

Приложение № 6 К Коммерческой (торговой) политике ООО «Астеллас Фарма Продакшн» (далее – «Приложение» и «Политика» соответственно)	Appendix No. 6 To Commercial (Trade) Policy of Astellas Pharma Production LLC (hereinafter - "Appendix" and "Policy" respectively)
ПРОЦЕДУРА ПО ВЫБОРУ ДИСТРИБЬЮТОРОВ ПРОДУКТА «СУГЛАТ» ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ В ЛЬГОТНЫЙ КАНАЛ	DISTRIBUTOR'S SELECTION PROCESS FOR THE PRODUCT "SUGLAT" FOR REIMBURSEMENT CHANNEL
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 Приложением 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 on the Company to enter into the relevant contract. The procedure is an Appendix to the Company's Commercial Policy.
РАЗДЕЛ I – ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ	SECTION I - GENERAL PROVISIONS
СТАТЬЯ 1 – ОПРЕДЕЛЕНИЯ.	ARTICLE 1 - DEFINITIONS
Продукт – лекарственный препарат, зарегистрированный под торговыми наименованиями: «Суглат» МНН Ипраглифлозин -являющийся пероральным препаратом для лечения сахарного диабета 2 типа. Лекарственный препарат «Суглат» впервые зарегистрирован в Российской Федерации в 2019г. (ЛП-005535). Государственные закупки – закупки продукции для государственных или муниципальных нужд, нужд государственных корпораций и государственных компаний, их дочерних обществ, субъектов естественных монополий, нужд организаций, имеющих лицензию на медицинскую деятельность и предоставляющих медицинскую помощь в стационарных условиях, реализуемые посредством аукционов, запросов котировок, запросов предложений, закупок у единственного поставщика и иных видах закупок в соответствии с Федеральным законом от 05.04.2013 №44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд», Федеральным законом от 18.07.2011 №223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц». Льготный канал – включает в себя все процедуры закупок в рамках Государственных закупок, которые в итоге приводят к получению пациентом Продукта с полной или частичной компенсацией стоимости Продукта за счет средств государственного/муниципального бюджета. Авторизованные дистрибьюторы Продукта – юридические лица, приобретающие Продукт у Компании	Product – medicine for human usage registered under trade name “Suglat” INN “Ipragliflozin” - which is an oral medicine for the treatment of type 2 diabetes mellitus. The medicine for human usage “Suglat” was first registered in the Russian Federation in 2019. (LP-005535). Public Procurement – procurement of products for state or municipal needs, the needs of state corporations and state-owned companies, their subsidiaries, natural monopolies, the needs of organizations licensed to provide medical care in hospital conditions, implemented through auctions, requests for quotations, requests for proposals, purchases from a single supplier and other types of procurement in accordance with Federal Law No. 44-FZ dated 05.04.2013 "On the Contract System for Procurement of Goods, Works and Services for State and Municipal Needs", Federal Law No. 223-FZ dated 18.07.2011 "On Procurement of Goods, Works and Services by Certain Types of Legal Entities". Reimbursement Channel – includes all procurement procedures within Public Procurement that ultimately result in the patient receiving a Product with full or partial reimbursement of the cost of the Product from the state/municipal budget. Product Authorized Distributors – legal entities that purchase the Product from the Company for further distribution in the Russian Federation by wholesale and/or small wholesale lots in the Reimbursement Channel, that have passed the selection procedure in accordance with the Procedure and the Company's

в целях его дальнейшего распространения на территории Российской Федерации оптовыми и/или мелкооптовыми партиями в Льготном канале, прошедшие процедуру отбора в соответствии с Процедурой и Коммерческой политикой Компании, и, соответственно, получившие статус Авторизованного дистрибьютора Продукта. Во избежание сомнений, Компания не ограничивает реализацию Продукта на рынок только кругом Авторизованных дистрибьюторов Продукта. Коммерческая политика Компании – означает локальный акт Компании, описывающий порядок взаимодействия с Дистрибьюторами, осуществляющими закупки любой продукции Компании (в том числе, Продукта) или подавшими заявку на заключение договора поставки, а также коммерческие условия Компании. Процедура - означает настоящее Дополнение к Коммерческой политике Компании, содержащее описание процесса выбора дистрибьютора(-ов) для реализации Продукта в Льготном канале на территории Российской Федерации. 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 Авторизованный (-е) дистрибьютор (-ы) Продукта поставляют Продукт после его приобретения у Компании для последующей реализации такими хозяйствующими субъектами Продукта в Льготном канале на территории Российской Федерации. Отчетный период – в качестве первого отчетного периода для работы новой модели Компания признает период с «09» января 2023 г. по 31 марта 2023 г далее – период с 01 апреля календарного года по 31 марта следующего календарного года («финансовый год»). Товарный (продуктовый) рынок - включает в себя общий рынок противодиабетических препаратов (A10) в том числе, рынок таблетированных противодиабетических препаратов (A10B) и рынок НГЛТ-2 (A10BK).	Commercial Policy, and, accordingly, have obtained the status of the Product Authorized Distributor. For the avoidance of doubt, the Company does not restrict the marketing of the Product to the Product Authorized Distributors. Company Commercial Policy – the Company's local act describing the procedure for dealing with Distributors purchasing any Company product (including a Product) or applying for a supply agreement, and the Company's commercial terms and conditions. Procedure – this Appendix to the Company's Commercial Policy describing the process for selecting distributor(s) to sell the Product in the Preferred Channel in the Russian Federation. 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 Authorized Distributor(s) deliver the Product after its purchase from the Company for subsequent sale of the Product by such business entities in the Preferential Distribution Channel within the Russian Federation. Reporting Period – as the first reporting period for the new model, the Company shall recognize the period from January 09, 2023 to March 31, 2023, then the period from April 01 of a calendar year to March 31 of the next calendar year ("Financial Year"). Commodity (product) market – includes the total market for antidiabetic drugs (A10) including the market for tablet antidiabetic drugs (A10B) and the market for SGLT2 (A10VC).
СТАТЬЯ 2 – ЦЕЛИ И ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ. Процедура является документом, регулирующим принципы деятельности Компании с целью создания максимально понятных, обоснованных и прозрачных общих условий реализации Продукта и недопущения дискриминации на Товарном (продуктовом) рынке. Процедура составляет неотъемлемую часть Коммерческой политики Компании. Задачи введения Процедуры, следующие: • закрепление основных требований к дистрибуции Продукта на территории Российской Федерации; и • формализация недискриминационного подхода Компании к отбору Авторизованных дистрибьюторов Продукта.	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 the Product and to avoid discrimination on the Commodity (product) market. The Procedure is an integral part of the Company's Commercial Policy. The objectives of the Procedure are as follows: • consolidation of the basic requirements for the distribution of the Product in the Russian Federation; and • formalization of the Company's non-discriminatory approach to the selection of Product Authorized Distributors.
СТАТЬЯ 3 – ПОРЯДОК ПРИНЯТИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ.	ARTICLE 3 - ACCEPTANCE AND AMENDMENT PROCEDURES.

Процедура является внутренним документом Компании, действие которого распространяется на работников Компании, прямо или косвенно вовлечённых во вступление/продление договорных отношений с Авторизованным(-и) дистрибьютором (-ами) Продукта. В случае противоречия положений Процедуры положениям иных документов, используемых Компанией, положения Процедуры имеют приоритет в части описания конкретных критериев, используемых для отбора Авторизованного (-ых) дистрибьютора (-ов) Продукта, и процедуры проведения отбора. В других документах требования, предъявляемые к Авторизованным дистрибьюторам Продукта, могут быть сформулированы в более общем виде и/или могут отражать особенности договора поставки в части Продукта (включая заверения и гарантии), что может быть оправдано целями создания таких иных документов. Однако, как указано выше, сама процедура отбора Авторизованного дистрибьютора Продукта должна проводиться в соответствии с критериями, изложенными в Процедуре.	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 Product Authorized 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 Product Authorized Distributor(s) and the selection procedure. Other documents may set out the requirements for Product Authorized Distributors in more general terms and/or may reflect the specifics of a supply contract in relation to the Product (including representations and warranties), as may be justified by the purpose of drafting such other documents. However, as stated above, the Product Authorized Distributor selection procedure itself shall be conducted in accordance with the criteria set out in the Procedure.
РАЗДЕЛ II – ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ВЫБРАННОЙ МОДЕЛИ ДИСТРИБЬЮЦИИ ПРОДУКТА	SECTION II - ECONOMIC JUSTIFICATION OF THE CHOSEN PRODUCT DISTRIBUTION MODEL
СТАТЬЯ 4 – ОПИСАНИЕ СПЕЦИФИКИ ПРОДУКТА.	ARTICLE 4 - PRODUCT DESCRIPTION
Продукт представляет собой ингибитор натрийзависимого переносчика глюкозы 2 типа (НГЛТ-2), входит в группу препаратов A10BK для лечения сахарного диабета 2 типа. Суглат (ипраглифлозин) рекомендован для лечения СД2 с целью улучшения контроля гликемии. Применение ипраглифлозина в лечении пациентов с СД2 способствует клинически и статистически значимому улучшению как гликемического контроля, повышая вероятность достижения индивидуальных целевых параметров гликемии, так и значимому улучшению многочисленных факторов кардиометаболического риска (снижению массы тела, уровня артериального давления, коррекции профиля липидов крови), а также уменьшению стеатогепатита и фиброза печени у пациентов с СД2 и признаками неалкогольной жировой болезни печени. Ипраглифлозин – единственный ингибитор НГЛТ2, доказавший в многоцентровом контролируемом исследовании эффективность в значимом уменьшении фиброза печени, а также разрешении неалкогольного стеатогепатита (без прогрессирования фиброза) и предупреждении новых случаев стеатогепатита у пациентов с сахарным диабетом 2 типа (в том числе по данным морфологических изменений). Компания реализует Продукт в адрес оптовых покупателей, которые осуществляют его последующую перепродажу. Продукт реализуется как в коммерческий канал фармацевтического рынка (через аптечные учреждения и электронные сервисы заказа фармацевтических препаратов для конечных потребителей - электронные площадки), так и Льготный канал. При этом Компания	The Product is a SGLT2 inhibitors (SGLT2) and is part of the A10BK group of drugs for the treatment of type 2 diabetes. Suglat (Ipragliflozin) is recommended for the treatment of Diabetes mellitus2 to improve glycaemic control. The use of Ipragliflozin in the treatment of diabetes mellitus type 2 patients contributes to clinically and statistically significant improvement of both glycaemic control, increasing the likelihood of achieving individual target glycaemic parameters, and significant improvement in multiple cardiometabolic risk factors (reduction in body weight, blood pressure, blood lipid profile correction), and reduction in steatohepatitis and liver fibrosis in patients with diabetes mellitus type 2 and evidence of non-alcoholic fatty liver disease. Ipragliflozin is the only SGLT2 inhibitor proven in a multicentre controlled trial to be effective in significantly reducing liver fibrosis as well as resolving non-alcoholic steatohepatitis (without fibrosis progression) and preventing new cases of steatohepatitis in patients with type 2 diabetes (including as measured by morphological changes). The company sells the Product to wholesalers for subsequent resale. The Product is marketed both in the commercial pharmaceutical market channel (through pharmacies and electronic services for ordering pharmaceuticals for end users - e-marketplaces) and the Reimbursement Channel. However, the Company shall set different conditions for the release (delivery) of the Product to the buyers based on its commercial strategy and

устанавливает различные условия отпуска (поставки) Продукта покупателям, основываясь на своей коммерческой стратегии и Коммерческой политике на недискриминационных условиях внутри каждого канала.

Продукт включен в Перечень жизненно необходимых и важнейших лекарственных препаратов для медицинского применения.

Компания видит необходимость и осознаёт значимость дистрибьюторского звена для реализации следующих задач: (1) расширение доли рынка Продукта и увеличение потенциального объёма продаж Продукта, в том числе, посредством реализации Продукта в Льготный канал (2) развитие Льготного канала реализации, как приоритетного, с долей порядка 60% в товарообороте Продукта (3) создание синергетического эффекта при продвижении Продукта путём привлечения соответствующих ресурсов дистрибьюторов, их опыта в дистрибуции сходных групп фармацевтических препаратов, понимания специфики Продукта, в том числе, при реализации в Льготный канал на территории Российской Федерации .

В целях обеспечения гарантированной доступности Продукта при осуществлении реализации в Льготный канал на территории Российской Федерации с учетом обязательств Компании перед заводами-производителями Продукта, связанных, с одной стороны, с необходимостью обеспечения их загруженности посредством выполнения требований к производству минимальной партии Продукта, производимой на заводе, и, с другой стороны, с требованием не превышать соответствующие объёмы 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 объёмов закупки Продукта с целью последующей реализации в Льготном канале на территории Российской Федерации во избежание рисков дефектуры и не исполнения обязательств перед государственными/муниципальными заказчиками. В то же время, в результате, Компания получит стабильный объём сбыта Продукта в Льготный канал, соответствующий тому, который запланирован для реализации на территории Российской Федерации в Отчетный период, что приведёт к стабильности поставок на рынке Государственных закупок.

Компании также важно обеспечить доступность Продукта в аптечных учреждениях и на электронных площадках. При этом данная Процедура в отношении отбора Авторизованных дистрибьюторов Продукта применяется исключительно к отбору дистрибьюторов, намеренных поставлять Продукт в Льготный канал ввиду его стратегической коммерческой значимости для Компании.

Commercial Policy on a non-discriminatory basis within each channel.

The Product is included in the List of Vital and Essential Medicines for medical use.

The Company identifies the importance and necessity of the distribution link in order to achieve the following objectives: (1) expansion of the market share of the Product and increase in the potential sales volume of the Product, including through selling the Product into the Reimbursement Channel (2) development of the Preferential sales channel as a priority, with a share of about 60% in the Product turnover (3) creation of synergy in promoting the Product by attracting appropriate resources of distributors, their experience in distribution of similar pharmaceutical groups, understanding of the Product, including sales into the Reimbursement Channel in the Russian Federation.

In order to ensure the guaranteed availability of the Product when selling into the Reimbursement Channel in the Russian Federation, taking into account the Company's obligations in relation to the factories producing the Product, on the one hand, to ensure their workload by meeting the minimum batch production requirements for the Product produced by the factory and, on the other hand, with the requirement not to exceed the relevant volumes to avoid additional workload on the plants to the prejudice of other territorial markets, as well as to avoid additional costs of the manufacturing plants to increase the number of personnel and capacity for additional production, the Company considers it economically reasonable and justified to engage a limited number of Distributors to provide the necessary volume of purchase of the Product for subsequent sales in the Reimbursement Channel in the Russian Federation in order to avoid the risks of defects and failure to fulfil obligations due to state/municipal customers. At the same time, as a result, the Company will have a stable sales volume of the Product in the Reimbursement Channel, corresponding to that planned for sales in the Russian Federation during the Reporting Period, which will lead to a stable supply in the Public Procurement market.

It is also important for the company to ensure that the Product is available in pharmacies and on electronic platforms. However, this procedure with respect to the selection of Product Authorized Distributors shall be applicable only to the selection of distributors who intend to supply Product to the Preference Channel due to its strategic commercial relevance to the Company.

СТАТЬЯ 5 – ОПИСАНИЕ ВЫБРАННОЙ МОДЕЛИ ДИСТРИБЬЮЦИИ.	ARTICLE 5 - DESCRIPTION OF THE CHOSEN DISTRIBUTION MODEL
Вводя Процедуру, Компания руководствуется следующими экономическими целями: -обеспечить наличие Продукта, доступного для реализации в рамках процедуры Государственных закупок в Отчетном периоде в необходимом объёме, который прогнозируется на основе данных о бюджете, выделяемом на закупку данной группы лекарственных средств; -построить эффективную систему логистики и планирования поставок Продукта с целью обеспечения потребностей Государственных закупок и исключения срывов поставок, приводящих к отсутствию Продукта у конечного получателя-пациента; - обеспечить стабильный объем сбыта Продукта в рамках процедур Государственных закупок, который необходим как Компании, так и заводам производителям Продукта; При этом Компания никаким образом не стремится ограничить конкуренцию между дистрибьюторами Продукта, а также доступ кандидатов к Процедуре отбора на роль Авторизованного дистрибьютора Продукта. 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 Продукта, предполагаемого к поставке на территории Российской Федерации в рамках Льготного канала в определенный временной период (Отчетный период, устанавливаемый Компанией). Учитывая цели выбранной модели дистрибьюции, наиболее эффективное распространение Продукта может быть достигнуто при условии определения в качестве Авторизованных дистрибьюторов Продукта тех Дистрибьюторов, которые наилучшим образом отвечают критериям, указанным в Разделе III Процедуры, и способны взять на себя обязательства по закупке необходимого объема Продукта для дальнейшей реализации в рамках Льготного канала.	The Company is guided by the following economic objectives by implementing the Procedure: - provide the Product available for sale in the Public Procurement procedure in the Reporting Period in the required amount, which is expected on the basis of the budget allocated to the procurement of this group of medicines; - establish an efficient logistics and supply planning system for the Product to meet the needs of Public Procurement and avoid supply disruptions resulting in the absence of the Product from the final beneficiary-patient - ensure a stable volume of sales of the Product through Public Procurement procedures, which are required by both the Company and the factories producing the Product; However, the Company does not in any way seek to restrict competition between distributors of the Product or the access of candidates to the Selection Procedure for the role of Product Authorized Distributor. The Procedure provides equal opportunities for all persons with the necessary expertise and resources to submit their commercial proposals. Those who offer the best terms according to the criteria described in Section III of the Procedure undertake to repurchase the volume of the Product intended to be delivered in the Russian Federation under the Reimbursement Channel during a certain time period (the Reporting Period, as determined by the Company). Given the objectives of the chosen distribution model, the most efficient distribution of the Product can be achieved by identifying as Product Authorized Distributors those Distributors who best meet the criteria set out in Section III of the Procedure and are able to undertake to purchase the necessary volume of Product for further distribution within the Reimbursement Channel.
СТАТЬЯ 6 – ОПИСАНИЕ ОСНОВНЫХ ОБЯЗАННОСТЕЙ АВТОРИЗОВАННЫХ ДИСТРИБЬЮТОРОВ ПРОДУКТА	ARTICLE 6 - DESCRIPTION OF THE MAIN RESPONSIBILITIES OF PRODUCT AUTHORISED DISTRIBUTORS
Авторизованные дистрибьюторы Продукта являются профессиональными перепродавцами Лекарственных препаратов на рынке Российской Федерации. Авторизованные дистрибьюторы Продукта - это юридические лица, которые принимают на себя определенные обязательства в отношении условий дальнейшего хранения, обращения, транспортировки, распространения Продукта. Для выполнения таких обязательств Дистрибьюторы должны иметь возможность обеспечить соответствующие условия хранения и транспортировки Продукта, бесперебойность его доставки во Вторичные каналы сбыта или напрямую заказчику в рамках конкурсной процедуры на основании государственного	Product Authorized Distributors are professional resellers of Medicines in the Russian Federation market. Product Authorized Distributors are legal entities that undertake certain obligations in relation to the conditions of further storage, handling, transport, distribution of the Product. In order to fulfill such obligations, Distributors shall be able to provide adequate storage and transportation for the Product, uninterrupted delivery to the Secondary Distribution Channels or directly to the customer through a competitive government contract procedure, and have an appropriate level of financial security, properly trained personnel allocated to the distribution of the Product, and invest their own resources in the

контракта, и обладать соответствующим уровнем финансовой обеспеченности, надлежащим образом обученным персоналом, выделенным для распространения Продукта, а также вкладывать собственные ресурсы в развитие данного канала сбыта Продукта. Основные характеристики Авторизованного дистрибьютора Продукта заключаются в следующем: • Дистрибьютор готов обеспечивать выкуп гарантированного объема Продукта для дальнейшей реализации в рамках Льготного канала, а также в случае необходимости - увеличивать материально-технические ресурсы (например, расширять региональную сеть дистрибуции или модернизировать складские помещения в целях соблюдения условий хранения Продукта); • Авторизованный дистрибьютор Продукта имеет опыт в реализации лекарственных препаратов терапевтической группы А10ВК. • Авторизованный дистрибьютор Продукта имеет в своем штате сотрудников, ответственных за организацию продаж Продукта во Вторичные каналы сбыта, а также, за обеспечение участия Авторизованного дистрибьютора Продукта в конкурсных процедурах Льготного канала. • Авторизованный дистрибьютор Продукта имеет развитую географическую сеть Вторичных дистрибьюторов, позволяющую Авторизованному дистрибьютору Продукта 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 Продукта. Авторизованный дистрибьютор Продукта умеет управлять товарными остатками, не допуская отсутствия Продукта на своём складе и обеспечивая всех Вторичных дистрибьюторов с учетом потребностей Льготного канала.	development of that distribution channel for the Product. The main characteristics of a Product Authorized Distributor are as follows: • The Distributor is prepared to ensure the purchase of a guaranteed volume of the Product for further sale under the Reimbursement Channel and, if necessary, to increase logistical resources (e.g. by expanding the regional distribution network or by upgrading storage facilities in order to meet the storage conditions of the Product); • The Product Authorized Distributor is experienced in selling medicines of the therapeutic group A10BK. • The Product Authorized Distributor shall have personnel responsible for arrangement of sales of the Product to the Secondary Distribution Channels and for ensuring the participation of the Product Authorized Distributor in the competitive procedures of the Preferential Distribution Channel. • The Product Authorized Distributor shall have an extensive geographical network of Secondary Distributors enabling the Product Authorized Distributor to perform maximum coverage of the territory 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 Product. The Product Authorized Distributor is able to manage inventory by ensuring that the Product is not out of stock and providing all Secondary Distributors with the needs of the Reimbursement Channel.
РАЗДЕЛ III – КРИТЕРИИ ОТБОРА АВТОРИЗОВАННЫХ ДИСТРИБЬЮТОРОВ ПРОДУКТА	SECTION III - SELECTION CRITERIA FOR PRODUCT AUTHORISED 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 Продукта, который будет закупаться Авторизованными дистрибьюторами Продукта с целью последующей реализации в рамках Льготного канала. Отказ либо уклонение от заключения (продления) договора с потенциальными– Авторизованными	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 to the Product to be purchased by Product Authorized Distributors for onward sale under the Reimbursement Channel. Refusal or evasion to enter into (renewal of) an agreement with potential Product Authorized Distributors in relation to the Product shall be based on

дистрибьюторами Продукта в части Продукта 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 Авторизованный дистрибьютор Продукта не соответствует критериям, предусмотренным Процедурой); (б) вызваны объективным отсутствием возможности производства или поставок Продукта; (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 Авторизованных дистрибьюторов Продукта. 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 Процедуре. Компания оставляет за собой право задействовать дополнительные и/или иные применимые инструменты оценки.	the requirements of the Federal Law on Protection of Competition and shall be permitted in case of such refusal or evasion: (a) are economically or technologically justified (including in case of a potential Product Authorized Distributor not meeting the criteria set out in the Procedure); (b) are caused by an objective lack of ability to manufacture or supply the Product; (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 in selecting potential Product Authorized 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 1 to the Procedure. The Company reserves the right to make use of additional and/or other applicable assessment tools.
СТАТЬЯ 7 – БАЗОВЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К АВТОРИЗОВАННОМУ ДИСТРИБЬЮТОРУ ПРОДУКТА	ARTICLE 7 - BASIC REQUIREMENTS TO PRODUCT AUTHORISED DISTRIBUTOR
<u>7.1. Территориальный охват деятельности Авторизованного дистрибьютора Продукта.</u> Посредством данного критерия оценивается количество территорий, на которые потенциальный Авторизованный дистрибьютор Продукта осуществляет прямые поставки продукции, относящейся к Товарному (продуктовому) рынку A10. Под территорией понимается субъект Российской Федерации. При этом территория деятельности Авторизованного дистрибьютора Продукта определяется им самостоятельно, исходя из своих рыночных предпочтений. Применение данного критерия не означает влияния Компании на определение Авторизованным дистрибьютором Продукта территории, на которой он действует. Территориальный охват используется только для целей оценки потенциального Авторизованного дистрибьютора Продукта на предмет готовности обеспечить максимальной охват территории Российской Федерации.	<u>7.1. Territorial scope of the Product Authorized Distributor's activities.</u> This criterion assesses the number of territories to which the potential Product Authorized Distributor directly supplies products belonging to the Commodity (product) market A10. Territory refers to a constituent entity of the Russian Federation. The territory where the Product Authorized Distributor operates shall be determined by the Authorized Distributor on the basis of its market preference. The application of this criterion does not constitute an influence by the Company on the Product Authorized Distributor's determination of the territory in which it operates. Territorial coverage is used only for the purpose of evaluating a potential Product Authorized Distributor for its readiness to provide maximum coverage of the territory of the Russian Federation.
<u>7.2. Эффективность сбытовой структуры Авторизованного дистрибьютора Продукта.</u> Посредством данного критерия оценивается наличие у потенциального Авторизованного дистрибьютора Продукта развитой географической сети Вторичных дистрибьюторов, позволяющей потенциальному Авторизованному дистрибьютору Продукта осуществить максимальный охват территории Российской Федерации. Более подробно содержание и назначение данного критерия описано в статье 6 раздела II Процедуры.	<u>7.2. The efficiency of the sales structure of the Product Authorized Distributor.</u> This criterion shall be used to assess whether the potential Product Authorized Distributor has an extensive geographical network of Secondary Distributors enabling the potential Product Authorized Distributor to perform maximum coverage of the territory of the Russian Federation. The content and purpose of this criterion shall be described in more detail in Article 6 of Section II of the Procedure.
<u>7.3. Прозрачность бизнес процессов Авторизованного Дистрибьютора Продукта.</u>	<u>7.3. Transparency of the Product Authorized Distributor business processes.</u>

Посредством данного критерия оценивается история взаимодействия Компании с потенциальными Авторизованными дистрибьюторами Продукта по своевременному предоставлению отчётности, а также прохождению тренингов и аудитов Компании. Потенциальный Авторизованный дистрибьютор Продукта должен исполнять в Отчетный период нижеприведенные обязательства по детализации и срокам предоставления отчетности (в том случае, если Авторизованный дистрибьютор Продукта уже закупает какие – либо товары у Компании), либо взять на себя такие обязательства: • обязательство по предоставлению ежемесячной отчетности о продажах и движении Продукта (до 10-го числа текущего месяца за предыдущий месяц). Отчет должен включать следующую информацию: период, за который предоставляется отчёт, количество проданного Продукта (в упаковках) с разбивкой по вторичным покупателям с указанием адресов отгрузки, с разбивкой по всем формам (дозировкам) Продукта; • обязательство по предоставлению ежемесячной отчетности об остатках Продукта 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); • готовность предоставлять подтверждающую информацию о выигранных аукционах, а также, подтверждающую информацию в случае поставки Продукта для государственных и муниципальных нужд и/или нужд организации, получающей государственное финансирование на не аукционной основе (в частности, копию финального протокола аукциона, копию контракта, подтверждающего обязательство Авторизованного дистрибьютора Продукта / его субдистрибьютора поставить Продукт в адрес государственного / муниципального заказчика и иные документы, подтверждающие государственную или муниципальную закупку Продукта); • 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 Авторизованным дистрибьютором Продукта (в частности подтверждение о заключенных договорах со вторичными дистрибьюторами);	This criterion is used to assess the Company's history of interaction with potential Product Authorized Distributors in terms of timely reporting and completion of Company training and audits. A potential Product Authorized Distributor shall comply during the Reporting Period with the reporting obligations set out below (if the Product Authorized Distributor is already purchasing any goods from the Company), or undertake such obligations: • the obligation to submit monthly reports on Product sales and movements (by the 10th of the current month for the previous month). The report shall include the following information: the period for which the report is submitted, the quantity of the Product sold (in packs) broken down by secondary purchasers with shipment addresses, broken down by all forms (dosages) of the Product; • the obligation to provide monthly reports of the Product's balances in its warehouse (by the 10th day of the current month as at the time of reporting). The report shall include the following information: the date of the report, the number of packs on the balance of each branch (if available); • readiness to provide supporting information about successful tenders, as well as supporting information in case of delivery of the Product for state and municipal needs and/or the needs of entities receiving state funding on a none-bid basis (in particular, a copy of the final minutes of the tender, a copy of the contract confirming the obligation of the authorised distributor/ sub-distributor to supply the Product to the state/municipal customer and other documents confirming the state or municipal purchase of the Product); • 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 organises them; readiness to provide documentation in support of the fulfilment of the conditions of selection by the Product Authorized Distributor (in particular confirmation of the contracts concluded with the secondary distributors);
<u>7.4. Суммарный рейтинг Авторизованного дистрибьютора Продукта в общем объёме заключенных контрактов с государственным/муниципальным</u>	<u>7.4. Total rating of the Product Authorized Distributor in the total volume of contracts concluded with the state/municipal customer (all state procurement markets for medicines in total).</u>

<u>заказчиком (все рынки гос. закупок лекарственных препаратов в целом).</u> Данный критерий учитывает стоимость всех выигранных за установленный период потенциальным Авторизованным дистрибьютором Продукта тендеров (заключенных контрактов по итогам состоявшихся тендеров) на закупку лекарственных средств, относящихся к различным рынкам, в рублях без учета НДС по данным ИАС Госзакупки или иных аналогичных систем за финансовый год, предшествующий заявке, с присвоением соответствующего пункта внутреннего рейтинга.	This criterion takes into account the value of all tenders won by a potential Product Authorized Distributor during a set period (contracts concluded as a result of tenders held) for the purchase of medicinal products belonging to different markets in Russian rubles (VAT exempt) according to the State Procurement Information System or other similar systems for the financial year preceding the application, assigning a relevant internal rating point.
<u>7.5. Суммарный рейтинг Авторизованного дистрибьютора Продукта в общем объеме заключенных контрактов с государственным/муниципальным заказчиком по препаратам, относящимся к Товарному (продуктовому) рынку A10.</u>	<u>7.5. Total rating of the Product Authorized Distributor in the total volume of contracts concluded with the state/municipal customer for products belonging to Product Market A10.</u>
<u>7.6. Суммарный рейтинг потенциального Авторизованного дистрибьютора Продукта в общем объеме заключенных контрактов с государственным/муниципальным заказчиком по препаратам, относящимся к Товарному (продуктовому) рынку A10B, а также доля таких контрактов в суммарном объеме заключенных потенциальным Авторизованным дистрибьютором Продукта контрактов с государственным/муниципальным заказчиком.</u> Критерии, описанные в п.п. 7.5. и 7.6. учитывают стоимость всех выигранных за установленный период потенциальным Авторизованным дистрибьютором Продукта тендеров по препаратам, относящимся к Товарному (продуктовому) рынку (заключенных контрактов по итогам состоявшихся тендеров) в рублях без учета НДС по данным ИАС Госзакупки или иных аналогичных систем за финансовый год, предшествующий заявке, с присвоением соответствующего пункта внутреннего рейтинга.	<u>7.6. The aggregate rating of the potential Product Authorized Distributor in the total volume of contracts concluded with the state/municipal customer for products belonging to Commodity (product) market A10B as well as the share of such contracts in the total volume of contracts concluded by the potential Product Authorized Distributor with the state/municipal customer.</u> The criteria described in clauses 7.5. and 7.6. consider the value of all tenders won by a potential Product Authorized Distributor in the Commodity (product) market (concluded contracts based on the results of the held tenders) in Russian rubles (VAR exempt) according to the State Procurement Information System or other similar systems for the financial year preceding the application, assigning the relevant internal ranking item.
<u>7.7. Объем заключенных контрактов потенциального Авторизованного дистрибьютора Продукта с государственным/муниципальным заказчиком по препаратам, относящимся к Товарному (продуктовому) рынку A10BK.</u> Критерий 7.7 оценивает активность потенциального Авторизованного дистрибьютора Продукта по заключению контрактов с государственным/муниципальным заказчиком по препаратам, относящимся к Товарному (продуктовому) рынку A10BK. При оценке учитывается стоимость всех выигранных за установленный период потенциальным Авторизованным дистрибьютором Продукта тендеров на закупку лекарственных средств, относящихся к Товарному (продуктовому) рынку A10BK (заключенных контрактов по итогам состоявшихся тендеров), в рублях без учета НДС по данным ИАС Госзакупки или иных аналогичных систем за финансовый год, предшествующий заявке.	<u>7.7. Volume of contracts concluded by a potential Product Authorized Distributor with a state/municipal customer for products belonging to the Commodity (product) market A10BK.</u> Criterion 7.7 assesses the activity of a potential Product Authorized Distributor in contracting with a government/municipal customer for products within the Product Market A10BK. The value of all tenders won by a potential Product Authorized Distributor or the procurement of medicinal products belonging to Product Market A10BK (concluded contracts based on the results of held tenders), in Russian rubles (VAT exempt) according to the State Procurement Automated System or other similar systems for the financial year preceding the application, shall be considered in the course of evaluation.
<u>7.8. Опыт работы Авторизованного Дистрибьютора Продукта с лекарственными препаратами на тендерном рынке (весь рынок лекарственных препаратов).</u>	<u>7.8. Experience of working as Product Authorized Distributor with medicines in the tender market (the total market for medicines).</u>

Данный критерий оценивает продолжительность (в годах) опыта распространения лекарственных препаратов на тендерном рынке.	This criterion estimates the duration (in years) of experience in distributing medicines on the tender market.
<u>7.9. Наличие полевых сотрудников.</u> С целью выполнения Авторизованным дистрибьютором Продукта обязательства по выкупу Продукта, а также его последующей реализации в рамках Льготного канала при подаче коммерческого предложения потенциальный Авторизованный дистрибьютор Продукта представляет сведения, которые должны свидетельствовать о его потенциальной возможности осуществлять взаимодействие с учреждениями, осуществляющими Государственные закупки по всей территории Российской Федерации. 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>7.9. Availability of field staff.</u> In order for the Product Authorized Distributor to fulfill its obligation to repurchase the Product as well as to subsequently sell it within the Reimbursement Channel, the potential Product Authorized Distributor shall submit information when submitting a quotation which shall indicate its potential ability to interact with the Public Procurement agencies throughout the Russian Federation. 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 потенциального Авторизованного дистрибьютора Продукта по всей поставленной продукции Компании за финансовый год, предшествующий дате заявки. В отсутствие таких «исторических» данных финансовая дисциплина потенциального Авторизованного Дистрибьютора Продукта оценивается на основании данных, полученных из внешних источников в соответствии с п.8.2.	<u>8.1. Financial discipline in paying for the Products.</u> The financial discipline assessment shall take into account, in addition to the general criteria set out in the Company's Commercial Policy, the existence of agreed requests by the Distributor to the Company to reschedule payments and the cumulative percentage of payments on such requests as a percentage of the potential Product Authorized Distributor total shipments of all products supplied by the Company for the financial year preceding the date of the request. In the absence of such "historical" data, the financial discipline of the potential Product Authorized Distributor shall be assessed on the basis of data obtained from external sources in accordance with clause 8.2.
<u>8.2. Финансовая дисциплина на основании внешних данных.</u> При оценке финансовой дисциплины учитывается средний размер просроченной задолженности (кредитная история) потенциального Авторизованного дистрибьютора Продукта в процентах от общей стоимости закупленной продукции на основании данных АИРМ за финансовый год, предшествующий заявке, а также данные системы СПАРК.	<u>8.2. Financial discipline based on external data.</u> The financial discipline assessment takes into account average amount in arrears (credit history) of a potential Product Authorized Distributor 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.
СТАТЬЯ 9 – ОБЪЕМ ОБЯЗАТЕЛЬСТВ ПО ВЫКУПУ ПРОДУКЦИИ.	ARTICLE 9 - VOLUME COMMITMENT
<u>9.1 Общий объем Продукта, предполагаемой к приобретению.</u> Потенциальный Авторизованный дистрибьютор Продукта информирует Компанию об объеме Продукта, который он готов закупить в запрошенный Компанией период с целью последующей реализации закупленного Продукта в Льготный канал. Стоимость Продукта рассчитывается по ценам, указанным в прайс-листе Компании, действующем на момент расчета.	<u>9.1 The total volume of the Product to be purchased.</u> The potential Product Authorized Distributor shall notify the Company of the volume of the Product that they are willing to purchase in requested period for the purpose of selling the purchased Product into the Reimbursement Channel. The Product price 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 Авторизованных дистрибьюторов Продукта, Компания разработала систему объективных критериев, на основании которых осуществляется оценка кандидатов в Авторизованные дистрибьюторы Продукта (см. Раздел III Процедуры, а также Приложение 1). В связи с задачей увеличения доли рынка и объёма продаж Продукта, необходимостью привлечения максимально профессиональных партнеров, а также, учитывая существенный объем обязательств потенциальных Авторизованных дистрибьюторов Продукта, 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 Продукту и будут готовы предоставить требуемые в соответствии с Процедурой сведения и документы. Лицо, желающее стать Авторизованным дистрибьютором Продукта и заключить соответствующий договор на поставку Продукта, должно предоставить документы и сведения, указанные в Приложении 1, за подписью уполномоченного лица и печатью (если применимо), подтверждающие соответствие критериям, перечисленным в Приложении 1, если их оценка должна производиться на основании сведений от потенциальных Авторизованных дистрибьюторов Продукта. Документы и сведения предоставляются в срок, установленный Компанией и сообщённый дистрибьюторам. В Приложении 1 приведен примерный перечень документов и сведений, которые могут быть представлены для подтверждения соответствия критериям, при этом потенциальный Авторизованный дистрибьютор Продукта вправе представить любые иные и/или дополнительные документы, которые он сочтет приемлемыми и необходимыми для подтверждения факта соответствия изложенным в Приложении 1 критериям. Выбор Авторизованных дистрибьюторов Продукта осуществляется в следующем порядке: (1) Расчёт суммы баллов по каждому кандидату в Авторизованные дистрибьюторы Продукта, направившему заявку в установленный Компанией срок, в соответствии со скоринговой шкалой, (2) Ранжирование кандидатов в Авторизованные дистрибьюторы Продукта по сумме набранных баллов от наибольшего к наименьшему, (3) Выбор по ранжированному списку (двигаясь от кандидатов с наибольшей суммой баллов к кандидатам с наименьшей суммой) фиксированного количества Авторизованных дистрибьюторов Продукта, суммарный гарантированный объём закупки Продукта с целью последующей реализации в Льготный канал которыми (нарастающим итогом),	In order to avoid discrimination in the selection of the Product Authorized Distributors, the Company has developed a system of objective criteria on the basis of which candidates for the Product Authorized Distributors are evaluated in clause "Applicants for the Product Authorized Distributors" (see Section III Procedures as well as Appendix 1). Due to the objective of increasing the market share and sales volume of the Product, the need to attract the most professional partners, and given the significant commitment of potential Product Authorized Distributors, the Company shall be entitled to independently determine the range of potential persons to participate in this procedure and submit relevant offers to them. However, the Company is prepared to consider and evaluate offers from other persons who express interest in the Product and are willing to provide the information and documents required by the Procedure. A person who intends to become Product Authorized Distributor and conclude a corresponding contract for the delivery of the Product shall provide the documents and information listed in Appendix 1, signed and sealed by an authorized person (if applicable), confirming compliance with the criteria listed in Appendix 1, in case their evaluation shall be based on the information from potential Product Authorized Distributors. Documents and information shall be submitted within the deadline set by the Company and communicated to the distributors. Appendix 1 provides an indicative list of the documents and information that may be submitted to demonstrate compliance with the criteria, and the prospective Product Authorized Distributor may submit any other and/or additional documents that it considers acceptable and necessary to demonstrate compliance with the criteria set out in Appendix 1. The choice of Product Authorized Distributors shall be made as follows: (4) Calculation of the score for each candidate for the Product Authorized Distributor who submits an application by the deadline set by the Company, according to a scoring scale, (5) Ranking the candidates for the Product Authorized Distributors according to the total number of scores, from the highest to the lowest, (6) Selecting from a ranked list (moving from the candidates with the highest total points to the candidates with the lowest total points) a fixed number of the Product Authorized Distributors, the total guaranteed purchase volume of the Product for subsequent sale into the Reimbursement Channel (on an ascending basis), will enable the Company to ensure sales volume as planned and to load the manufacturing plant, taking into account
---	--

позволит Компании обеспечить объем сбыта в соответствии с запланированным, а также загрузить завод-производитель с учётом требований, описанных в разделе II Процедуры. Оценка заявок потенциальных Авторизованных дистрибьюторов Продукта и предоставленных ими документов осуществляется ответственными сотрудниками Компании, участвующими в процедуре отбора дистрибьюторов согласно Коммерческой политике Компании (Комитет 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 Авторизованного дистрибьютора Продукта, 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 кандидата в Авторизованные дистрибьютора Продукта условиям выполнения критерия. Каждому критерию задан коэффициент его значимости в зависимости от важности, с точки зрения цели проводимого отбора дистрибьюторов, а также степени его влияния при принятии решения. Присвоенный балл умножается на соответствующий коэффициент. Полученные таким образом баллы суммируются. Соответствующее соглашение, фиксирующее обязательство Авторизованного дистрибьютора Продукта по выкупу Продукта (план закупки Продукта), а также регламентирующее условия предоставления бонусов в отношении Продукта, будет заключено с Авторизованными дистрибьюторами Продукта, отобранными согласно порядку, приведенному в разделе IV Процедуры, пункты (1) – (3), при условии того, что такие Авторизованные дистрибьюторы Продукта примут на себя обязанность по выкупу необходимого объема Продукта, предполагаемого к реализации в рамках Льготного канала на территории Российской Федерации в Отчетный период. План закупки Продукта, предполагаемого к реализации в рамках Льготного канала, устанавливается Компанией для каждого Авторизованного дистрибьютора Продукта, отобранного согласно порядку, приведенному в разделе IV Процедуры, пункты (1) – (3). План закупки фиксируется в соответствующем соглашении между Компанией и Авторизованным дистрибьютором	the requirements described in Section II of the Procedure. The applications of potential Product Authorized Distributors and the documents submitted by them shall be assessed by the responsible employees of the Company involved in the distributor selection procedure according to the Company's Commercial Policy (Distributor Committee). The evaluation procedure shall 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 shall be entitled to request from the person applying to become a Product Authorized Distributor clarifying information and supporting documents in relation to the information provided as well as to interview persons who can provide and/or corroborate this or that 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 candidate for a Product Authorized Distributor meets the conditions for fulfillment of the criterion. Each criterion is given a coefficient of importance according to its importance, in terms of the purpose of the distributor selection being carried out, as well as the degree of its influence in the decision-making process. The score awarded shall be multiplied by the appropriate coefficient. These scores shall be added up. A corresponding agreement establishing the Product Authorized Distributor's obligation to repurchase the Product (Product Purchase Plan), as well as regulating the terms and conditions of benefits in respect of the Product, will be concluded with the Product Authorized Distributors selected pursuant to the procedure set out in section IV of the Procedure, points (1) to (3), provided that such Product Authorized Distributors undertake to repurchase the required volume of the Product intended to be sold under the Reimbursement Channel in the Russian Federation during the Reporting Period. The Product Purchase Plan for the Product to be sold under the Reimbursement Channel shall be established by the Company for each Product Authorized Distributor selected in accordance with the procedure set out in section IV of the Procedure, clauses (1) to (3). The Purchase Plan is established in the relevant agreement between the Company and the Product Authorized Distributor. The Purchase Plan recorded in the relevant agreement cannot exceed the volume of
--	---

Продукта. План закупки, зафиксированный в соответствующем соглашении, не может превышать объем Продукта, заявленный Авторизованным дистрибьютором Продукта в соответствии с требованиями статьи 9 Раздела III Процедуры.	the Product declared by the Product Authorized Distributor as required by Article 9 of Section III of the Procedure.
СТАТЬЯ 11 – ОСОБЕННОСТИ РАСТОРЖЕНИЯ СОГЛАШЕНИЯ С АВТОРИЗОВАННЫМ ДИСТРИБЬЮТОРОМ ПРОДУКТА.	ARTICLE 11 - SPECIAL TERMS OF THE TERMINATION OF THE AGREEMENT WITH THE PRODUCT AUTHORISED DISTRIBUTOR
Дополнительными основаниями (правом Компании) для расторжения Договора поставки в отношении Продукта является: - По истечении соответствующего Отчетного периода в случае недостижения Дистрибьютором Ключевой продукции согласованных планов закупки Продукта более чем на 10%, при одновременном невыполнении общего плана отгрузок Продукта Компанией. - Во время срока действия соглашения: наличие у Компании доказательств несоответствия действующего Авторизованного дистрибьютора Продукта условиям, изложенным в Процедуре, а также в случаях нарушения такого соглашения по основаниям и в порядке, предусмотренным действующим законодательством. При этом если расторжение соглашения происходит до момента окончания отчетного периода, то Компания вправе либо согласовать дополнительные объемы с другим дистрибьютором, либо провести повторный запрос коммерческих предложений и выбрать нового/дополнительного Авторизованного дистрибьютора Продукта на основании критериев, предусмотренных Процедурой. В том случае, если расторжение соглашения происходит со всеми Авторизованными дистрибьюторами Продукта, 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.	Additional reason for cancellation/termination of the Agreement in respect of the Product is: - After the expiration of the relevant Reporting Period, in case the 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 the Product. - During the term of the agreement: the Company has evidence that the current Product Authorized Distributor does not comply with the terms and conditions set out in the Procedure and in cases of breach of such agreement on the grounds and in the manner prescribed by applicable law. However, in case the termination of the agreement takes place before the end of the reporting period, the Company may either agree on additional volumes with another distributor or conduct a repeat request for proposals and select a new/additional Product Authorized Distributor based on the criteria stipulated in the Procedure. In case the termination of the agreement occurs with all Product Authorized Distributors, the Company shall be entitled both to carry out a new request for quotation and to withdraw from this distribution model. When reporting period (“finance year”) is over, the Company have the right to: (1) 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) 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. Авторизованные Дистрибьюторы Продукта уведомляются об изменениях в Процедуре посредством электронной почты. Компания обеспечивает конфиденциальность любых сведений, в том числе коммерческого, финансового или	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. Authorized Distributors of the Product shall be notified of changes to the Procedure by email. The Company shall protect the confidentiality of any information, including commercial, financial or

технического характера, которые были переданы Компании в рамках проведения процедуры оценки Авторизованного Дистрибьютора Продукта. Положения о конфиденциальности не распространяются на раскрытие информации, требуемое по закону надзорными, регулирующими 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.	technical information, which has been disclosed to the Company as part of the assessment process of the Authorized Product Distributor. 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 Авторизованных Дистрибьюторов Продукта.	Appendix No. 1 - Score System for the Evaluation of Authorized Product Distributors.