид товара не представлен в Торговом центре;
- на рынке сформировалась потребность в новых товарах;
- по тем или иным причинам прекращается сотрудничество с поставщиком аналогичного товара.

МЕТРО, оценивая свои потребности и потребности своих клиентов, самостоятельно осуществляет поиск потенциальных поставщиков, поставляющих необходимый товар. При этом критерии начальной оценки соответствуют описанным в п. 2.1.1.

В случае, если по итогам анализа коммерческого предложения поставщика МЕТРО принимает решение о возможности сотрудничества, оно сообщает поставщику о принятом решении, а также передает для ознакомления пакет документов, содержащих информацию о дальнейших этапах заключения договора поставки и начале работы.

### **3. ПАКЕТ ДОКУМЕНТОВ И ПЕРЕЧЕНЬ ТРЕБОВАНИЙ ДЛЯ ПОСТАВЩИКОВ**

После того, как обе стороны выразили взаимную заинтересованность, МЕТРО направляет поставщику следующий пакет документов:

- 3.1. Проект договора поставки с приложениями;
- 3.2. Руководство для поставщиков;

### 3.3. Анкета для деловых партнеров.

Указанные документы доступны на сайте МЕТРО: <https://www.metro-cc.ru/sotrudnichestvo/postavschikam/dokumenty-dlya-postavshchikov>

#### **3.1. Проект договора поставки содержит такие основные положения, как:**

- Предмет договора;
- Порядок поставки (порядок оформления заказа, его содержание; условия доставки, порядок и сроки приемки товара по количеству и качеству, разгрузка на рампу Торгового центра или Распределительного центра; переход права собственности; требования покупателя к сопроводительной документации; и иные вопросы, связанные с поставкой и приемкой товара);
- Порядок выставления счетов-фактур, проведения сверки взаиморасчетов, цена и порядок расчетов;
- Порядок изменения, расторжения и прекращения договора поставки;
- Форс-мажор;
- Интеллектуальная собственность. Права третьих лиц;
- Антикоррупционные положения;
- Санкции. Применимое право и арбитраж;
- Прочие положения;
- Реквизиты сторон.

При несогласии с какими-либо положениями проекта договора поставщик передает МЕТРО свои предложения по внесению изменений, которые рассматриваются различными отделами (отделом закупок, юридическим, финансовым, налоговым, отделом продаж и т.д.) и, при возможности их принятия стороны предварительно согласовывают условия и при достижении согласия подписывают протокол разногласий к договору в форме дополнительного соглашения к договору поставки. В случае несогласованности существенных хотя бы для одной из сторон условий, договор не считается заключенным.

#### **3.2. Руководство для поставщиков содержит в себе следующую информацию:**

- Принципы организации закупочной деятельности МЕТРО;
- Описание документооборота, существующего в МЕТРО;
- Порядок ввода новых позиций в ассортимент, изменение прейскуранта;
- Требования к упаковке и маркировке товара (многие товары должны быть упакованы в «метро-единицы» - упаковку, состоящую из одинаковых упаковочных единиц или неупакованной штучной продукции, скрепленных с помощью упаковочных или обвязочных материалов);
- Порядок поставки и приемки товара;
- Требования к сопроводительным документам;
- Требования, предъявляемые к производству, хранению, транспортировке товаров поставщика со стороны отдела Обеспечения качества МЕТРО;
- Требования по качеству товара;
- Иную информацию, необходимую поставщику.

**3.3. Анкета для деловых партнеров МЕТРО устанавливает и поддерживает деловые взаимоотношения только с квалифицированными, надежными и честными поставщиками. Для выполнения этого обязательства перед закреплением взаимоотношений МЕТРО проводит обоснованные мероприятия по оценке квалификации, надежности и честности каждого поставщика.**

В частности, каждый поставщик обязан заполнить Анкету для Деловых партнеров МЕТРО, в которой наряду с иной информацией указывает учредителей / акционеров юридического лица, предоставляет информацию, признавался ли поставщик / его владелец или руководитель виновным по делам о коррупции, подкупе, мошенничестве, умышленному банкротству, нарушению антимонопольного законодательства; обозначает, возможно ли возникновение конфликта интересов, который может повлиять на деловые отношения.

### **3.4. Перечень учредительных и финансовых документов, предоставляемых поставщиком.**

К нему относятся заверенные нотариально либо представителем поставщика копии следующих документов:

1. Устава, Свидетельства о внесении записи в ЕГРЮЛ, Свидетельства о постановке на налоговый учет, Информационного письма из Госкомстата об учете в ЕГРПО (для юридических лиц);
2. Положения о создании филиала, Протокола собрания акционеров/ участников об учреждении филиала; Свидетельства о внесении изменений в ЕГРЮЛ в связи с созданием филиала (для филиалов юридических лиц);
3. Документа, подтверждающего полномочия лица, подписывающего договор/приложения к нему (доверенность либо протокол/решение об избрании/ назначении);
4. Документа, удостоверяющего личность, Свидетельства о внесении записи в ЕГРИП, Свидетельства о регистрации в налоговом органе и присвоении ИНН (для индивидуальных предпринимателей);
5. Последнего баланса с отметкой налогового органа о приеме;
6. Первой страницы декларации по НДС за последний налоговый период с отметкой налогового органа о принятии (кроме лиц, которые не платят НДС — работающих по упрощенной схеме налогообложения и ЕНВД).

К комплекту документов прикладывается заполненная карточка поставщика по установленной форме (см. Руководство для поставщиков). При смене указанных в карточке поставщика данных необходимо предоставлять новую карточку поставщика.

Вышеуказанные документы необходимы для целей проверки добросовестности контрагента и полномочий его представителя.

При этом МЕТРО гарантирует полную конфиденциальность полученной информации.

### **3.5. Проверка поставщиков в рамках проявления должной осмотрительности.**

В целях проявления должной осмотрительности и во исполнение Постановления Пленума ВАС РФ от 12 октября 2006 г. N 53 «Об оценке арбитражными судами обоснованности получения налогоплательщиком налоговой выгоды», все поставщики проходят оценку внутренними службами Компании.

## **Определение видов рисков для МЕТРО**

1. **Финансовый риск** – риск невыполнения поставщиком финансовых обязательств по условиям договора, риск банкротства контрагента до окончания срока действия договора

2. **Репутационный риск** – риск, при котором сотрудничество с поставщиком влечёт за собой появление в СМИ компрометирующей информации о МЕТРО
3. **Риск потери контракта** – риск невыполнения поставщиком условий по договору, риск расторжения контракта до момента его выполнения в полном объеме, риск мошенничества в отношении МЕТРО.
4. **Риск несоответствия корпоративным требованиям МЕТРО** - риск прямого участия в деятельности контрагента сотрудника поставщика, явное (родственное) пересечение с действующими сотрудниками МЕТРО, риск возникновения конфликта интересов, риск возникновения коррупционных действий в отношении / со стороны сотрудников МЕТРО, оказание любого вида давления или понуждения к заключению договора.

#### **4. МЕРОПРИЯТИЯ ПО ОБЕСПЕЧЕНИЮ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ, ЗАКУПАЕМОЙ МЕТРО<sup>1</sup>**

МЕТРО ставит перед собой целью поставлять своим клиентам товары высшего качества, произведенные, хранящиеся и транспортированные в соответствии с требованиями законодательства и внутренних стандартов обеспечения качества и безопасности. В связи с этим к товарам поставщика предъявляются высокие требования.

При определении мероприятий по контролю перед поставками и при реализации продукции в торговых центрах, применяется риск-ориентированный подход. Данный подход, основанный на оценке факторов, имеющих влияние как на здоровье конечных потребителей, так и бизнес, и репутацию МЕТРО, положен в основу матрицы анализа и управления рисками.

Для подтверждения соответствия продукции поставщика требованиям законодательства могут проводиться аудиты условий производства продукции/ складов, лабораторные испытания товаров, проверка документации по качеству и безопасности, проверка маркировки.

В отделе по обеспечению качества анализируются результаты аудита, результаты испытаний продукции, согласовывается план корректирующих действий предприятия – поставщика, проверяется документация в области качества и безопасности, маркировка, после чего принимается решение о допуске поставщика к осуществлению поставок продукции в торговые центры МЕТРО.

Поставщики, не прошедшие хотя бы один вид испытаний, аудит условий производства, имеют право на повторные испытания, повторный аудит, в случае проведения корректирующих действий, согласованных и утвержденных отделом по обеспечению качества.

##### **1. Поставщики товаров под собственной торговой маркой МЕТРО (СТМ)**

Поставщики продовольственных товаров под СТМ (собственных торговых марок МЕТРО) перед началом поставок предоставляют результаты аудита условий производства на соответствие требованиям чек-листа MAS Food (METRO assessment service) перед

---

<sup>1</sup> Все указанные в настоящем разделе внутренние документы МЕТРО предоставляются по требованию поставщика применительно к конкретному виду поставляемой продукции.

заведением артикулов СТМ, а также проходят аудит условий производства ежегодно, либо предоставляют действующий GFSI-сертификат, действие которого распространяется на поставляемый под СТМ ассортимент.

Поставщики непродовольственных товаров в процессе поставок предоставляют результаты аудита условий производства на соответствие требований чек-листа MAS HPC (Human Personal Care) или MAS Non Food с периодичностью не реже, чем 1 раз в 3 года.

В случае необходимости предусматривается внеплановый аудит условий производства или технический визит на производство поставщика.

Перед заведением ассортимента СТМ поставщик предоставляет в отдел по обеспечения качества:

- Заверенные Технические требования к качеству и безопасности продукта (requirement profile),
- Протокол испытаний продукции на соответствие требованиям законодательства РФ и ТС, а также требованиям, указанных в согласованном requirement profile, проведенных испытательными лабораториями, аккредитованными на соответствие ГОСТ ИСО/МЭК 17025-2009. Протокол испытаний должен быть выпущен не ранее 3 (трех) месяцев до даты его представления в отдел по обеспечению качества МЕТРО.
- Копию документа, подтверждающего соответствие выпускаемой продукции требованиям законодательства (декларация о соответствии/ сертификат соответствия/ свидетельство о гос.регистрации продукции).
- Нормативно-технический документ (ТУ, ОСТ, СТО), по которому выпускается продукция в части характеристик продукта, методов испытаний, условий хранения и сроков годности и другой технической информации.
- Экспертное заключение по подтверждению установленных сроков годности (если применимо)
- Макет (шаблон маркировки) и цвет пробу этикетки с информацией для потребителя в соответствии с требованиями законодательства РФ и ТС
- Спецификацию на каждый артикул товара

## **2. Поставщики продукции высокой и сверхвысокой степени риска**

Поставщики скоропортящейся продукции, такой как:

- Охлажденное, замороженное мяса, мяса птицы, субпродукты, полуфабрикаты.
- Рыбная продукция и продукция из морепродуктов
- Молочная продукция
- Салаты и кулинарные изделия, готовые к употреблению
- Свежие кремовые торты и пирожные,
- Свежие фрукты-овощи, салаты, в том числе нарезанные, чищенные,
- Продукция, используемая в производственных цехах торговых центров

предоставляют результаты аудита условий производства на соответствие требованиям чек-листа MAS, а также проходят аудит условий производства ежегодно, либо предоставляют действующий GFSI-сертификат, который должен охватывать поставляемый ассортимент.

Поставщик перед поставкой должен предоставить:

- документ, подтверждающий соответствие продукции требованиям законодательства РФ в части качества и безопасности.



- этикетку/маркировку продукции, соответствующую требованиям Технических регламентов для согласования

На продукцию могут быть запрошены дополнительные документы, подтверждающие качество, безопасность и легальность продукции.

Каждый поставщик имеет возможность осуществить контроль маркировки и сопроводительных документов с использованием «Шаблона требований к информации для потребителя, транспортной таре, сопроводительным документам», которые направляются поставщику до начала поставок продукции.

### **Импортные товары**

Принимая во внимание законодательно предусмотренное право таможенных органов в течение трех лет с даты ввоза товара на территорию Российской Федерации осуществлять таможенный контроль находящихся в обращении импортных товаров, поставщики должны организовать и осуществлять хранение сертификатов мест происхождения товаров, поставляемых в МЕТРО (как в отношении групп товаров, попавших в список запрещенных, так и в отношении иных продовольственных товаров, ввезенных на территорию Российской Федерации и/или Таможенного союза), для целей подтверждения легальности оборота данных товаров. В случае получения от МЕТРО запроса на предоставление сертификатов мест происхождения поставленных товаров необходимо оперативное предоставление запрашиваемых документов.

В случае если последующая проверка поставленного товара таможенными органами выявит недостатки документов по вине поставщика, несоответствие между сертификатом страны происхождения товара и фактическим местом происхождения товара, что повлечет возникновение у МЕТРО убытков, компания оставляет за собой право обратиться в суд за их компенсацией.

### **3. Дополнительные требования контролирующих органов к обороту реализуемой продукции**

Согласно ТР ТС 021/2011 О безопасности пищевой продукции статья 5. п.3. Пищевая продукция, находящаяся в обращении, в том числе продовольственное (пищевое) сырье, должна сопровождаться товаросопроводительной документацией, обеспечивающей прослеживаемость (\*) данной продукции.

При проверках продукции в торговых центрах сотрудники надзорных органов запрашивают документы, подтверждающие всю цепочку поставки продукции - от изготовителя до торгового центра.

При поступлении запроса, поставщик должен предоставить все товарные накладные, подтверждающие перемещение продукции от завода-изготовителя, и далее по цепочке (*например*, ТН от изготовителя на склад временного хранения, далее - ТН дистрибьютору, далее ТН на распределительный центр МЕТРО или в ТЦ МЕТРО).

**(\*) Прослеживаемость пищевой продукции** – возможность документарно (на бумажных и (или) электронных носителях) установить изготовителя и последующих собственников находящейся в обращении пищевой продукции, кроме конечного потребителя, а также место происхождения (производства, изготовления) пищевой продукции и (или) продовольственного (пищевого) сырья. (ТР ТС 021/2011 Статья 4. Определения).