

**Торговая политика группы лиц ПАО «СИБУР Холдинг»
в отношении оптовой реализации нефтехимической продукции на
территории Российской Федерации**

Редакция № 1.0

**г. Москва
2023 г.**

Содержание:

1. Область применения.....	3
2. Реализация Продуктов	4
3. Каналы реализации Продуктов	4
4. Формирование цен и скидок на Продукты.....	7
5. Организация и планирование поставок Продуктов	10
6. Требования к потенциальным и действующим контрагентам Общества.....	11
7. Порядок утверждения Политики, внесения изменений (дополнений) в Политику	13
Приложение 1 Форма коммерческого регламента	14
Приложение 2 Декларация о целевом использовании продукта	16
Приложение 3 Форма заявки контрагента	17
Приложение 4 Список документов, предоставляемых контрагентами Обществу.....	18
Приложение 5 Карточка контрагента.....	21

1. Область применения

- 1.1. Торговая политика группы лиц ПАО «СИБУР Холдинг» (далее – Общество) в отношении оптовой реализации нефтехимической продукции, полученной из углеродного сырья в результате процесса переработки (каталитического крекинга, пиролиза и/или дегидрирования) нефти и ее фракций, попутного нефтяного газа, газового конденсата, широких фракций легких углеводородов и продуктов их ректификации (далее – Продукты), на территории Российской Федерации (далее – Политика) является основным документом, устанавливающим ключевые принципы и каналы реализации Продуктов, порядок заключения договоров поставки, а также сведения о принципах формирования цен и скидок на территории Российской Федерации.
- 1.2. В целях надлежащего и недвусмысленного толкования Политики под группой лиц ПАО «СИБУР Холдинг» понимается непосредственно ПАО «СИБУР Холдинг» и все его дочерние и зависимые общества, входящие в одну группу лиц с ПАО «СИБУР Холдинг» по основаниям, предусмотренным статьей 9 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции».
- 1.3. Целью Политики является обеспечение прозрачности сбытовой деятельности по оптовой реализации Продуктов.
- 1.4. Настоящая Политика является обязательной при реализации Продуктов, за исключением:
 - 1.4.1. товаров, на рынке которых доля Общества на момент заключения договора поставки составляет менее 35%;
 - 1.4.2. инновационных товаров.

Под инновационным товаром для целей настоящей Политики понимается новый или усовершенствованный Продукт, значительно отличающийся от Продукта, производившегося ранее (в частности, обладающий улучшенными физико-химическими свойствами, новым функциональным назначением), полученный в результате инновационной деятельности.

Под инновационной деятельностью для целей настоящей Политики понимается вся исследовательская (исследования и разработки), финансовая и коммерческая деятельность, направленная на создание новых или усовершенствованных продуктов (товаров, услуг), значительно отличающихся от продуктов, производившихся ранее и предназначенных для внедрения на рынке; новых или усовершенствованных бизнес-процессов, значительно отличающихся от соответствующих бизнес-процессов, используемых ранее.
- 1.5. Учитывая широкий ассортимент производимых Обществом Продуктов, а также условия их производства и хранения, транспортировку, физико-химические свойства и агрегатное состояние, условия обращения Продуктов на рынке Российской Федерации, Общество для целей применения настоящей Политики разрабатывает, согласует с ФАС и принимает в течение одного года с момента ее утверждения индивидуальные регламенты по реализации Продуктов, в отношении которых она действует, по форме, приведенной в приложении 1 к Политике, но в любом случае не противоречащие положениям настоящей Политики.
- 1.6. Настоящая Политика разработана с учетом требований:
 - 1.6.1. Гражданского кодекса Российской Федерации (ГК РФ);
 - 1.6.2. Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции»;

- 1.6.3. Федерального закона от 21.11.2011 № 325-ФЗ «Об организованных торгах».

2. Реализация Продуктов

- 2.1. Реализация Продуктов осуществляется в соответствии со следующими принципами:
 - 2.1.1. преимущественного удовлетворения потребностей контрагентов, приобретающих Продукты для их последующего использования в производственной деятельности на территории Российской Федерации;
 - 2.1.2. преимущественного удовлетворения потребностей контрагентов по договорам, основанным на формульном ценообразовании (далее – формульный договор поставки);
 - 2.1.3. равнодоступности и равных (недискриминационных) условий договоров для всех контрагентов, действующих на одном товарном рынке;
 - 2.1.4. недопустимости навязывания контрагентам условий договоров поставки на территории Российской Федерации, невыгодных для них или не относящихся к предмету указанных договоров;
 - 2.1.5. недопустимости экономически или технологически необоснованных отказов либо уклонения от заключения договоров с контрагентами в случае наличия возможности производства и поставки Продуктов.

3. Каналы реализации Продуктов

- 3.1. Общество осуществляет реализацию Продуктов с использованием следующих каналов:
 - 3.1.1. договоры поставки;
 - 3.1.2. неорганизованные торги;
 - 3.1.3. организованные (биржевые) торги.
- 3.2. В зависимости от канала реализации Общество может заключать следующие виды договоров:
 - 3.2.1. Формульный договор поставки;

формульный договор поставки – это соглашение с Обществом, которое наряду с подлежащими согласованию сторонами условиями поставки (наименование и количество Продукта, спецификация Продукта, базис поставки, порядок оплаты, график поставки) предусматривает порядок расчета цены на Продукты в соответствии с п. 4.8 настоящей Политики и обязательства сторон по поставке / выборке согласованных объемов в течение периода его действия.
 - 3.2.2. Спотовый договор поставки;

спотовый договор поставки – это соглашение / заявка, которое предусматривает определение цены на основе спотового ценообразования (формирование цен на основе текущей рыночной конъюнктуры в точке спроса) в отношении свободных объемов Продукта, нераспределенных между контрагентами по формульным договорам поставки, а равно договор, заключенный в рамках п. 3.4 и 3.5 настоящей Политики по правилам, применимым для соответствующего канала реализации Продуктов.
- 3.3. **Реализация Продуктов по договорам поставки**

- 3.3.1. Каждый контрагент имеет право по своему выбору заключить формульный или спотовый договор поставки.
- 3.3.2. Требования к контрагентам, намеревающимся заключить договор поставки, указаны в разделе 6 настоящей Политики.
- 3.3.3. В процессе реализации Продуктов Общество различает контрагентов, приобретающих Продукты для целей их переработки на мощностях, принадлежащих им на праве собственности либо ином вещном праве, и контрагентов, приобретающих Продукты для целей перепродажи либо иных нужд, не связанных с переработкой.
- 3.3.4. Контрагенты, приобретающие Продукты не для целей их переработки на мощностях, принадлежащих им на праве собственности либо ином вещном праве, на основании соглашения с Обществом могут выполнять определенные функции / задачи, направленные на обеспечение (включая, но не ограничиваясь):
- (а) продвижения Продукта на новые рынки (маркетинг, реклама и т.д.);
 - (б) развития отдельных продуктовых сегментов, а также клиентских сервисов;
 - (в) стабильного и непрерывного финансирования в рамках отгрузок Продукта клиентам (с использованием наиболее эффективных способов оплаты Продукта);
 - (г) развитие складской инфраструктуры; и
 - (д) других целей.
- 3.3.5. Для выполнения указанных в п. 3.3.4 настоящей Политики функций / задач Обществом устанавливаются и контролируются достижение ключевых показателей эффективности деятельности:
- (а) выполнение плана по объему реализованного Продукта;
 - (б) увеличение объема продажи новых Продуктов по результатам омологации на производственных мощностях клиентов;
 - (в) увеличение количества клиентов в определенном сегменте потребления;
 - (г) увеличение количества формульных договоров поставки между контрагентом и его клиентами, предусматривающих график поставок и обязательства сторон по поставке / выборке согласованных объемов в течение периода действия таких договоров;
 - (д) индекс удовлетворенности клиентов;
 - (е) развитие сервисов и компетенций, необходимых для эффективного продвижения Продукта на рынке (расширение программы сервисов, участие в тренингах Общества, организация мероприятий для клиентов, направленных на сбор и анализ обратной связи от клиентов).

Вышеуказанный перечень ключевых показателей эффективности деятельности, а также сведения, которые контрагент обязан предоставлять в подтверждение фактического выполнения ключевых показателей эффективности, устанавливаются в договоре поставки между Обществом и контрагентом и применяются недискриминационно при сопоставимых

условиях поставки Продукта и в отношении контрагентов, реализующих Продукты в одном и том же сегменте рынка.

3.4. Реализация Продуктов на неорганизованных торгах

- 3.4.1. Реализация Продуктов на неорганизованных торгах может осуществляться на электронной торговой площадке в соответствии с ГК РФ, а также правилами, действующими на электронной торговой площадке.
- 3.4.2. Реализация Продуктов на неорганизованных торгах осуществляется при соблюдении следующих условий:
- (а) торги проводятся в электронной форме в порядке и на условиях, обеспечивающих возможность участия любых заинтересованных лиц, соответствующих установленным конкурсной документацией критериям;
 - (б) заблаговременной (не менее, чем за сутки) публикации информации о планируемых к реализации объемах Продуктов на сайте электронной торговой площадки;
 - (в) преимущественного удовлетворения потребностей контрагентов, закупающих Продукты способом, указанным в п. 3.2.1 настоящей Политики;
 - (г) обязательной публикации результатов торгов на электронной торговой площадке.
- 3.4.3. По результатам торгов договоры поставки с контрагентами заключаются на условиях типовой формы договора поставки, прилагаемой к документации по аукциону, размещенной на электронной торговой площадке.

3.5. Реализация Продуктов на организованных (биржевых) торгах

- 3.5.1. Реализация продуктов на организованных (биржевых) торгах осуществляется в порядке, установленном Федеральным законом от 21.11.2011 № 325-ФЗ «Об организованных торгах» и биржевыми правилами организованных торгов.
- 3.5.2. Базисы и условия поставки Продуктов определяются в соответствии с договорами, заключенными на организованных торгах, с учетом правил, спецификаций товара, прочих документов, регламентирующих проведение организованных торгов.
- 3.5.3. Реализация Продуктов на организованных (биржевых) торгах осуществляется в объеме не менее величины, установленной совместным приказом федерального антимонопольного органа и федерального органа исполнительной власти, осуществляющего нормативно-правовое регулирование сферы деятельности, к которой относится производство соответствующего Продукта.
- 3.5.4. Правила допуска к участию в организованных торгах, проводимых биржей, порядок участия в них, порядок заключения и общие условия договоров поставки Продуктов, заключаемых на организованных торгах, определяются в соответствии с требованиями, установленными Федеральным законом от 21.11.2011 № 325-ФЗ «Об организованных торгах», антимонопольным законодательством, подзаконными актами, правилами проведения организованных торгов, прочими локальными нормативными актами организатора торгов.

4. Формирование цен и скидок на Продукты

- 4.1. Общество осуществляет реализацию Продуктов на конкурентных условиях в соответствии с законодательством Российской Федерации, предполагающую использование прозрачных биржевых и/или внебиржевых ценовых индикаторов, сложившихся в зоне активного потребления или производства соответствующих товаров с учетом возможности эффективной доставки товара до контрагента.
- 4.2. В качестве ценовых индикаторов при определении цены в рамках договоров поставки по общему правилу выступают национальные биржевые и внебиржевые ценовые индикативы (котировки) на Продукты, товары-заменители Продуктов или на используемое в их производстве основное сырье. В случае отсутствия репрезентативных национальных биржевых и внебиржевых котировок Общество вправе использовать любые другие индикаторы, которые отражают цену на Продукты, товары-заменители Продуктов или на используемое в их производстве основное сырье.
- 4.3. Установление разных цен на Продукт в рамках одного товарного рынка может быть обусловлено каналом реализации Продукта, видом договора поставки (спотовый или формульный договор), типом контрагента (контрагент, приобретающий Продукты для их последующего использования в производственной деятельности, или контрагент, приобретающий Продукты для иных целей), базисами поставки, срочностью отгрузки, условиями отгрузки Продукта (тара и упаковка, транспортировка Продукта), зафиксированными в договорах Общества.
- 4.4. В целях стимулирования выборки Продукта контрагентам предоставляется дисконт (скидка). Основания, размеры и порядок предоставления дисконтов (скидок) регулируются соответствующим коммерческим регламентом в соответствии с п. 1.5 настоящей Политики. Дисконты (скидки) предоставляются на недискриминационной основе всем контрагентам, выполняющим условия для предоставления такого дисконта (скидки).
- 4.5. Общество предоставляет скидку контрагенту по одному из следующих оснований:
 - 4.5.1. выборка определенного объема Продукта;
 - 4.5.2. документально подтвержденное отклонение свойств поставленного контрагенту Продукта от качественных показателей, согласованных сторонами в договоре поставки или определенных применимыми ГОСТ или иными стандартами, используемыми Обществом;
 - 4.5.3. достижение ключевых показателей эффективности деятельности в соответствии с п. 3.3.5 настоящей Политики;
 - 4.5.4. выборка дополнительного объема, сверх объема, указанного в п. 4.5.1 настоящей Политики;
 - 4.5.5. ухудшение условий поставки по сравнению с первоначально согласованными условиями поставки (увеличение сроков поставки, недопоставка объемов Продукта, изменение условий оплаты Продукта, неудовлетворительные результаты омологации Продукта на производственных мощностях контрагента).
- 4.6. Общество отказывает в предоставлении скидки в следующих случаях:
 - 4.6.1. введение в заблуждение Общества относительно цели (назначения) использования Продукта;
 - 4.6.2. невыборка контрагентом предусмотренных договором поставки объемов Продукта.

- 4.7. В целях реализации п. 4.6.1 настоящей Политики Общество устанавливает в договоре обязательство контрагента предоставлять Обществу декларацию о целевом использовании Продукта по форме, приведенной в приложении 2 к Политике, и сведения о фактическом целевом использовании Продукта, к которым относятся: данные по нормативам расходования Продуктов в производственном цикле контрагента, данные по остаткам Продукта на складах контрагента и их оборачиваемости. В случае если Общество устанавливает нарушение заверений о целевом использовании Продукта, Общество отказывает контрагенту в предоставлении скидки. В целях проверки действительности сведений, предоставленных контрагентом, Общество осуществляет мониторинг данных Федеральной службы государственной статистики и ОАО «РЖД» по перемещению товаров, данные аналитических агентств.
- 4.8. **Особенности ценообразования по формульным договорам на поставку Продуктов**
- 4.8.1. Формульный договор поставки содержит порядок определения цены на Продукт, а также объемы Продукта, подлежащего поставке в течение срока действия договора. Цена, рассчитанная в соответствии с определенным договором порядком, фиксируется в ежемесячных приложениях или дополнительных соглашениях.
- 4.8.2. Порядок определения цены предполагает использование в качестве базовой цены индикатора, указанного в п. 4.2 настоящей Политики, а также премии, надбавки, доплаты или коэффициенты, необходимые для его приведения к точке спроса в Российской Федерации, и при необходимости коэффициенты за разницу в стоимости базовой и/или специальных марок (сортов) Продукта.
- 4.9. Цены на Продукты, реализуемые на электронной торговой площадке, формируются в ходе неорганизованных торгов, осуществляемых в соответствии с требованиями законодательства, внутренними документами и правилами электронной торговой площадки, с учетом стартовой цены установленной продавцом.
- 4.10. Цены на Продукты, реализуемые на организованных (биржевых) торгах, формируются в ходе биржевых торгов, осуществляемых в соответствии с требованиями законодательства, регулирующего биржевую торговлю, и иными нормативными актами, а также внутренними документами и правилами биржи.
- 4.11. **Особенности ценообразования по спотовым договорам на поставку Продуктов**
- 4.11.1. По спотовым договорам Общество продает Продукты на основе цен, отражающих текущую рыночную конъюнктуру, путем направления контрагенту или публикации на официальном сайте Общества либо в личном кабинете контрагента ценового предложения на Продукт по спотовым договорам поставки.
- 4.11.2. При формировании ценового предложения Обществом учитываются следующие основания:
- (а) фактически сложившиеся на рынке Российской Федерации ценовые предложения на Продукт в предыдущем периоде, указанном в п. 4.11.3 настоящей Политики;
 - (б) мировой и региональный баланс спроса и предложения на Продукт;
 - (в) текущие и прогнозные остановы производств Продукта;
 - (г) сезонность спроса на Продукт;

- (д) колебания курсов иностранных валют;
- (е) наличие альтернатив по приобретению контрагентами Продукта на иных рынках, в том числе за рубежом;
- (ж) фактически сложившиеся ценовые предложения на Продукты, сформированные в ходе организованных и/или неорганизованных торгов;
- (з) прогнозируемую динамику цен на рынке по данным аналитических агентств, указанных в п. 4.2 настоящей Политики; и
- (и) иные основания, отражающие изменения рыночной конъюнктуры.

Общество указывает основания, применяемые при формировании ценового предложения, в индивидуальных коммерческих регламентах по Продуктам.

- 4.11.3. Общество формирует ценовое предложение еженедельно. Общество формирует ценовое предложение чаще, чем еженедельно, если динамика цен на основное сырье, используемое в производстве Продуктов, товары-заменители Продуктов или Продукты изменилась более, чем на 5% от уровня ценовых индикативов предыдущего периода, источники которых указаны в п. 4.2 настоящей Политики.
- 4.11.4. Индивидуальное ценовое предложение для контрагента на Продукт действует в течение 3 рабочих дней с момента его формирования. Цены, указанные в ценовом предложении, а также иные условия поставки Продукта являются предварительными, и не рассматриваются как оферта в смысле ст. 435 ГК РФ.
- 4.11.5. Общество формирует индивидуальное ценовое предложение для контрагента на основании ценового предложения, сформированного в соответствии с п. 4.11.2 настоящей Политики, которое корректируется на основании ежегодно обновляемой модели сервисного обслуживания клиентов в сторону снижения цены (предоставление скидки по основаниям, указанным в п. 4.5 настоящей Политики) или увеличения цены (надбавка по основаниям, указанным в п. 4.12 настоящей Политики), с учетом цели поставки Продуктов и иных условий спотового договора поставки. Модель сервисного обслуживания клиентов может включать следующие виды сервисов:
 - (а) подбор партии по показателям качества, заявленным контрагентом;
 - (б) предоставление складских услуг;
 - (в) обучение технического персонала контрагентов;
 - (г) консультирование по техническим вопросам;
 - (д) цифровой технический сервис;
 - (е) лабораторная поддержка;
 - (ж) сертифицированные испытания Продукта (образцов) на мощностях контрагента;
 - (з) маркетинговая поддержка.

4.12. Общество вправе применять надбавку по одному из следующих оснований:

- 4.12.1. предоставление отсрочки в оплате Продуктов;

- 4.12.2. обеспечение страхования поставок;
 - 4.12.3. сокращение срока поставки по сравнению со стандартным сроком поставки, установленным в коммерческом регламенте;
 - 4.12.4. предоставление складских услуг;
 - 4.12.5. предоставление услуг по сертификации Продуктов;
 - 4.12.6. омологация Продуктов на производственных мощностях контрагента;
 - 4.12.7. поставка Продукта в объеме меньшем, чем минимальный объем, определенный в коммерческом регламенте.
- 4.13. Обязательства по поставке и оплате Продуктов возникают у сторон с момента согласования сторонами всех существенных условий договора.
- 4.14. Оплата Продуктов по договорам, заключенным:
- 4.15.1. во внебиржевом сегменте товарного рынка производится контрагентами на условиях 100% предоплаты;
 - 4.15.2. в ходе организованных (биржевых) торгов производится контрагентами на условиях, установленных данными договорами и правилами проведения организованных торгов;
 - 4.15.3. в ходе неорганизованных торгов производится контрагентами на условиях, установленных данными договорами, условиями проведения торгов и правилами, действующими на электронной торговой площадке.

5. Организация и планирование поставок Продуктов

- 5.1. Организация и планирование поставок в рамках планируемых к заключению формульных договоров поставок осуществляется Обществом на основе поступивших в период с 15 сентября до 15 декабря года, предшествующего году поставки Продукта, заявок от контрагента с указанием марки, количества, полных отгрузочных реквизитов и графика отгрузки Продукта по месяцам. Сроки заявочной кампании могут измениться в сравнении с теми сроками, которые указаны в пункте 5.1 настоящей Политики, о чем Общество уведомляет потенциальных контрагентов путем публикации информационного сообщения на официальном сайте Общества в сети Интернет <https://www.sibur.ru/> в разделе «Клиентам», доступном по ссылке: <https://www.sibur.ru/ru/clients/>. При распределении объемов Продуктов между контрагентами, желающими заключить формульный договор поставки, приоритет отдается контрагентам, приобретающим Продукты для их последующего использования в производственной деятельности на территории Российской Федерации.
- 5.2. Организация и планирование поставок в рамках спотовых договоров поставок осуществляется Обществом на основе поступивших до 20 числа месяца, предшествующего месяцу поставки Продукта, заявок от контрагента с указанием марки, количества, полных отгрузочных реквизитов и графика отгрузки Продукта по дням.
- 5.3. Организация и планирование оптовых поставок в рамках спотовых договоров поставки осуществляется с учетом:
- 5.3.1. объема, распределенного среди формульных договоров поставки Продуктов;
 - 5.3.2. объема, реализуемого в биржевом канале в соответствии с п. 3.5.3 настоящей Политики;
 - 5.3.3. плановых объемов производства Продукта в планируемом месяце поставки.

- 5.4. В случае если количество Продуктов, которое планируют приобрести контрагенты по договорам, превышает количество Продуктов, планируемых к производству и реализации Обществом в соответствующий календарный месяц, то Общество определяет расчетные объемы контрагентов пропорционально поступившим заявкам на заключение спотового договора поставки. Если контрагент направляет заявку на поставку меньшего объема, чем расчетный объем поставки, то Общество поставляет контрагенту объем согласно заявке. Если объем, заявленный контрагентом, больше расчетного объема поставки, то контрагенту выделяется объем, равный расчетному объему поставки.
- 5.5. Спотовые договоры поставки с контрагентами заключаются по мере рассмотрения поступающих от них предложений, при наличии свободных объемов Продукта, экономической или технологической возможности поставки.

6. Требования к потенциальным и действующим контрагентам Общества

- 6.1. Любое юридическое лицо или индивидуальный предприниматель, заинтересованный в приобретении Продукта, может стать контрагентом Общества при подаче соответствующей заявки по форме, указанной в приложении 3 к настоящей Политике, а также предоставлении документов, список которых установлен в приложении 4 настоящей Политики. В случае внесения изменений в документы, представленные ранее в адрес Общества, контрагент не позднее 10 рабочих дней уведомляет об этом Общество с приложением таких документов.
- 6.2. Заявка должна содержать наименование марки, количество, полные отгрузочные реквизиты контрагента (грузополучателя), примерный график отгрузки Продукта, цель (назначение) использования Продукта (переработка, потребление, перепродажа, иное) и должна быть подана с приложением всех документов в соответствии со списком, установленным в приложении 4 настоящей Политики, через личный кабинет на сайте <https://eshop.sibur.ru/> или направлена по адресу электронной почты Общества info@sibur.ru и/или по действительному адресу электронной почты представителя Общества с доменом @sibur.ru, ответственного за заключение договора поставки Продукта.
- 6.3. В случае наличия в документах, предоставленных контрагентом, неточных или неполных сведений Общество в срок, не превышающий 10 рабочих дней с даты получения документов от контрагента, направляет контрагенту мотивированный запрос о предоставлении уточняющей информации по каналу связи, выбранному контрагентом при отправке заявки.
- 6.4. По результатам рассмотрения заявки и проверки контрагента Общество принимает одно из следующих решений:
- 6.4.1. о заключении договора с контрагентом;
 - 6.4.2. о мотивированном отказе от заключения договора с контрагентом;
 - 6.4.3. о подтверждении поставки Продукта в соответствии с заявкой контрагента по действующему договору поставки;
 - 6.4.4. о мотивированном отказе от поставки Продукта контрагенту в соответствии с заявкой контрагента по действующему договору поставки.
- 6.5. Мотивированным отказом от заключения договора с контрагентом является отказ по следующим основаниям:
- (а) отсутствие экономической или технологической возможности поставки Продуктов;

- (б) нарушение контрагентом обязанности по уплате налогов в отношении ранее заключенных договоров поставки с Обществом (в случае последующей продажи Продуктов третьим лицам)), повлекшее для Общества негативные налоговые последствия;
 - (в) отказ контрагента от согласия с этическими принципами, заложенными в кодексах корпоративной этики и требованиями антикоррупционных политик, опубликованных на сайте Общества;
 - (г) в случаях, прямо предусмотренных федеральными законами, нормативными правовыми актами Президента Российской Федерации, нормативными правовыми актами Правительства Российской Федерации, нормативными правовыми актами уполномоченных федеральных органов исполнительной власти или судебными актами.
- 6.6. Мотивированным отказом от поставки Продукта контрагенту является отказ по следующим основаниям:
- (а) отсутствие экономической или технологической возможности поставки Продуктов;
 - (б) неисполнение обязательства по оплате ранее поставленного контрагенту Продукта в соответствии с условиями действующего договора поставки;
 - (в) в случаях, прямо предусмотренных федеральными законами, нормативными правовыми актами Президента Российской Федерации, нормативными правовыми актами Правительства Российской Федерации, нормативными правовыми актами уполномоченных федеральных органов исполнительной власти или судебными актами.
- 6.7. Общество уведомляет контрагента о принятом в соответствии с п. 6.4 настоящей Политики решении в течение 30 дней с момента поступления заявки посредством электронной связи или иным способом по выбору контрагента.
- 6.8. Договоры поставки Продукта заключаются с контрагентами, которые соответствуют следующим требованиям:
- 6.8.1. обладают правоспособностью, то есть способностью в соответствии с законодательством Российской Федерации своими действиями приобретать права и нести обязанности по заключению и исполнению договоров;
 - 6.8.2. обладают всеми установленными законодательством разрешительными документами, необходимыми для заключения и исполнения договора;
 - 6.8.3. предоставили достоверные и полные документы и сведения, в соответствии с п. 6.1 настоящей Политики.
- 6.9. Требования к контрагентам, намеревающимся заключить договор поставки на неорганизованных торгах, определяются в соответствии с требованиями правил, действующими на электронной торговой площадке.
- 6.10. Требования к контрагентам, намеревающимся заключить договор поставки на организованных торгах, определяется в соответствии с требованиями, установленными Федеральным законом от 21.11.2011 № 325-ФЗ «Об организованных торгах» и правилами проведения организованных торгов.

7. Порядок утверждения Политики, внесения изменений (дополнений) в Политику

- 7.1. Настоящая Политика вводится в действие на основании приказа Общества. Приказ Общества должен предусматривать переходный период, в течение которого Общество должно привести в соответствие Торговой политике локальные нормативные акты для полного исполнения Политики (далее – Переходный период). Переходный период не может превышать 12 месяцев с даты приказа Общества о введении Политики в действие.
- 7.2. Изменения (дополнения) к настоящей Политике производятся Обществом при условии согласования с ФАС России.
- 7.3. Настоящая политика публикуется на официальном сайте Общества в сети Интернет <https://www.sibur.ru/> в разделе «Клиентам», доступном по ссылке: <https://www.sibur.ru/ru/clients/>.

Приложение 1 к Торговой политике группы лиц ПАО «СИБУР Холдинг» в отношении оптовой реализации нефтехимической продукции на территории Российской Федерации

Форма коммерческого регламента¹

Коммерческий регламент № _____		
1. Настоящий коммерческий регламент разработан в соответствии с п. 1.5 Торговой политики ПАО «СИБУР Холдинг»		
2. Дирекция ответственная за контроль исполнения регламента		
3. Дата вступления регламента в силу		
4. Наименование продукта		
5. Завод-производитель		
6. Технические требования		
7. Марки/сорта		
8. Функциональное назначение продукта:		
Тип контрагента:	Контрагент, приобретающий продукт для их последующего использования в производственной деятельности	Иные контрагенты

¹ Данная форма является примерной и может быть изменена по решению ответственных организационных структурных подразделений ПАО «СИБУР Холдинг», при условии сохранения установленной ей ключевых условий (критериев/категорий), указанных в примерной форме.

9. Критерии заключения формульного договора поставки:		
9.1 Объем	_____ тонн/мес	_____ тонн/мес
9.2 Период	_____ тонн/мес	_____ тонн/мес
10. Критерии заключения спотового договора поставки:	_____ тонн при наличии свободных незаконтракованных объемов	_____ тонн при наличии свободных незаконтракованных объемов
11. Ценообразование:		
11.1 Формульный договор поставки		
11.2 Спотовый договор поставки		

Приложение 2 к Торговой политике группы лиц ПАО «СИБУР Холдинг» в отношении оптовой реализации нефтехимической продукции на территории Российской Федерации

Декларация о целевом использовании продукта (Декларация)

[Указать полное наименование компании], зарегистрированное по адресу [указать адрес регистрации] (далее – **Контрагент**) в лице [ФИО представителя], действующего на основании [указать правоустанавливающий документ], в соответствии со ст. 431.2 Гражданского кодекса РФ, подписывая настоящую Декларацию заверяет ПАО «СИБУР Холдинг» в том, что:

1.1. он является лицом, надлежащим образом созданным (зарегистрированным) и действующим в соответствии с законодательством Российской Федерации;

1.2. представитель, подписывающий от имени Контрагента Декларацию от его имени, обладает всеми необходимыми на то полномочиями;

1.3. обязательства, установленные в Декларации, являются для Контрагента действительными и законными;

1.4. Контрагент закупает продукцию, собственником которой является ПАО «СИБУР Холдинг» с целью [(а) переработки на мощностях, принадлежащих им на праве собственности либо ином вещном праве], и/или [(б) перепродажи], и/или [(в) указать иное основание, не связанное с (а) или (б), например, выполнение государственного заказа, государственного оборонного заказа].

1.5. Контрагент немедленно сообщит ПАО «СИБУР Холдинг» в случае, если какое-либо из обстоятельств, указанных выше, изменится.

1.6. Контрагент понимает и соглашается с тем, что ПАО «СИБУР Холдинг» при заключении договора поставки с Контрагентом полагается на вышеуказанные заверения об обстоятельствах Контрагента, которые рассматриваются как имеющие существенное значение для заключения и исполнения договора поставки.

(м.п.)

(дата)

(место)

Приложение 3 к Торговой политике группы лиц ПАО «СИБУР Холдинг» в отношении оптовой реализации нефтехимической продукции на территории Российской Федерации

Форма заявки контрагента

Наименование Продукта		
Договор (ссылка на номер договора с Обществом, если ранее заключался или если есть действующий договор)		
Количество, т		
Период поставки		
Условия оплаты:		
Условия доставки:		
Адрес грузополучателя		
Тип транспорта		
Станция назначения		
Дата отгрузки (день, месяц, год)		
Дата или график поставки (можно приложить отдельно)		
Цель поставки:	переработка Продукта для производства готовой продукции на собственных мощностях	иное (пояснить цель приобретения Продукта, например, перепродажа/выполнение государственного заказа, государственного оборонного заказа и пр.)

Приложение 4 к Торговой политике группы лиц ПАО «СИБУР Холдинг» в отношении оптовой реализации нефтехимической продукции на территории Российской Федерации

Список документов, предоставляемых контрагентами Обществу

Для заключения договора впервые обязательным является предоставление контрагентом следующих документов:

1 Для юридического лица:

- (а) копия устава в действующей редакции со всеми изменениями (при наличии таковых) с отметкой о регистрации в налоговом органе. Допускается предоставление контрагентом выписки из устава или страниц устава, содержащих информацию о местонахождении, учредителях, порядке избрания и полномочиях единоличного исполнительного органа контрагента (далее – руководитель);
- (б) копия доверенности на право подписания договора в случае, если документы подписываются не руководителем юридического лица;
- (в) декларация о целевом использовании продукта (заверенная подписью руководителя и печатью организации);
- (г) заполненная карточка контрагента по форме приложения 5 Политики;
- (д) отчет о финансовых результатах за последний отчетный период, при условии предоставления контрагенту отсрочки платежа отчет о финансовых результатах за последний квартал (копия, заверенная подписью руководителя и печатью организации);
- (е) лицензия в случае осуществления деятельности, подлежащей лицензированию (копия, заверенная подписью руководителя и печатью организации).

2 Для индивидуального предпринимателя:

- (а) копия паспорта (заполненных страниц);
- (б) копия доверенности на право подписания договора в случае, если документы подписываются представителем;
- (в) декларация о целевом использовании продукта (заверенная подписью руководителя и печатью организации);
- (г) заполненная карточка контрагента по форме приложения 5 Политики;
- (д) отчет о финансовых результатах за последний отчетный период, при условии предоставления контрагенту отсрочки платежа отчет о финансовых результатах за последний квартал (копия, заверенная подписью руководителя и печатью организации);
- (е) лицензия в случае осуществления деятельности, подлежащей лицензированию (копия, заверенная подписью руководителя и печатью организации).

3 Для иностранного лица:

- (а) копии документов и их надлежащим образом заверенный перевод на русский язык о государственной регистрации юридического лица или государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя в соответствии с

- законодательством соответствующего государства, копия паспорта физического лица (всех страниц);
- (б) копии документов, подтверждающих полномочия подписанта договора;
 - (в) декларация о целевом использовании продукта (заверенная подписью руководителя и печатью организации);
 - (г) заполненная карточка контрагента по форме приложения 5 Политики;
 - (д) отчет о финансовых результатах за последний отчетный период, при условии предоставления контрагенту отсрочки платежа отчет о финансовых результатах за последний квартал (копия, заверенная подписью руководителя и печатью организации);
 - (е) лицензия в случае осуществления деятельности, подлежащей лицензированию (копия, заверенная подписью руководителя и печатью организации).
- 4 В случае, если контрагент в декларации о целевом использовании Продукта указывает, что он приобретает Продукты для целей их переработки на мощностях, принадлежащих ему на праве собственности либо ином вещном праве, контрагент предоставляет Обществу следующие документы:
- (а) документы, подтверждающие право собственности/аренды на соответствующую логистическую инфраструктуру и/или соответствующее производственное помещение и оборудование, на мощностях которого, согласно заявке контрагента, планируется осуществлять переработку/транспортировку Продукта (копия, заверенная подписью руководителя и печатью организации);
 - (б) сертификат на производимую продукцию (копия, заверенная подписью руководителя и печатью организации).
- 5 В случае если контрагент направляет заявку на поставку Продукта, который относится к категории опасных грузов, контрагент предоставляет Обществу следующие документы:
- (а) документы, свидетельствующие о наличии у грузополучателя, указанного в заявке, лицензии на осуществление погрузо-разгрузочной деятельности в случае если предполагается поставка опасных грузов на железнодорожном транспорте;
 - (б) для договоров на продажу отходов, в случае продажи отходов I-IV класса опасности – лицензии на сбор, транспортировку, обработку, утилизацию, обезвреживание отходов I-IV класса опасности (копии, заверенные подписью руководителя и печатью организации) или договор с предприятием, выполняющим конечную обработку, утилизацию, обезвреживание и имеющим лицензию на данную деятельность.
- 6 В случае если контрагент направляет заявку на поставку Продукта, который будет использован для исполнения государственного заказа, государственного оборонного заказа, контрагент предоставляет Обществу информационное письмо, содержащее следующие сведения:
- (а) сведения о том, что контрагент направляет Обществу заявку на поставку Продукта с целью выполнения государственного заказа,

- государственного оборонного заказа с указанием государственного заказчика и статуса контрагента (головной исполнитель/исполнитель);
- (б) сведения о статусе заключения государственного контракта, идентификатор государственного контракта, для исполнения которого контрагент намерен закупить Продукцию у Общества;
 - (в) сведения о том, что весь объем Продукции, указанный в заявке, будет использован контрагентом для цели выполнения государственного заказа, государственного оборонного заказа;
 - (г) сведения о необходимости заключения с банком, выбранным контрагентом, договора о банковском сопровождении, предусматривающего в том числе обязательное условие об открытии для договора поставки отдельного счета.
- 7 В случае предоставления контрагенту дисконта (скидки) в соответствии с п. 4.4 Политики контрагент предоставляет Обществу следующие документы, помимо документов, указанных в п. 1-3 выше:
- (а) налоговая декларация по налогу на прибыль за последний отчетный период с уведомлением об отправке (копия, заверенная подписью руководителя и печатью организации);
 - (б) налоговая декларация по налогу на добавленную стоимость за последний налоговый период с уведомлением об отправке (копия, заверенная подписью руководителя и печатью организации);
 - (в) бухгалтерский баланс за последний отчетный период, при условии предоставления контрагенту отсрочки платежа бухгалтерский баланс за последний квартал (копия, заверенная подписью руководителя и печатью организации);
 - (г) паспорт руководителя контрагента или лица, действующего по доверенности – разворот с фотографией и страницы с адресом (копия, заверенная подписью руководителя и печатью организации);
 - (д) справка о состоянии расчетов по налогам, сборам, пеням, штрафам по форме КНД 1166112 на последнюю доступную дату (копия, заверенная подписью руководителя и печатью организации);
 - (е) титульный лист формы КНД 1151111 по расчету страховых взносов (копия, заверенная подписью руководителя и печатью организации).

Приложение 5 к Торговой политике группы лиц ПАО «СИБУР Холдинг» в отношении оптовой реализации нефтехимической продукции на территории Российской Федерации

Карточка контрагента

1	Организационно – правовая форма	
2	Полное наименование предприятия	
3	Краткое наименование предприятия	
4	ИНН	
5	КПП (по месту администрирования)	
6	ОГРН	
7	ОКПО	
8	ОКВЭД	
9	Юридический адрес	
10	Почтовый адрес	
11	Адрес фактического местонахождения	
12	Телефоны/факсы	
13	Адрес электронной почты	
15	Адрес сайта	
16	Наличие сертификата МС ISO	
17	Полное наименование банка	
18	Адрес банка	
19	БИК	
20	Корреспондирующий счет	
21	Расчетный счет	
23	Является ли предприятие переработчиком готовой продукции Общества (ДА или НЕТ)?	
24	Является ли предприятие перепродавцом (ДА или НЕТ)?	
25	Предприятие закупает продукцию Общества для цели выполнения государственного заказа или государственного оборонного заказа (ДА или НЕТ)?	