

Приложение № 4 К Коммерческой (Торговой) политике ООО «Астеллас Фарма Продакшен» (далее - «Приложение» и «Политика» соответственно)	Appendix No. 4 To Commercial (Trade) Policy of Astellas Pharma Production LLC (hereinafter - "Appendix" and "Policy" respectively)
ПРОЦЕДУРА ПО ВЫБОРУ ДИСТРИБЬЮТОРОВ КЛЮЧЕВЫХ ПРОДУКТОВ «КСТАНДИ», «КСОСПАТА»	DISTRIBUTOR'S SELECTION PROCESS FOR THE KEY PRODUCTS "XTANDI", "XOSPATA"
ПРЕАМБУЛА	RECITALS
Настоящий документ является предложением делать оферты на заключение договора по приобретению Продукции (как это определено ниже). Данный документ не является конкурсной документацией в значении, определенном в статье 447 Гражданского кодекса Российской Федерации. Процедура, предусмотренная в настоящем документе, не является формой заключения договора на торгах. Предоставление каких – либо документов во исполнение процедуры, описанной в настоящем документе, не является офертой третьих лиц на заключение договора с Компанией и не создает у Компании обязанности по заключению соответствующего договора. Процедура является дополнением к Коммерческой политике Компании.	This document constitutes a proposal to make offers to conclude a Product Purchase Agreement (as defined below). This document does not constitute a tender document within the meaning of Article 447 of the Civil Code of the Russian Federation. The procedure set out herein does not constitute a form of contract bidding. The provision of any documents pursuant to the procedure described herein does not constitute an offer by any third party to enter into a contract with the Company and does not create an obligation for the Company to enter into the relevant contract. The Procedure is an Appendix to the Company's Commercial Policy.
РАЗДЕЛ I – ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ	SECTION 1 – GENERAL PROVISIONS
СТАТЬЯ 1 – ОПРЕДЕЛЕНИЯ.	ARTICLE 1 - DEFINITIONS
Ключевая продукция- лекарственные препараты, зарегистрированные под торговыми наименованиями: «Кстанди» МНН Энзалутамид (все дозировки) (далее «Ключевой продукт Кстанди»), «Ксоспата» МНН Гилтеритиниб (все дозировки) (далее «Ключевой продукт Ксоспата»), имеющие долю более 60% в портфеле продуктов Компании. Дистрибьюторы Ключевой продукции – юридические лица, приобретающие Ключевую продукцию у Компании в целях ее дальнейшего распространения на территории Российской Федерации оптовыми и/или мелкооптовыми партиями и прошедшие процедуру отбора в соответствии с Процедурой и Коммерческой политикой Компании, и, соответственно, получившие статус Дистрибьютора Ключевой продукции. Коммерческая политика Компании – означает локальный акт Компании, описывающий порядок взаимодействия с Дистрибьюторами, осуществляющими закупки любой продукции Компании или подавшими заявку на заключение договора поставки, а также коммерческие условия Компании. Процедура - означает настоящее Приложение к Коммерческой политике Компании, содержащее описание процесса выбора Дистрибьютора(-ов) для реализации Ключевой продукции на территории Российской Федерации.	Key Products – medicines for human usage registered under trade name “Xtandi” INN “Enzalutamide” (all dosages) hereinafter “Key Product Xtandi”, “Xospataa” INN Gilteritinib all dosage, hereinafter “Key Product Xospataa” having total more than 60% volume in Company’ assortment. Key Product Distributors – legal entities which purchase Key Products from the Company for the purpose of further distribution in the Russian Federation in wholesale and/or small wholesale lots and which have passed the selection procedure in accordance with the Procedure and the Company's Commercial Policy and, accordingly, have been granted the status of a Key Product Distributor. Company's Commercial Policy –the Company's local act describing the procedure for dealing with Distributors purchasing any Company product or applying for a supply contract, and the Company's commercial terms and conditions. Procedure – this Appendix to the Company's Commercial Policy which describes the process for selecting Distributor(s) to sell the Key Products in the Russian Federation.

Закон о защите конкуренции - Федеральный закон от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», в редакции, действующей на момент принятия Процедуры. Вторичный канал сбыта (вторичный дистрибьютор) – означает хозяйствующих субъектов, которым Дистрибьютор (-ы) Ключевой продукции поставляют Ключевую продукцию после ее приобретения у Компании для последующей реализации такими хозяйствующими субъектами. Отчетный период – в качестве первого отчетного периода для работы новой модели Компания признает период с «01» июля 2022 г. по 31 марта 2023 г., далее – период с 01 апреля календарного года по 31 марта следующего календарного года («финансовый год»).	Competition Protection Law – Federal Law No. 135-FZ dated 26.07.2006 "On Protection of Competition", as amended at the time of approval of the Procedure. Secondary Distribution Channel (Secondary Distributor) –business entities to which the Key Product Distributor(s) supply the Key Products after its purchase from the Company for subsequent sale by such business entities. Reporting Period - as the first reporting period for the new model, the Company recognizes the period from July 01, 2022 to March 31, 2023, then the period from April 01 of a calendar year to March 31 of the next calendar year ("Financial Year").
СТАТЬЯ 2 – ЦЕЛИ И ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ. Процедура является документом, регулирующим принципы деятельности Компании с целью создания максимально понятных, обоснованных и прозрачных общих условий реализации Ключевой продукции и недопущения дискриминации на рынке Ключевой продукции. Процедура составляет неотъемлемую часть Коммерческой политики Компании. Задачи введения Процедуры, следующие: • закрепление основных требований к дистрибуции Ключевой продукции на территории Российской Федерации; и • формализация недискриминационного подхода Компании к отбору Дистрибьюторов Ключевой продукции.	ARTICLE 2 – OBJECTIVES AND SCOPE The Procedure is a document governing the principles of the Company's activities in order to create the clearest, most reasonable and transparent overall conditions for the sale of Key Products and to avoid discrimination in the Key product market. The Procedure is an integral part of the Company's Commercial Policy. The objectives for the introduction of the Procedure are as follows: • consolidation of the basic requirements for the distribution of the Key Products in the Russian Federation; and • formalization of the Company's non-discriminatory approach to the selection of Key Product Distributors.
СТАТЬЯ 3 – ПОРЯДОК ПРИНЯТИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ ПРОЦЕДУРЫ ОТБОРА. Процедура является внутренним документом Компании, действие которого распространяется на работников Компании, прямо или косвенно вовлечённых во вступление/продление договорных отношений с Дистрибьютором (-ами) Ключевой продукции. В случае противоречия положений Процедуры положениям иных документов, используемых Компанией, положения Процедуры имеют приоритет в части описания конкретных критериев, используемых для отбора Дистрибьютора (-ов) Ключевой продукции, и процедуры проведения отбора. В других документах требования, предъявляемые к Дистрибьюторам Ключевой продукции, могут быть сформулированы в более общем виде и/или могут отражать особенности договора поставки в части Ключевой продукции (включая заверения и гарантии), что может быть оправдано целями создания таких иных документов. Однако, как указано выше, сама процедура отбора Дистрибьютора Ключевой продукции должна проводиться в соответствии с критериями, изложенными в Процедуре.	ARTICLE 3 – PROCEDURE OF THE SELECTION PROCESS ACCEPTANCE AND CHANGES The Procedure is an internal document of the Company which shall be applicable to employees of the Company who are directly or indirectly involved in entering into/renewing a contractual relationship with the Key Product Distributor(s). In case the provisions of the Procedure conflict with the provisions of other documents used by the Company, the provisions of the Procedure shall prevail in terms of describing the specific criteria used to select the Key Product Distributor(s) and the selection procedure. Other documents may set out the requirements for Key Product Distributors in more general terms and/or may reflect the specifics of the supply contract in relation to the Key Products (including representations and warranties) as may be justified by the purpose of drafting such other documents. However, as stated above, the Key Product Distributor selection procedure itself shall be conducted in accordance with the criteria set out in the Procedure.

РАЗДЕЛ II – ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ВЫБРАННОЙ МОДЕЛИ ДИСТРИБЬЮЦИИ КЛЮЧЕВОЙ ПРОДУКЦИИ	SECTION II – ECONOMIC JUSTIFICATION OF THE CHOSEN KEY PRODUCTS DISTRIBUTION MODEL
СТАТЬЯ 4 – ОПИСАНИЕ СПЕЦИФИКИ КЛЮЧЕВОЙ ПРОДУКЦИИ.	ARTICLE 4 – KEY PRODUCTS DESCRIPTION
Ключевая продукция представляет собой группу онкологических препаратов для лечения рака предстательной железы (Кстанди), а также монотерапии рецидивирующего или рефрактерного острого миелолейкоза (ОМЛ) у взрослых пациентов с мутацией в гене FLT3 (Ксоспата). Компания реализует Ключевую продукцию в адрес оптовых покупателей, которые осуществляют ее последующую перепродажу. Ключевая продукция, в первую очередь, реализуется в адрес медицинских организаций и лечебных учреждений, в том числе, посредством конкурентных способов определения поставщиков, предусмотренных Федеральным законом «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд». В целях обеспечения гарантированной доступности Ключевой продукции при осуществлении государственных закупок с учетом обязательств Компании перед заводами- производителями Ключевой продукции, связанных, с одной стороны, с необходимостью обеспечения их загруженности посредством выполнения требований к производству минимальной партии Ключевой продукции, производимой на заводе, и, с другой стороны, с требованием не превышать соответствующие объемы во избежание дополнительной нагрузки на заводы в ущерб другим территориальным рынкам, а также, избегать дополнительных расходов заводов- производителей по увеличению количества персонала и мощностей для дополнительного производства, Компания полагает экономически разумным и обоснованным привлечение ограниченного круга Дистрибьюторов для обеспечения необходимых объемов закупки Ключевой продукции во избежание рисков дефектуры и не исполнения обязательств перед государственными/муниципальными заказчиками. Данный подход обусловлен необходимостью существенных финансовых вложений со стороны Дистрибьюторов Ключевой продукции при реализации Ключевой продукции, поскольку требует выполнения гарантированного объема закупки. В то же время, Компания получит стабильный объем сбыта Ключевой продукции, соответствующий тому, который запланирован для реализации на территории Российской Федерации в Отчетный период, что приведёт к стабильности на рынке государственных закупок, являющемся приоритетным для Ключевой продукции.	The Key Products are a group of oncology drugs for the treatment of prostate cancer (Xtandi) and monotherapy of relapsed or refractory acute myeloleukemia (AML) in adult patients with a mutation in the FLT3 gene (Xospataa). The Company sells Key Products to wholesalers for subsequent resale. The Key Products are primarily sold to medical organizations and healthcare institutions, including through tender methods for determining suppliers provided for by the Federal Law "On the Contract System for Procurement of Goods, Work and Services for State and Municipal Needs". In order to ensure the guaranteed availability of Key Products in government procurement, taking into account the Company's obligations to Key Product manufacturing plants relating to, on the one hand, the need to ensure their workload by meeting the minimum lot production requirements for Key Products manufactured in the plant, and, on the other hand, with the requirement not to exceed the relevant volumes to avoid additional burden on factories to the detriment of other territorial markets, and to avoid additional costs to manufacturing plants to increase the number of personnel and capacity for additional production, the Company considers it economically prudent and reasonable to engage a limited number of Distributors to provide the necessary volume of Key Product procurement in order to avoid risks of defectiveness and default to state/municipal customers. This approach is driven by the need for substantial financial investment on the part of Key Product Distributors when selling Key Products, since it requires fulfillment of a guaranteed purchase volume. At the same time, the Company expects to have a stable sales volume of the Key Products in line with that expected to be sold in the Russian Federation during the Reporting Period, resulting in stability in the government procurement market, which is a priority for the Key Products.
СТАТЬЯ 5 – ОПИСАНИЕ ВЫБРАННОЙ МОДЕЛИ ДИСТРИБЬЮЦИИ.	ARTICLE 5 – DESCRIPTION OF THE CHOSEN DISTRIBUTION MODEL
Вводя Процедуру, Компания руководствуется следующими экономическими целями:	The Company is guided by the following economic objectives by implementing the Procedure:

-обеспечить наличие Ключевой продукции, доступной для реализации в рамках государственных закупок в Отчетном периоде, который прогнозируется на основе данных о бюджете, выделяемом на закупку данной группы лекарственных средств, - обеспечить стабильный объем сбыта Ключевой продукции; При этом Компания никаким образом не стремится ограничить конкуренцию между Дистрибьюторами Ключевой продукции, а также доступ кандидатов к Процедуре отбора на роль Дистрибьютора Ключевой продукции. Процедура предоставляет всем лицам, обладающим необходимым опытом и ресурсами, равные возможности по направлению своих коммерческих предложений. Лица, предложившие наилучшие условия по критериям, описанным в Разделе III Процедуры, берут на себя обязательства по выкупу объема Ключевой продукции, предполагаемой к поставке на территории Российской Федерации в определенный временной период (Отчетный период, устанавливаемый Компанией). Учитывая цели выбранной модели дистрибьюции, наиболее эффективное распространение Ключевой продукции может быть достигнуто при условии определения в качестве Дистрибьюторов Ключевой продукции лиц, которые наилучшим образом отвечают критериям, указанным в Разделе III Процедуры, в случае, если ограниченный круг Дистрибьюторов Ключевой продукции будет способен взять на себя обязательства по закупке необходимого объема Ключевой продукции.	- provide the Key Products available for public procurement in the Reporting Period, which is expected on the basis of the budget allocated to the procurement of this group of medicines, - ensure a stable volume of sales of Key Products; However, the Company does not in any way seek to restrict competition between Key Product Distributors or the access of candidates to the Selection Process for Key Product Distributor roles. The Procedure provides equal opportunities for all persons with the necessary expertise and resources to submit their commercial proposals. Persons who propose the best terms according to the criteria described in Section III of the Procedure shall undertake to repurchase the volume of the Key Product expected to be delivered in the Russian Federation during a certain time period (the Reporting Period, as determined by the Company). Taking into account the objectives of the chosen distribution model, the most effective Key Product distribution can be achieved by identifying as Key Product Distributors those persons who most appropriately meet the criteria set out in Section III of the Procedure, provided that a limited number of Key Product Distributors are able to undertake to purchase the necessary volume of Key Products.
СТАТЬЯ 6 – ОПИСАНИЕ ОСНОВНЫХ ОБЯЗАННОСТЕЙ ДИСТРИБЬЮТОРОВ КЛЮЧЕВОЙ ПРОДУКЦИИ.	ARTICLE 6 – DESCRIPTION OF THE MAIN RESPONSIBILITIES OF KEY PRODUCT DISTRIBUTORS
Дистрибьюторы Ключевой продукции являются профессиональными перепродавцами Ключевой продукции. Дистрибьюторы Ключевой продукции - это юридические лица, которые принимают на себя определенные обязательства в отношении условий дальнейшего хранения, обращения, транспортировки, распространения Ключевой продукции. Для выполнения таких обязательств Дистрибьюторы должны иметь возможность обеспечить соответствующие условия хранения и транспортировки Ключевой продукции, бесперебойность ее доставки во Вторичные каналы сбыта или напрямую заказчику в рамках конкурсной процедуры на основании государственного контракта, и обладать соответствующим уровнем финансовой обеспеченности, надлежащим образом обученным персоналом, выделенным для распространения Ключевой продукции, а также вкладывать собственные ресурсы в развитие данного канала сбыта Ключевой продукции. Основные характеристики Дистрибьютора Ключевой продукции заключаются в следующем:	Key Product Distributors are professional resellers of Key Products. Key Product Distributors are legal entities that undertake certain obligations in relation to the conditions of further storage, handling, transportation, distribution of Key Products. In order to fulfill such obligations, Distributors shall be able to provide adequate storage and transportation of the Key Products, uninterrupted delivery to the Secondary Distribution Channels or directly to the customer through a competitive government contract procedure, and have adequate financial security, adequately trained personnel dedicated to the distribution of the Key Products, and invest their own resources in the development of that distribution channel for the Key Products. The main characteristics of a Key Product Distributor are as follows:

• Дистрибьютор готов работать с большими объемами Ключевой продукции и обеспечивать выкуп гарантированного объема Ключевой продукции, для чего в случае необходимости готов увеличивать материально-технические ресурсы (расширять региональную сеть дистрибуции или расширять складские помещения при необходимости); • Дистрибьютор Ключевой продукции имеет опыт в реализации лекарственных препаратов терапевтической группы онкогематология и онкология, в составе следующих рынков: рынки противоопухолевых препаратов, негормональных (L01) и гормональных (L02). • Дистрибьютор Ключевой продукции имеет в своем штате сотрудников, ответственных за организацию продаж Ключевой продукции во Вторичные каналы сбыта, а также, за обеспечение участия Дистрибьютора Ключевой продукции в конкурсных процедурах. Компания проводит итоговую оценку структуры реализации Ключевой продукции Дистрибьюторами Ключевой продукции. Совокупная доля реализации Дистрибьюторами Ключевой продукции вторичным дистрибьюторам за квартал не может быть ниже 40%. В случае отклонения от данного показателя Компания вправе принимать меры к обеспечению доступности Ключевой продукции на рынке. • Дистрибьютор Ключевой продукции имеет развитую географическую сеть Вторичных дистрибьюторов, позволяющую Дистрибьютору Ключевой продукции осуществить максимальный охват территории Российской Федерации. При этом, Компания вправе убедиться в том, что количество таких Вторичных дистрибьюторов не сократилось по итогам Отчетного периода более чем на 50% («эффективность сбытовой структуры» в скоринговой шкале). В случае отклонения от данного показателя Компания принимает меры к обеспечению доступности Ключевой продукции на рынке.	• The Distributor is able to handle large volumes of Key Products and ensure the purchase of a guaranteed volume of Key Products, for which it is able to increase logistical resources if necessary (expand the regional distribution network or expand warehousing facilities if necessary); • The Key Product Distributor has experience in selling medicines in the therapeutic group oncohematology and oncology, as part of the following markets of anticancer drugs, non-hormonal (L01) and hormonal (L02). • The Key Product Distributor maintains employees who are responsible for providing Key Product sales to the Secondary Distribution Channels and for ensuring the participation of the Key Product Distributor in tender procedures. The Company shall carry out a final assessment of the sales structure of the Key Products by the Key Products Distributors. The cumulative share of sales by Key Product Distributors to Secondary Distributors for the quarter cannot be lower than 40%. In case of deviation from this indicator, the Company shall be entitled to take measures to ensure the availability of the Key Products on the market. • The Key Product Distributor has an extensive geographical network of Secondary Distributors which enables the Key Product Distributor to achieve maximum coverage of the Russian Federation. However, the Company shall be entitled to ensure that the number of such Secondary Distributors is not reduced at the end of the Reporting Period by more than 50% ("effectiveness of the sales structure" in the scoring scale). In case of deviation from this indicator, the Company shall take measures to ensure the availability of the Key Products on the market.
РАЗДЕЛ III – КРИТЕРИИ ОТБОРА ДИСТРИБЬЮТОРОВ КЛЮЧЕВОЙ ПРОДУКЦИИ.	SECTION III – SELECTION CRITERIA FOR KEY PRODUCT DISTRIBUTORS
Компания обеспечивает недискриминационные условия вступления в договорные отношения (продления договорных отношений) со своими контрагентами. Порядок вступления в договорные отношения (продления договорных отношений), приведенный в настоящем разделе, применяется в отношении Ключевой продукции. Отказ либо уклонение от заключения (продления) договора с отдельными (потенциальными)	The Company shall ensure non-discriminatory conditions for entering into (renewal of contractual relationships) with its contracting parties. The procedure for entering into a contractual relationship (renewal of contractual relationship) set out in this section shall be applicable in relation to the Key Products. The refusal or evasion to enter into (renewal of) an agreement with individual (potential) Key Product

Дистрибьюторами Ключевой продукции в части Ключевой продукции основываются на требованиях Федерального закона «О защите конкуренции» и допускаются, если такой отказ или уклонение: (а) являются экономически или технологически обоснованными (в том числе, если потенциальный Дистрибьютор Ключевой продукции не соответствует критериям, предусмотренным Процедурой); (б) вызваны объективным отсутствием возможности производства или поставок соответствующей Ключевой продукции; (в) прямо предусмотрены федеральными законами, нормативными правовыми актами Президента РФ, Правительства РФ, уполномоченных федеральных органов исполнительной власти или судебными актами. В настоящем разделе Процедуры приведены определения, которые используются Компанией при отборе потенциальных Дистрибьюторов Ключевой продукции. При этом условия соответствия критерию, форма проверки на соответствие каждому критерию (включая примерный перечень документов, сведений и т.д.) приведены в соответствующих пунктах Приложения №1 к настоящей Процедуре. Компания оставляет за собой право задействовать дополнительные и/или иные применимые инструменты оценки.	Distributors in relation to Key Products shall be based on the requirements of the Federal Law "On Protection of Competition" and shall be permitted provided that such refusal or evasion: (a) are economically or technologically justified (including if the potential Key Product Distributor does not meet the criteria set out in the Procedure); (b) are caused by an objective lack of capacity to produce or supply the relevant Key Products; (c) are expressly provided for by federal laws, regulatory legal acts of the President of the Russian Federation, the Government of the Russian Federation, authorized federal executive bodies or judicial acts. This section of the Procedures sets out the definitions used by the Company when selecting potential Key Product Distributors. The conditions for eligibility, the form of eligibility verification for each criterion (including an indicative list of documents, information, etc.) are set out in the relevant paragraphs of Appendix No. 1 to this Procedure. The Company reserves the right to make use of additional and/or other applicable assessment tools.
СТАТЬЯ 7 – БАЗОВЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ДИСТРИБЬЮТОРУ КЛЮЧЕВОЙ ПРОДУКЦИИ.	ARTICLE 7 – BASIC REQUIREMENTS TO KEY PRODUCTS DISTRIBUTOR
<u>7.1. Территориальный охват деятельности Дистрибьютора Ключевой продукции.</u> Посредством данного критерия оценивается количество территорий, на которые потенциальный Дистрибьютор Ключевой продукции осуществляет прямые поставки продукции, относящейся к рынкам L01 и L02. Под территорией понимается субъект Российской Федерации. При этом территория деятельности Дистрибьютора Ключевой продукции определяется им самостоятельно, исходя из своих рыночных предположений. Применение данного критерия не означает влияния Компании на определение Дистрибьютором Ключевой продукции территории, на которой он действует. Территориальный охват используется только для целей оценки потенциального Дистрибьютора Ключевой продукции на предмет готовности обеспечить максимальной охват территории Российской Федерации.	<u>7.1. Territorial coverage of the Key Product Distributor's activities.</u> This criterion is used to assess the number of territories to which a potential Key Product Distributor directly supplies products belonging to the L01 and L02 markets. Territory refers to a constituent entity of the Russian Federation. The territory of the Key Product Distributor is determined by the Distributor itself, based on its market preferences. The application of this criterion does not constitute an influence by the Company on the determination by the Key Product Distributor of the territory in which it operates. Territorial coverage is only used in order to assess a potential Key Product Distributor's readiness to provide maximum coverage of the territory of the Russian Federation.
<u>7.2. Эффективность сбытовой структуры Дистрибьютора Ключевой продукции.</u> Посредством данного критерия оценивается наличие у Дистрибьютора Ключевой продукции развитой географической сети Вторичных дистрибьюторов, позволяющей Дистрибьютору Ключевой продукции осуществить максимальный охват территории Российской Федерации. Более подробно содержание и назначение данного критерия описано в статье 6 раздела II Процедуры.	<u>7.2. The effectiveness of the Key Product Distributor's sales structure.</u> This criterion is used to assess whether the Key Product Distributor has a developed geographical network of Secondary Distributors enabling the Key Product Distributor to achieve maximum coverage of the territory of the Russian Federation. The content and purpose of this criterion are described in more detail in Article 6 of Section II of the Procedure.

<u>7.3. Прозрачность бизнес процессов Дистрибьютора Ключевой продукции.</u> Посредством данного критерия оценивается история взаимодействия Компании с потенциальными Дистрибьюторами Ключевой продукции по своевременному предоставлению отчётности, а также прохождению тренингов и аудитов Компании. Потенциальный Дистрибьютор Ключевой продукции должен исполнять в Отчетный период нижеприведенные обязательства по детализации и срокам предоставления отчетности (в том случае, если Дистрибьютор Ключевой продукции уже закупает какие – либо товары у Компании), либо взять на себя такие обязательства: • обязательство по предоставлению ежемесячной отчетности о продажах и движении Ключевой продукции (до 10-го числа текущего месяца за предыдущий месяц). Отчет должен включать следующую информацию: период, за который предоставляется отчет, количество проданной Ключевой продукции (в упаковках) с разбивкой по вторичным покупателям с указанием адресов отгрузки, с разбивкой по Ключевой продукции и по всем формам Ключевой продукции; • обязательство по предоставлению ежемесячной отчетности об остатках Ключевой продукции на своем складе (до 10-го числа текущего месяца по состоянию на момент предоставления отчёта). Отчет должен включать следующую информацию: дата отчета, количество упаковок на остатках каждого филиала (в случае наличия) по всем формам Ключевой продукции; • готовность к проведению аудитов Компании в отношении процессов (антикоррупционная политика, процедуры проверки контрагентов и пр.), готовность проходить тренинги комплаенс в случае их организации Компанией; • готовность предоставлять документацию в подтверждение выполнения условий отбора Дистрибьютором Ключевой продукции (в частности подтверждение о заключенных договорах со вторичными дистрибьюторами, соблюдение в течение отчетного периода соотношения между собственными поставками и поставками Вторичным дистрибьюторам не менее показателя, установленного в статье 6 раздела II Процедуры);	<u>7.3. Transparency of the business processes of the Key Product Distributor.</u> This criterion is used to assess the Company's history of interaction with potential Key Product Distributors on the timely submission of reports and completion of Company training and audits. The potential Key Product Distributor shall comply during the Reporting Period with the following detailed and timely reporting obligations (in case the Key Product Distributor is already purchasing any goods from the Company), or undertake such obligations: • the obligation to submit monthly reports on sales and movements of Key Products (by the 10th day of the current month for the previous month). The report shall include the following information: the period for which the report is submitted, the number of Key Products sold (in packs) broken down by secondary purchasers with shipment addresses, broken down by Key Products and by all forms of Key Products; • the obligation to submit monthly reports on the Key Product balances in their warehouse (by the 10th day of the current month as at the time of reporting). The report shall include the following information: date of report, number of packs on each branch balance (if any) for all forms of Key Products; • readiness to carry out audits of the Company's processes (anti-corruption policy, counterparty review procedures, etc.), readiness to undergo compliance training in case the Company organizes them; • availability to provide documentation to prove the fulfillment of the conditions for the selection of the Key Products by the Distributor (in particular confirmation of contracts concluded with secondary distributors, compliance during the reporting period with the ratio of own deliveries to deliveries to Secondary Distributors not less than the ratio set out in Article 6 of Section II of the Procedure);
<u>7.4. Суммарный рейтинг Дистрибьютора Ключевой продукции в общем объёме заключенных контрактов с государственным заказчиком (все рынки).</u> Данный критерий учитывает стоимость всех выигранных за установленный период потенциальным Дистрибьютором Ключевой продукции тендеров на закупку госпитальных лекарственных средств в рублях	<u>7.4. Total rating of the Key Product Distributor in the total volume of contracts concluded with the government customer (all markets).</u> This criterion takes into account the value of all tenders for procurement of hospital medicinal products won by a potential Key Product Distributor in Russian rubles (VAT exempt) according to the State Procurement

без учета НДС по данным ИАС Госзакупки или иных аналогичных систем за финансовый год, предшествующий заявке, с присвоением соответствующего пункта внутреннего рейтинга.	Information System or other similar systems during the financial year preceding the application, assigning the relevant internal ranking point.
<u>7.5. Объем заключенных контрактов Дистрибьютора Ключевой продукции с государственным заказчиком по препаратам, относящимся к рынкам L01 и L02</u>	<u>7.5. Volume of contracts concluded by Key Product Distributor with government customer for medicines related to L01 and L02 markets</u>
<u>7.6. Доля препаратов, относящихся к рынкам L01 и L02, в общем объеме заключенных госконтрактов Дистрибьютора Ключевой продукции с государственным заказчиком (все рынки)</u>	<u>7.6. Share of medicinal products belonging to markets L01 and L02 in the total volume of state contracts concluded by Key Product Distributor with the state customer (all markets)</u>
Критерии 7.5 и 7.6, оценивают активность потенциального Дистрибьютора Ключевой продукции по заключению контрактов с государственным заказчиком по препаратам, относящимся к рынкам L01 и L02. При оценке учитывается сумма выигранных за установленный период потенциальным Дистрибьютором Ключевой продукции тендеров, стоимость в рублях без учета НДС, на закупку продукции, относящейся к рынкам L01 и L02, по данным ИАС Госзакупки или иных аналогичных систем за финансовый год, предшествующий заявке с присвоением соответствующего пункта внутреннего рейтинга.	Criteria 7.5 and 7.6, assess the activity of a potential Key Product Distributor to enter into contracts with a government customer for products belonging to the L01 and L02 markets. The evaluation shall consider the amount of tenders won by the potential Key Product Distributor during the set period, the value in Russian rubles (VAT exempt), for the procurement of products belonging to the L01 and L02 markets, according to the State Procurement Information System or other similar systems for the financial year preceding the application with the relevant internal ranking point assigned.
<u>7.7. Опыт работы Дистрибьютора Ключевой продукции с лекарственными препаратами на тендерном рынке.</u> Данный критерий оценивает продолжительность (в годах) опыта распространения лекарственных препаратов на тендерном рынке.	<u>7.7. Experience of Key Products Distributor with medicines on the tender market.</u> This criterion estimates the duration (in years) of experience in distributing medicinal products on the tender market.
<u>7.7. Наличие полевых сотрудников.</u> С целью обеспечения выполнения минимального согласованного объема, при подаче коммерческого предложения, Дистрибьютор Ключевой продукции представляет сведения, которые должны свидетельствовать о его потенциальной возможности рыночного продвижения Ключевой продукции. В частности, такая возможность оценивается посредством критерия, учитывающего количество менеджеров по работе с клиентами (или иных позиций с аналогичным функционалом), а также сотрудников в полях.	<u>7.7. Availability of field staff.</u> In order to ensure the compliance with the minimum agreed volume, when submitting a quotation, the Key Product Distributor shall provide information which shall indicate its potential marketability of the Key Products. In particular, this capability shall be assessed through a criterion that takes into account the number of account managers (or other positions with similar functionality) as well as employees in the fields.
СТАТЬЯ 8 - ФИНАНСОВЫЕ КРИТЕРИИ.	ARTICLE 8 – FINANCIAL CRITERIA
<u>8.1. Финансовая дисциплина при оплате Продукции.</u> При оценке финансовой дисциплины дополнительно к общим критериям, установленным в Коммерческой политике Компании, учитывается наличие согласованных запросов Дистрибьютора в адрес Компании о переносе сроков платежа, а также суммарная доля платежей по таким запросам в процентах от общей суммы отгрузок Дистрибьютора по всей поставленной продукции Компании за финансовый год, предшествующий дате заявки, В отсутствие таких «исторических» данных финансовая дисциплина потенциального Дистрибьютора Ключевой продукции оценивается на основании данных, полученных из внешних источников.	<u>8.1. Financial discipline in paying for the Products.</u> In addition to the general criteria set out in the Company's Commercial Policy, the financial discipline assessment shall take into account the Distributor's agreed requests to the Company for payment postponements and the cumulative percentage of such requests as a percentage of total Distributor shipments for all products supplied to the Company in the financial year preceding the date of the request. In the absence of such "historical" data, the financial discipline of a potential Key Product Distributor is assessed on the basis of data obtained from external sources.

8.2. Финансовая дисциплина на основании внешних данных. При оценке финансовой дисциплины учитывается средний размер просроченной задолженности (кредитная история) Дистрибьютора в процентах от общей стоимости закупленной продукции на основании данных АИРМ за финансовый год, предшествующий заявке, а также данные системы СПАРК. (в отсутствии истории сотрудничества по п.8.1. Компания использует внешние источники в соответствии с п.8.2.)	8.2. Financial discipline based on external data. The financial discipline assessment takes into account the Distributor's average amount in arrears (credit history) as a percentage of the total value of products purchased, based on AIPM data for the financial year preceding the application, as well as SPARK system data. (in the absence of a history of cooperation under clause 8.1. The Company shall use external sources in accordance with clause 8.2)
СТАТЬЯ 9 – ОБЪЕМ ОБЯЗАТЕЛЬСТВ ПО ВЫКУПУ ПРОДУКЦИИ.	ARTICLE 9 – VOLUME COMMITMENT
9.1 <u>Общий объем Ключевой продукции, предполагаемой к приобретению.</u> Дистрибьютор Ключевой продукции информирует Компанию об объеме Ключевой продукции, который он готов закупить в запрошенный Компанией период. Стоимость Ключевой продукции рассчитывается по ценам, указанным в прайс-листе Компании, действующим на момент расчета.	9.1 <u>Total volume of the Key Products to be purchased.</u> The Key Product Distributor shall notify the Company of the volume of the Key Products that they are willing to purchase in a requested period. The cost of the Key Products shall be calculated at the prices indicated in the Company's price list valid at the time of calculation.
РАЗДЕЛ IV – ПРОЦЕДУРА ОТБОРА	SECTION IV – SELECTION PROCEDURE
СТАТЬЯ 10 – ОПИСАНИЕ СКОРИНГОВОЙ СИСТЕМЫ.	ARTICLE 10 – SCORE SYSTEM DESCRIPTION
В целях недопущения дискриминации при выборе Дистрибьютора Ключевой продукции, Компания разработала систему объективных критериев, на основании которых осуществляется оценка Дистрибьюторов Ключевой продукции (см. Раздел III Процедуры, а также Приложение 1). В связи с задачей увеличения индекса дистрибуции Ключевой продукции, необходимостью привлечения максимально профессиональных партнеров, а также учитывая существенный объем обязательств потенциальных Дистрибьюторов Ключевой продукции, Компания вправе самостоятельно определять круг потенциальных лиц для участия в настоящей процедуре отбора и направлять им соответствующие предложения. При этом Компания готова рассматривать и оценивать предложения от иных лиц, которые проявят интерес к Ключевой продукции и будут готовы предоставить требуемые в соответствии с Процедурой сведения и документы. Лицо, желающее заключить договор на поставку Ключевой продукции должно предоставить документы и сведения, указанные в Приложении 1, за подписью уполномоченного лица и печатью (если применимо), подтверждающие соответствие критериям, перечисленным в указанном Приложении 1, если их оценка должна производиться на основании сведений от потенциальных Дистрибьюторов. Документы и сведения предоставляются в срок, установленный Компанией и сообщенный Дистрибьютору. В Приложении 1 приведен примерный перечень документов и сведений, которые могут быть представлены для подтверждения соответствия	In order to ensure that there is no discrimination in the selection of a Key Product Distributor, the Company has developed a system of objective criteria to assess Key Product Distributors (see Section III Procedures as well as Appendix 1). In view of the objective of increasing the distribution index of the Key Products, the need to attract the most professional partners possible, and given the significant commitment of potential Key Product Distributors, the Company shall be entitled to independently determine the range of potential individuals to participate in this selection procedure and to submit relevant offers to them. However, the Company is prepared to consider and evaluate proposals from other parties who show an interest in the Key Products and are prepared to provide the information and documents required by the Procedure. Persons applying for a contract for the supply of Key Products shall provide the documents and information listed in Appendix 1, signed and sealed by an authorised person (if applicable), confirming compliance with the criteria listed in said Appendix 1, in case they shall be assessed on the basis of information from potential Distributors. Documents and information shall be submitted within the deadline set by the Company and communicated to the Distributor. Appendix 1 provides an indicative list of the documents and information that may be submitted to demonstrate compliance with the criteria, however, a potential Key Product Distributor may submit any other and/or

критериям, при этом потенциальный Дистрибьютор Ключевой продукции вправе представить любые иные и/или дополнительные документы, которые он сочтет приемлемыми и соответствующими для подтверждения факта соответствия изложенным в Приложении 1 критериям. Выбор Дистрибьюторов Ключевой продукции осуществляется в следующем порядке: (1) Расчёт суммы баллов по каждому потенциальному Дистрибьютору, направившему заявку в установленный Компанией срок, в соответствии со скоринговой шкалой, (2) Ранжирование Дистрибьюторов по сумме набранных баллов от наибольшего к наименьшему, (3) Выбор по ранжированному списку (двигаясь от Дистрибьюторов с наибольшей суммой баллов к Дистрибьюторам с наименьшей суммой) фиксированного количества Дистрибьюторов Ключевой продукции, суммарный гарантированный объём закупки Ключевого продукта Кстанди которыми (нарастающим итогом), позволит Компании обеспечить объём сбыта в соответствии с запланированным, а также загрузить завод-производитель с учётом требований, описанных в разделе II Процедуры. (4) Оценивается суммарный гарантированный объём закупки Ключевого продукта Ксспата у Дистрибьюторов Ключевой продукции, предварительно отобранных согласно п.п. (1) – (3) выше. В случае, если заявленный этими Дистрибьюторами Ключевой продукции объём не покрывает потребность Компании, Компания проводит переговоры с Дистрибьютором (-рами) Ключевой продукции, направленные на достижение договорённости об увеличении минимального гарантированного объёма закупки Ключевого продукта Ксспата. Если в результате переговоров соглашения, приводящего к увеличению суммарного гарантированного объёма закупки Ключевого продукта Ксспата Дистрибьюторами Ключевой продукции, которая покрывает потребность Компании, не достигнуто, Компания рассмотрит вопрос о включении в число Дистрибьюторов Ключевой продукции дополнительного участника, следующего по ранжированному списку баллов, согласно п. (3) Дополнения к Политике. Оценка заявок Дистрибьюторов Ключевой продукции и предоставленных ими документов осуществляется ответственными сотрудниками Компании, участвующими в процедуре отбора Дистрибьюторов согласно Коммерческой политике Компании (Комитет	additional documents that it considers appropriate and relevant to demonstrate compliance with the criteria set out in Appendix 1. The selection of Key Product Distributors is carried out in the following order: (1) Calculation of the amount of scores for each potential Distributor who submits an application by the deadline set by the Company, according to a scoring scale, (2) Ranking of Distributors according to the amount of scores from the highest to the lowest, (3) Selection through a ranking list (moving from the Distributors with the highest total score to the Distributors with the lowest total score) of a fixed number of Key Product Distributors with the total guaranteed volume of Key Product purchases by Xtandi (cumulative total) will enable the Company to ensure sales volume as planned and to load the manufacturing plant with the requirements outlined in Section II of the Procedure. (4) The total guaranteed purchase volume of the Xospata Key Product from the Key Product Distributors pre-selected in accordance with clause (1) to (3) above shall be assessed. In case the volume declared by these Key Product Distributors does not cover the Company's needs, the Company shall negotiate with the Key Product Distributor(s) to agree an increase in the minimum guaranteed volume of Xospata Key Product purchases. In case no agreement resulting in an increase in the total guaranteed volume of Xospata Key Product purchases by Key Product Distributors that will cover the Company's need is reached as a result of negotiations, the Company shall consider including an additional participant in the Key Product Distributor following the ranked points list in accordance with clause (3) of the Policy Supplement. The assessment of applications from Key Products Distributors and the documents submitted by them is carried out by the responsible Company personnel involved in the Distributor selection procedure, as set out in the Company's Commercial Policy (the Distributor Relations Committee). The evaluation procedure shall
--	--

по работе с Дистрибьюторами). Процедура оценки осуществляется в разумные сроки, но не может длиться более чем 1 месяц с даты получения последней из заявок в сроки, установленные Компанией для их получения. Компания вправе запросить у лица, претендующего на получение статуса Дистрибьютора Ключевой продукции, уточняющие сведения и подтверждающие документы в отношении предоставленной информации, а также провести интервью с лицами, которые могут предоставить и/или подтвердить ту или иную информацию. В случае необходимости получения дополнительной информации или документов, срок Процедуры может быть продлен, но не более чем на 3 месяца. Каждому критерию, указанному в настоящей процедуре и описанному в Приложении 1 заданы условия его выполнения. Оценка происходит путем присвоения соответствующего балла в зависимости от степени соответствия потенциального Дистрибьютора Ключевой продукции условиям выполнения критерия. Каждому критерию задан также коэффициент его значимости, в зависимости от важности такого критерия, степени его влияния на деятельность Компании, а также значимости для принятия решения. Присвоенный балл умножается на соответствующий коэффициент. Полученные таким образом баллы суммируются. Соответствующее дополнительное соглашение, регламентирующее условия поставки Ключевой продукции, будет заключено с Дистрибьюторами Ключевой продукции, отобранными согласно порядку, приведенному в разделе IV Процедуры, пункты (1) – (4), при условии того, что такие Дистрибьюторы Ключевой продукции примут на себя обязанность по выкупу необходимого объема Ключевой продукции, предполагаемого к реализации на территории Российской Федерации в Отчетный период. При этом Компания вправе произвести отгрузку Ключевой продукции любым иным компаниям при условии наличия подписанных согласий от Дистрибьюторов Ключевой продукции, отобранных согласно порядку, приведенному в разделе IV Процедуры, пункты (1) – (4), при условии того, что эти иные компании примут на себя обязанность по выкупу необходимого объема Ключевой продукции, предполагаемого к реализации на территории Российской Федерации в Отчетный период. План закупки устанавливается Компанией для каждого Дистрибьютора Ключевой продукции, отобранного согласно порядку, приведенному в разделе IV Процедуры, пункты (1) – (4). План закупки фиксируется в соответствующем дополнительном соглашении между Компанией и Дистрибьютором ключевой продукции. План закупки, зафиксированный в соответствующем дополнительном соглашении, не может превышать объем Ключевой продукции, заявленный Дистрибьютором Ключевой продукции в	take place within a reasonable time, but shall not last more than 1 month from the date of receipt of the last of the applications within the deadline set by the Company for their receipt. The Company may ask for clarification and supporting documentation from the Key Product Distributor applicant in relation to the information provided and may interview individuals who can provide and/or confirm this or other information. In case additional information or documents are required, the deadline for the Procedure may be extended, but by no more than 3 months. Each criterion specified in this Procedure and described in Appendix 1 shall be subject to the conditions for its fulfillment. The assessment is made by assigning an appropriate score depending on the extent to which the potential Key Product Distributor meets the conditions for fulfillment of the criterion. Each criterion shall also be given a coefficient of its importance, depending on the importance of such a criterion, the degree of its impact on the Company's activities, and its importance for decision-making. The score awarded shall be multiplied by the appropriate coefficient. These scores shall be added up. An appropriate supplementary agreement regulating the terms and conditions of supply of the Key Products shall be concluded with the Key Products Distributors selected in accordance with the procedure set out in Section IV of the Procedure, clauses (1) to (4), provided that such Key Product Distributors undertake to repurchase the requisite volume of Key Products to be sold in the Russian Federation during the Reporting Period. However, the Company shall be entitled to ship the Key Products to any other companies, subject to the signed consent of the Key Product Distributors selected as set out in Section IV of the Procedure (1) to (4), provided that these other companies accept the obligation to purchase the required volume of Key Products intended for sale in the Russian Federation during the Reporting Period. Procurement Plan shall be established by the Company for each Key Product Distributor selected in accordance with the procedures set out in Section IV of the Procedure, clauses (1) to (4). The procurement plan is recorded in an appropriate supplementary agreement between the Company and the Key Product Distributor. The procurement plan recorded in the relevant supplementary agreement may not exceed the amount of Key Products declared by the Key Product Distributor in accordance with the requirements of Article 9 of Section III of the Procedure.
---	--

соответствии с требованиями статьи 9 Раздела III Процедуры.	
СТАТЬЯ 11 – ОСОБЕННОСТИ РАСТОРЖЕНИЯ ДОГОВОРА ПОСТАВКИ В ЧАСТИ КЛЮЧЕВОЙ ПРОДУКЦИИ.	ARTICLE 11 – SPECIAL TERMS OF THE SUPPLY AGREEMENT TERMINATION IN A PART OF KEY PRODUCTS SUPPLY
Дополнительным основанием (правом Компании) для расторжения Договора поставки в отношении Ключевой продукции является: - По истечении соответствующего Отчетного периода в случае недостижения Дистрибьютором Ключевой продукции согласованных планов закупки Ключевой продукции более чем на 10%, при одновременном невыполнении общего плана отгрузок Ключевой продукции Компанией. - Во время срока действия Договора: наличие у Компании доказательств несоответствия действующего Дистрибьютора Ключевой продукции условиям, изложенным в настоящей процедуре, а также в случаях нарушения такого договора по основаниям и в порядке, предусмотренным действующим законодательством. При этом если расторжение договора происходит до момента окончания отчетного периода, то Компания вправе либо согласовать дополнительные объемы с другим Дистрибьютором Ключевой продукции, либо провести повторный запрос коммерческих предложений и выбрать нового/дополнительного Дистрибьютора Ключевой продукции на основании критериев, предусмотренных Процедурой. В том случае, если расторжение договоров в части Ключевой продукции происходит со всеми Дистрибьюторами Ключевой продукции, Компания вправе как провести новый запрос коммерческих предложений, так и отказаться от данной модели дистрибуции. По окончании Отчетного периода («финансовый год») Компания вправе (1) произвести переоценку показателей, необходимых для сохранения эффективности модели, и провести новый запрос коммерческих предложений с использованием обновлённых критериев; (2) отказаться от данной модели дистрибуции.	With regard to the Key Products, the additional reason for cancellation/termination of the Agreement is: - After the expiration of the relevant Reporting Period, in case the Key Product Distributor fails to achieve the agreed Key Product procurement plans more than 10% from agreed with simultaneous failure to fulfil the general plan of shipment of the Company in regards to Key Products. - During the term of the Agreement: availability to the Company of evidence of the current Key Product Distributor's non-compliance with the terms and conditions set out in this Procedure and in cases of breach of such a contract on the grounds and in the manner prescribed by applicable law. However, in case the termination takes place before the end of the reporting period, the Company may either negotiate additional volumes with another Key Product Distributor or conduct a repeat request for quotations and select a new/additional Key Product Distributor based on the criteria set out in the Procedure. In case the termination of the Key Product contracts occurs with all Key Product Distributors, the Company may either conduct a new request for quotation or withdraw from this distribution model. When reporting period («finance year») is over, the Company shall: (1) To re-assess of key criteria of the model to ensure its effectiveness and initiate new tender to receive commercial offers from potential Distributors with new criteria accordingly (2) to withdraw from this distribution model.
РАЗДЕЛ V – ПРОЧИЕ УСЛОВИЯ	SECTION V – MISCELLANEOUS
СТАТЬЯ 12 – ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ.	ARTICLE 12 – FINAL PROVISIONS
Процедура вступает в силу с даты ее одобрения и подписания. Процедура может быть предоставлена заинтересованным лицам по их требованию. Компания имеет право периодически вносить изменения в Процедуру в одностороннем порядке в соответствии с потребностями бизнеса. Дистрибьюторы Ключевой продукции уведомляются	The Procedure shall be effective as from the date of its approval and signing. The Procedure may be made available to interested persons upon request. The Company shall be entitled to amend the Procedure unilaterally from time to time in accordance with the requirements of the business. Key Product Distributors shall be notified of changes to the Procedure by email.

об изменениях в Процедура посредством электронной почты. Компания обеспечивает конфиденциальность любых сведений, в том числе коммерческого, финансового или технического характера, которые были переданы Компании в рамках проведения процедуры оценки Дистрибьютора Ключевой продукции. Положения о конфиденциальности не распространяются на раскрытие информации, требуемое по закону надзорными, регулируемыми или иными государственными органами, а также раскрытие информации аффилированным лицам Компании и профессиональным консультантам, при условии, что они будут проинформированы о конфиденциальном характере предоставляемой информации.	The Company shall maintain the confidentiality of any information, including commercial, financial or technical information, which has been disclosed to the Company as part of the Key Product Distributor assessment process. The confidentiality provisions shall not be applicable to disclosures required by law by supervisory, regulatory or other governmental authorities, nor to disclosures to the Company's affiliates and professional advisers, provided that they are informed of the confidential nature of the disclosed information.
Приложение №1 – Скоринговая система оценки Дистрибьюторов Ключевой продукции.	Appendix 1 – Score System for the Evaluation of the Key Products Distributors.