

«День поставщика X5»





Заключение контракта

Условия отбора контрагентов

Поиск Поставщика инициирует Компания, в случае:

- Единые стандарты
- Прозрачность и открытость
- Конфиденциальность
- Эффективность

Поиск Поставщика инициирует Компания, в случае:

- Правовое положение и репутация Поставщика
- Ценовое предложение
- Товарное предложение

Способы организации взаимодействия с Компанией

Поиск Поставщика инициирует Компания, в случае:

- Определения альтернативного Поставщика
- Потребности в товарах не представленных в ТС Компании
- Возникновения потребности в поиске

потенциальных поставщиков в иных случаях

Поиск Поставщика инициирует Компания, в случае:

- Участия в электронных торгах (конкурсах)
- Отправки коммерческого предложения

Коммерческое предложение



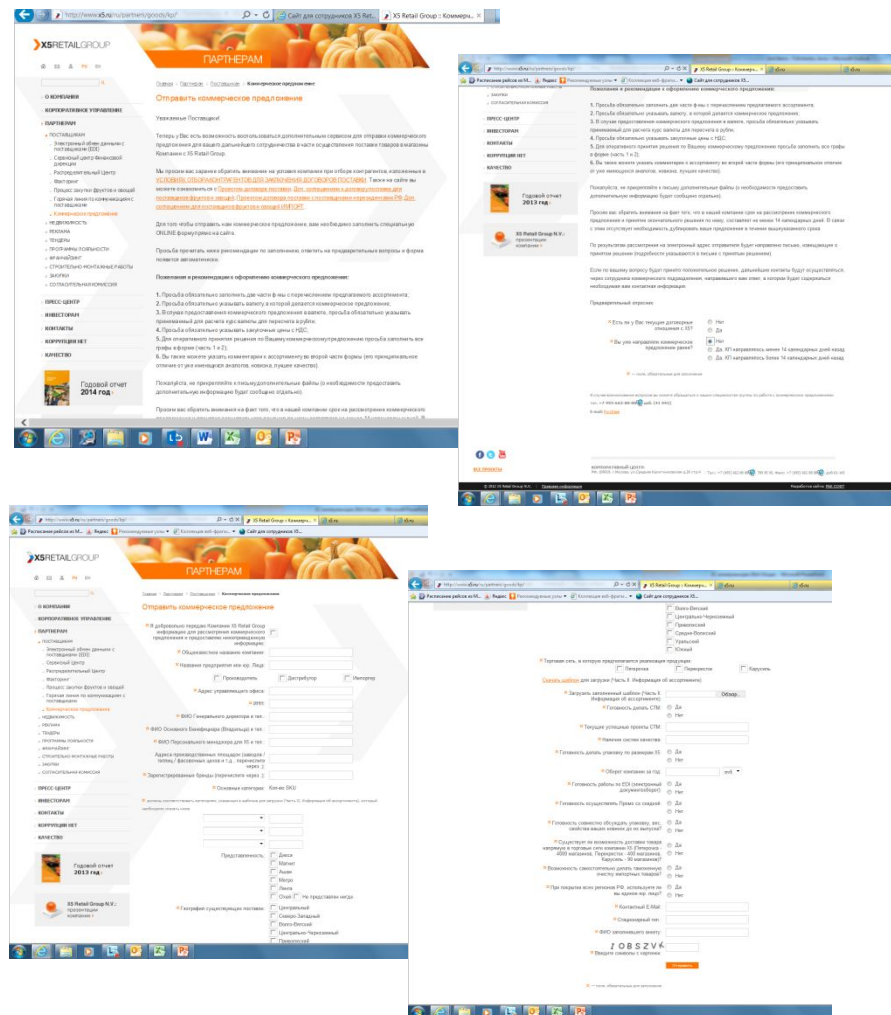
Срок на рассмотрение и принятие решения с данному коммерческому предложению составляет не менее 14 календарных дней.



Пожелания и рекомендации к оформлению коммерческого предложения

1. Просьба обязательно заполнить две части формы с перечислением предлагаемого ассортимента;
2. Просьба обязательно указывать валюту, в которой делается коммерческое предложение;
3. В случае предоставления коммерческого предложения в валюте, просьба обязательно указывать принимаемый для расчета курс валюты для пересчета в рубль;
4. Просьба обязательно указывать закупочные цены с НДС;
5. Для оперативного принятия решения по Вашему коммерческому предложению просьба заполнить все графы в форме (часть 1 и 2);
6. Вы также можете указать комментарии к ассортименту во второй части формы (его принципиальное отличие от уже имеющихся аналогов, новизна, лучшее качество).

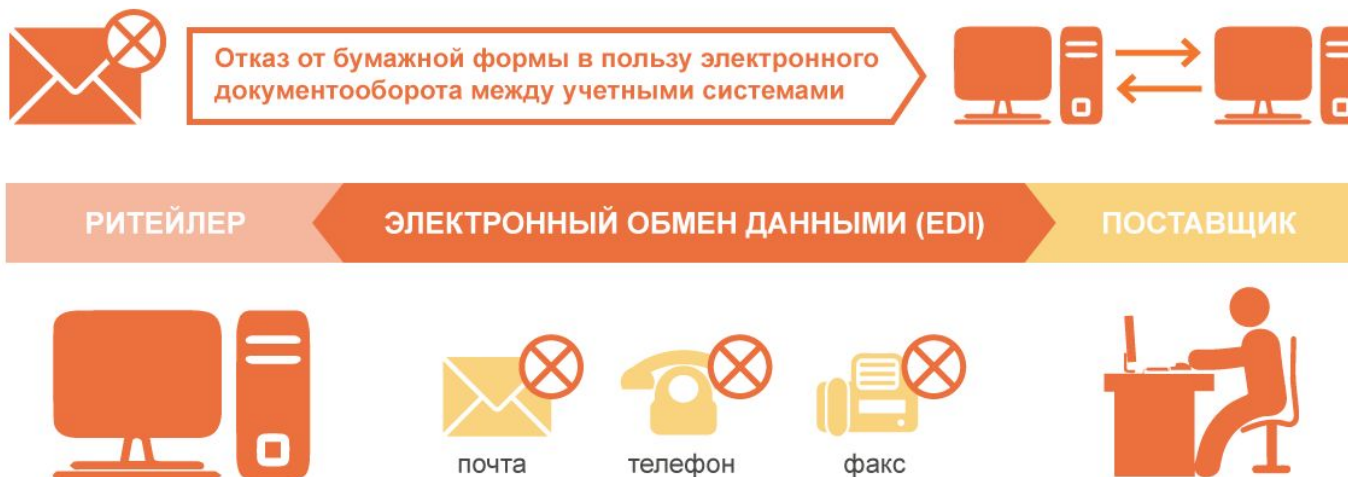
Пожалуйста, не прикрепляйте к письму дополнительные файлы (о необходимости предоставить дополнительную информацию будет сообщено отдельно).



Электронный обмен данными с поставщиками (EDI)

Электронный обмен данными (EDI - англ. Electronic Data Interchange) — это инструмент для обмена бизнес-данными между деловыми партнерами.

Основная задача EDI — заменить обмен информацией и документами, осуществляемый на бумажных носителях, стандартизированным электронным документооборотом между компьютерными сетями.



Электронный обмен данными с поставщиками (EDI)

EDI - документ		Комментарии
Заказ на поставку товара	ORDERS	Сообщение отправляется ритейлером поставщику с указанием перечня товаров, предназначенных для поставки в магазин.
Подтверждение заказа	ORDRSP	Сообщение отправляется поставщиком ритейлеру, с информацией о том насколько полно может быть выполнен полученный ранее заказ. В сообщении ORDRSP также могут указываться изменения цен на заказанный товар.
Уведомление об отгрузке	DESADV	Сообщение отправляется поставщиком ритейлеру и содержит данные о фактическом количестве отгруженного (отправленного) товара. В сообщении DESADV также может быть указана информация о номере транспортного контейнера, иерархии упаковок, с указанием их типов, штрих кодов и содержимого.
Электронный Счет-фактура	SFAKT	Данное сообщение отправляется поставщиком ритейлеру и используется для выставления счета на оплату за поставленный товар и признания НДС налоговой инспекцией.
Уведомление о доставке	RECADV	Сообщение отправляется ритейлером поставщику, и является, по сути, ответом на сообщение DESADV, предоставляющим поставщику информацию о фактически полученном (доставленном) товаре.
Акт сверки взаиморасчетов	COACSU	Акт сверки взаиморасчетов между бухгалтериями компании и поставщика.

Электронный счет-фактура поставщика (в случае несоответствия приемке X5) может быть скорректирован поставщиком либо исправленной ЭСФ, либо корректировочной ЭСФ.

Сейчас около 92% поставщиков подключено к ЭСФ, но только 88% его высылают.

Из всех СФ (товарные, услуги, ...) 60 % - ЭСФ.

Перевод поставщика на ЭСФ полностью исключает работу на бумаге (дублирование СФ на бумаге не используется).

[Внедренные документы](#)

Необходимые требования для работы с EDI



GLN (Global Location Number) – обеспечивает технологическое решение для глобальной цепи поставки по идентификации физических мест нахождения и юридических лиц, а также их структурных единиц – офисов, магазинов, складов, отгрузки, распределительных центров и т.д.

GTIN (Global Trade Identity Number, раньше EAN) – международный код (штрих-код) маркировки и учёта товара, например, товар, упаковка, оригинальная паллета.

Для внедрения EDI необходимо чтобы все предприятия-участники торговли имели международный идентификационный номер – GLN, а каждый товар должен иметь глобальный номер GTIN в международной системе EAN (GS1).

Для получения GLN-номера и GTIN-кодов предприятие должно стать ассоциированным участником национальной ассоциации «GS1 Russia» www.gs1ru.org

Процедура оформления членства занимает не более 2х дней.

Что необходимо Поставщику для подключения и использования технологии электронного обмена данными с X5 RG?

Шаг 1. Заключить с X5 Дополнительное соглашение по EDI к договору поставки.

Шаг 2. Заключить Договор на оказание услуг электронного обмена данными с EDI-провайдером, а тем компаниям, которые уже имеют Договор с EDI-провайдером – написать письмо своему EDI-провайдеру о необходимости организации электронного обмена с X5. Получить от EDI-провайдера параметры доступа на его WEB-EDI-страничку или провести совместную интеграцию своей учетной системы и системы EDI-провайдера.

Шаг 3. Проверить через EDI-провайдера наличие у Поставщика – GLN-кода. Если у поставщика GLN-код отсутствует – необходимо обратиться к EDI-провайдеру за информацией – как его получить.

Шаг 4. Провести сверку товарного ассортимента, поставляемого в X5, т.е. – обратиться к своему EDI-провайдеру для того, чтобы он организовал для поставщика получение списка товаров X5, соответствующего прайс-листу поставляемого товара в X5, также EDI-провайдер предоставит информацию поставщику – как провести сверку товарной номенклатуры.

Шаг 5. Обратиться к EDI-провайдеру с письмом о проведении тестов и провести тестовые обмены с X5 EDI-документами, выбранными поставщиком и указанные в Заявке.

Шаг 6. Начать работу через [EDI-провайдера](#).

Контакты сотрудников коммерческой функции

[Зайти на сайт](#)

<http://www.x5.ru/ru/partners/buying/>

X5RETAILGROUP

🏠 📧 📄 🇷🇺 🇪🇺

🔍

- О КОМПАНИИ
- КОРПОРАТИВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ
- ПАРТНЕРАМ**
 - ПОСТАВЩИКАМ
 - НЕДВИЖИМОСТЬ
 - РЕКЛАМА
 - ТЕНДЕРЫ
 - ПРОГРАММЫ ЛОЯЛЬНОСТИ
 - ФРАНЧАЙЗИНГ
 - СТРОИТЕЛЬНО-МОНТАЖНЫЕ РАБОТЫ
 - ЗАКУПКИ**
 - СОГЛАСИТЕЛЬНАЯ КОМИССИЯ
- ПРЕСС-ЦЕНТР
- ИНВЕСТИТОРАМ
- КОНТАКТЫ
- КОРРУПЦИИ НЕТ
- КАЧЕСТВО

Главная > Партнерам > Закупки

Закупки

- [Федеральная торговая сеть «Карусель»](#)
- [Федеральная торговая сеть «Перекресток»](#)
- [Федеральная торговая сеть «Петерочка»](#)


Продовольственные товары

Категория	Контактное лицо	Доб.	E-mail
Кофе, какао/ Чай/ Корм для животных/ Детское питание/ Диабетические продукты, мед, орехи/Соусы, горчица, хрен, уксус, специи/ Консервация/ Крупы, зерновые, сахар, соль, сухие смеси/ Растительное масло, макаронные изделия, продукты быстрого приготовления/ Шоколад, конфеты, сладости/ Печенье, вафли, пряники/ Восточные сладости, чипсы, картофельные чипсы, сухие завтраки	Каргапольцева Татьяна	41-028	T.Kargapolitseva@x5.ru
Лимонады/ газировка, вода/ соки, нектары/ пиво/ крепкие напитки/ водка/ вина/ вермуты, вина игристые, шампанское	Власова Светлана	41-244	S.Vlasova@x5.ru
Мясные деликатесы, колбаса/ Хлеб и свежее хлебобулочные изделия/ Торты/ Сыры/ Яйца/ Молоко/ Молочные продукты/ майонезы/ масло сливочное/маргарин / Замороженная продукция/ Готовая кулинария и салаты	Щуваева Диана	51-001	Diana.Shchuyevaeva@x5.ru
Охлажденные рыба и морепродукты/ Мясо и мясные продукты/ Птица	Затеева Евгения	41-440	Evgeniya.Zateeva@x5.ru
Фрукты/ Овощи	Одинцов Владимир	11-573	Vladimir.Odintsov@x5.ru

ШАГ 1. Зайти на сайт в раздел ПАРТНЕРАМ → ЗАКУПКИ

ШАГ 2. Выбрать из списка торговую сеть

ШАГ 3. Выбрать нужную контактную информацию

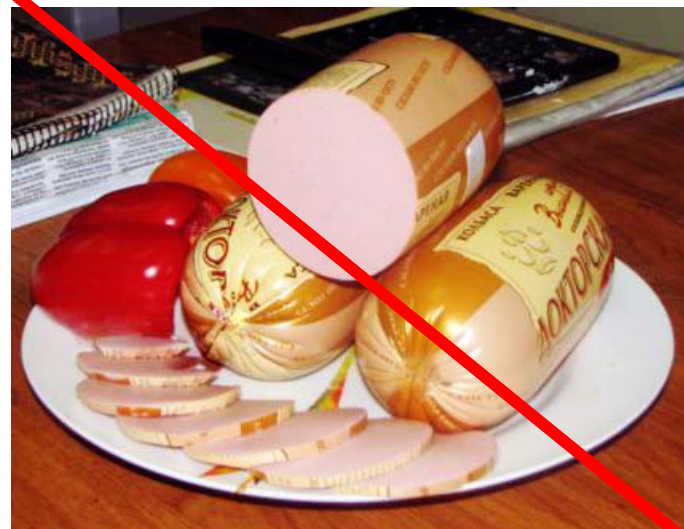


Сотрудничество с локальными поставщиками в области маркетинга

Основные требования к фотографиям для рекламных материалов



КАК ДОЛЖНО БЫТЬ



КАК НЕ ДОЛЖНО БЫТЬ

Основные требования к фотографиям для рекламных материалов

Корректное наименование:

Вид / наименование / бренд / Качественные характеристики товара / Ассортиментная линейка / Вес/размер

Пример:

Колбаса Докторская ДУБКИ вареная, высший сорт, 250 г

Сыр ТУЛЬСКИЙ МОЛОЧНЫЙ КОМБИНАТ творожный, сливочный, 250 г

Требования к ракурсам и виду фотографии:

Фон фотографии – белый или близкий к белому

Освещение – следует избегать бликов на упаковке


Ракурс:

- **алкогольная продукция** в бутылках – изображение в фас
- **бакалея в банках** (консервы в металлических и стеклянных банках) – подъем 5-10° над банкой
- **товары в коробках** (конфеты, торты) – должны быть видны 3 грани для иллюстрации объема. Нужны фотографии справа, слева (30°) и в фас
- **гастрономия** (сыры, колбасы) – желательно с нарезкой на разделочной доске (НЕ ДОБАВЛЯЙТЕ УКРОП!). Подъем фотоаппарата 15-30°
- **сырые продукты** (мясо, рыба) – желательно с нарезкой на разделочной доске. Подъем фотоаппарата 15-30°



НЕ принимаются файлы

- в формате .doc, .xls, .ppd
- снятые на мобильный телефон или планшет



Собственная Торговая Марка

Что такое СТМ?

5 составляющих эффективного СТМ,
которые торговая сеть берет на себя

СТМ – это торговая марка, владельцем которой является розничная сеть.

Производятся товары СТМ обычно на тех же заводах, что и товары рекламируемых марок.



Зачем СТМ Торговой сети?



ПРОБЛЕМА

В условиях жесткой ценовой конкуренции прибыль от продажи **известных торговых марок снижается.**



РЕШЕНИЕ

СТМ позволяет компании увеличить прибыль, предлагая покупателю **более низкие цены** по сравнению с аналогами за счет размещения заказов **на региональных не крупных предприятиях.**



ДЕЙСТВИЕ

X5 напрямую без посредников размещает заказ на производстве, контролирует качество и условия поставок.



РЕЗУЛЬТАТ

Товары **СТМ ДЕШЕВЛЕ**, чем товары известных марок. Часть этой экономии передается покупателю, как более низкая цена, а часть формирует дополнительную прибыль компании, а **Региональные мелкие предприятия получают стабильные заказы.**

Итак, есть 5 отличий СТМ от брендов

1. ТС напрямую размещает заказ на производстве
 2. ТС своими силами контролирует качество и условия поставок
 3. Отсутствуют затраты на дорогую рекламу на ТВ
 4. Качество товара гарантировано ТС
 5. СТМ дешевле брендов-аналогов
-

РЕЗУЛЬТАТ:

1. Товар СТМ закупается ДЕШЕВЛЕ, чем аналоги известных марок.
2. Часть этой экономии передается покупателю, как более низкая цена,
3. Вторая часть формирует дополнительную прибыль, позволяя эффективнее работать поставщику и Торговой Сети



Мировая практика СТМ

80-е годы – Carrefour (Франция) стал продавать в своих магазинах безымянные продукты по цене намного ниже, чем брендированные товары.

Опыт Carrefour оказался удачным, и уже скоро примеру французского гиганта последовали другие розничные сети.

Сейчас доля СТМ в ассортименте **Западных сетей** в среднем составляет **40%**, а у отдельных компаний (например, у немецкой ALDI) **доходит до 90%**.



1. СТМ в России имеет **потенциал развития**
2. ТС сможет в перспективе поддерживать больше производителей
3. У поставщиков есть дополнительный потенциал для **развития производства**



Как стать поставщиком?

Цель - выбор лучшего предложения, отвечающего определенным требованиям, для последующего производства и поставки стабильно качественной продукции



По каким параметрам оценивается поставщик и продукт



Надежный поставщик с лучшим соотношением цена/качество

В описание требований к продукту входит описание*:

1. Требования к штучной/групповой упаковке
2. Внешний вид продукта и цвет
3. Аромат
4. Вкус
5. Содержание сорных примесей

При выборе поставщика оценивается:

1. Мощности производства (готовность покрывать необходимые объемы, наличие свободных мощностей)
2. Качество товара
3. Цена
4. Наличие необходимых форматов упаковок (форма, формат бутылок, этикеток)
5. Свое/давальческое сырье
6. Удобство логистических услуг
7. Срок работы на данном рынке
8. Репутация/надежность партнера

Если поставщик выполняет все требования, сотрудничество становится долгосрочным!

* Детальные требования к продукции описаны в «Правилах выбора лучшего предложения»

Как контролируется качество СТМ?

Контроль качества СТМ обеспечивается на всех стадиях жизненного цикла разработки:

1. Разработка и ввод товара СТМ в АМ:

- Подготовка ТЗ.
- Проведение «слепой дегустации» сотрудниками Х5
- Лабораторные испытания (полный анализ) в независимых аккредитованных центрах
- Первичный Аудит производителя с целью анализа состояния производства.
- Согласование маркировок / документов на продукцию СТМ.
- Согласование Протокола Эталона к доп. соглашению договора поставки

2. Серийный выпуск товара СТМ:

- Лабораторные испытания в независимых аккредитованных центрах
- Плановый Аудит производителя



РЕЗУЛЬТАТ:

- продукты СТМ безопасны
- потребитель доверяет маркам СТМ ТС, обеспечивая своими покупками стабильную бесперебойную работу поставщикам!

Пример описания требований к продукту

Семена подсолнечника обжаренные

Средний ценовой сегмент, 100 гр

Требования к штучной упаковке: матовая пленка, выборочный лак, СМУК + 2 пантона, толщина 40 мкн, вес 36,4 г/м²

Требования к групповой упаковке: короб Ready to sell (с перфорацией), картон, выдерживающий нагрузку продукта при транспортировке. Высота короба 20 см., глубина – 28 см, 1-2 фейса в ширину

Внешний вид: семена подсолнечника правильной формы, поверхность чистая. Калибр 40-41

Цвет: однородный черный

Запах: свойственный продукции одного ботанического вида.

Обжаренные семена имеют выраженный запах обжарки. Продукция без затхлых, плесневелых и других посторонних запахов.

Вкус: ярко выраженный, свойственный данному продукту без плесени, затхлости. Не горелый.

Содержание сорной примеси не более 0,5%, наличие недоразвитых семян до 2%, засоренность открытыми/ломаными семенами на более 1%.

Не допускается наличие живых вредителей (насекомых и личинок), признаков болезни и плесени.

Нормативно-технический документ: ТУ





Магазин как медиа

Инвентарь. Примеры размещения

Виды Инвентаря: POSM

(Топпер) Подвесной плакат

Подвесная конструкция крепится к потолку в основных проходах с наибольшим охватом покупательского потока.



Короба на антенны безопасности

Короб с полноцветным изображением и рекламной информацией, одевается на антикражные системы на входе и выходе из магазина.



Шелфбаннер

Панель из пластика или картона, выступающая из стеллажа в проход и привлекающая внимание покупателя к месту выкладки товара.



Виды Инвентаря: POSM



Шелфтокеры

Рекламный полноцветный фигурный элемент из пластика или картона, предназначенный для визуального объединения и выделения на общей полке продукции одной торговой марки.

Стикеры на ячейках камер хранения

Стикер, размещенный на дверце ячейки камеры хранения. Максимально близкий контакт с рекламной информацией.



Разделители Покупок

Брендированная пластиковая конструкция для разделения покупок. Возможность использования объемных конструкций, имитирующих товар.

Инвентарь. Примеры размещения

Виды Инвентаря: **Транспорт/ Наружная реклама**



Реклама на бортах (Борта)

Плётка или баннер с полноцветным изображением и рекламной информацией, размещается на бортах автотранспорта Компании, курсирующем в районах расположения магазинов.

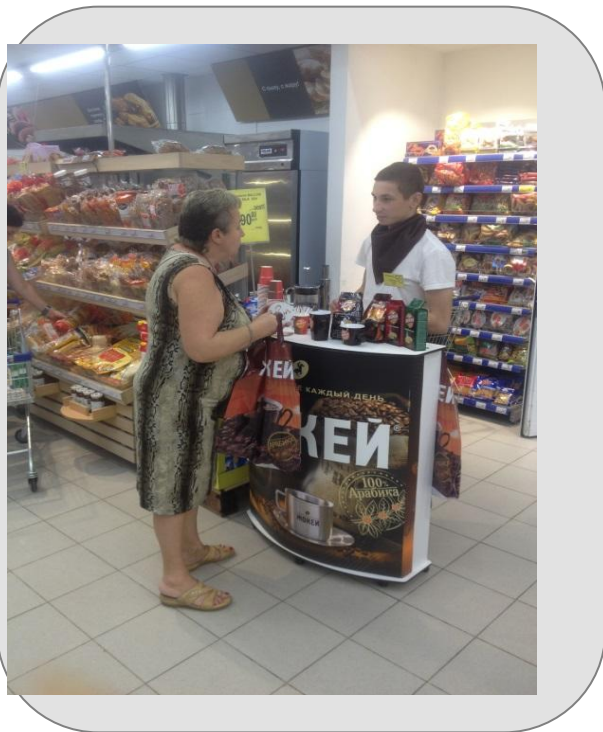
Световые Панели

Плакат с полноцветным изображением и рекламной информацией, размещается в световых панелях расположенных в стеклянных витринах магазинов



Инвентарь. Примеры размещения

Виды Инвентаря: **BTL**

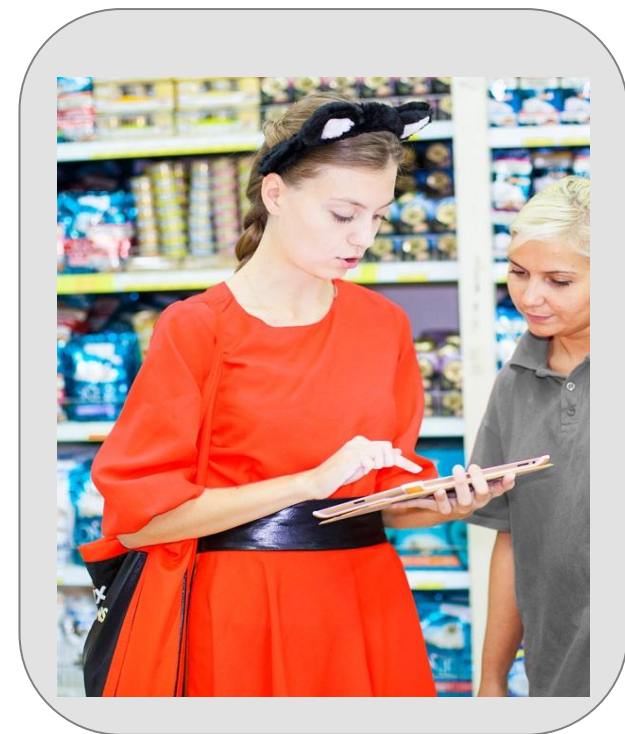


Дегустации

Организация и проведение дегустаций продуктов питания и их полуфабрикатов.

Семплинг

Выдача\Раздача покупателям подарков по рекламным акциям и подарков за покупку товара в магазине.



Исследования

Организация проведения исследования, направленного на изучение покупательского поведения в различных товарных категориях.

Инвентарь. Эффективность POSM

Категория:

Бакалея/Молочка/Косметика

Вид: Шелфтокеры

Проникновение в чек

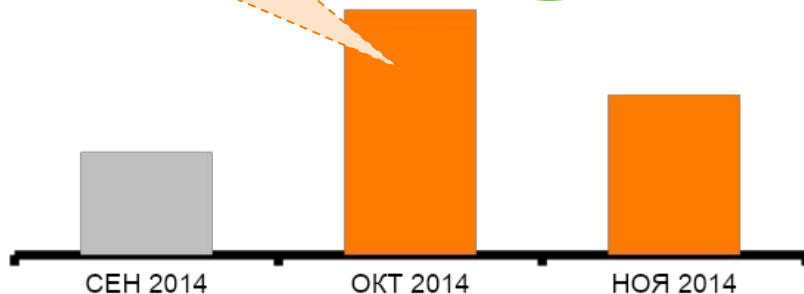


Средние продажи

Размещение Шелфтокеров; 64 SKU



***+ 10%
Рост**

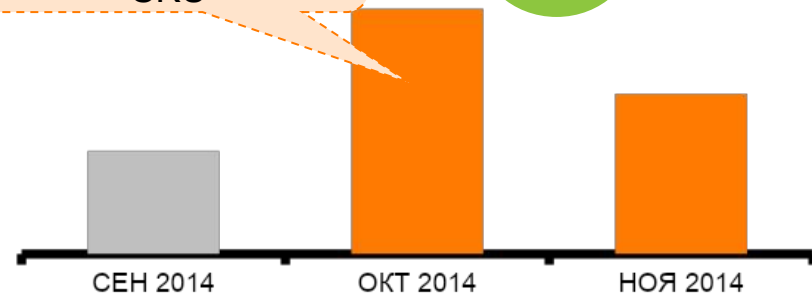


Средние продажи

Размещение Шелфтокеров; 64 SKU



***+ 8%
Рост**



* - данные на основе анализа проведённых акций в ТС Пятёрочка в 2014 году.

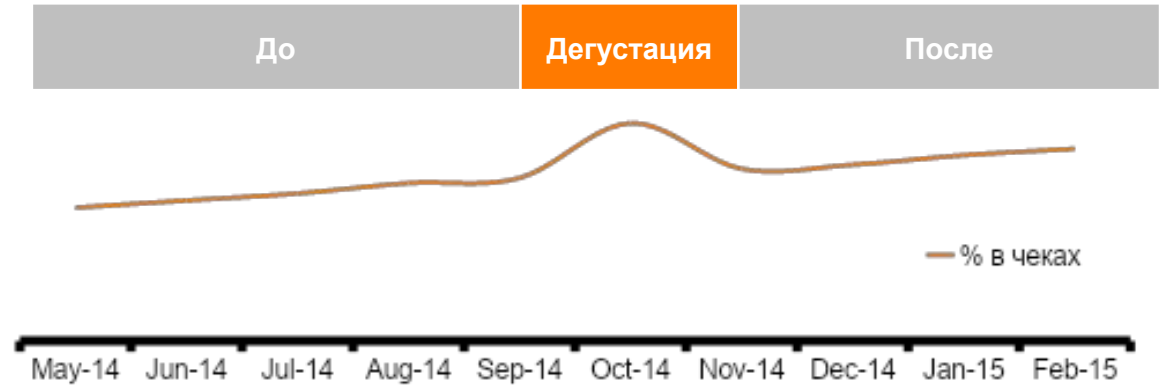
Инвентарь. Эффективность BTL

Категория:

Кофе

Вид мероприятия: Дегустация

Проникновение в чек



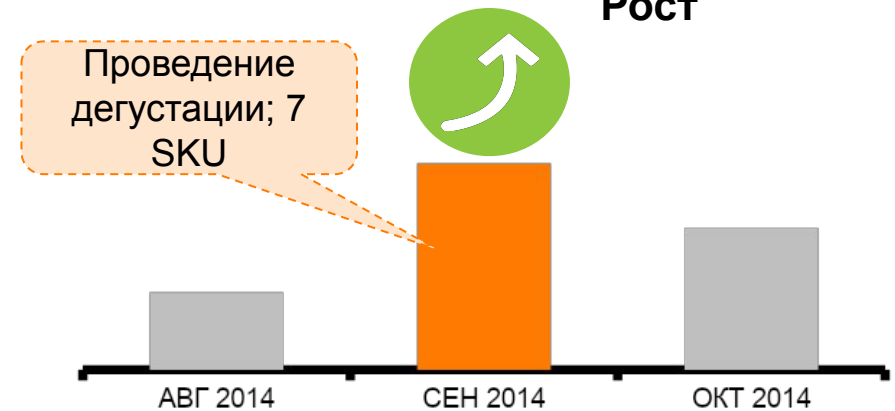
Средние продажи

***+18.8%**
Рост



Кол-во чеков

***+13.3%**
Рост



* - данные на основе анализа проведённых акций в ТС Карусель в 2014 году.

Возможности для промо

Проведение промо-акции
ТС «Карусель» с дегустацией



Предоставление промо-стойки
при необходимости
по предварительному запросу
на проведение дегустации –
через Промо региональных
менеджеров по работе
с локальными поставщиками

Проведение промо-акции
ТС «Перекресток»



Проведение промо-акции
ТС «Пятёрочка»





Портал услуг X5

Заказ услуг и контроль
их реализации – это
просто!

Портал работает с
тремя массивами
данных

ЕДИНЫЙ ПОРТАЛ УСЛУГ X5 (РАИ)

№1 Рекламные
паспорта объектов
X5 (квоты)

№2 Единый прайс-
лист X5 (единые
ставки)

№3 Инвентарь X5
(список услуг)


IT
(SAP, JDA)

Портал заказа рекламного и аналитического инвентаря «Портал – РАИ»



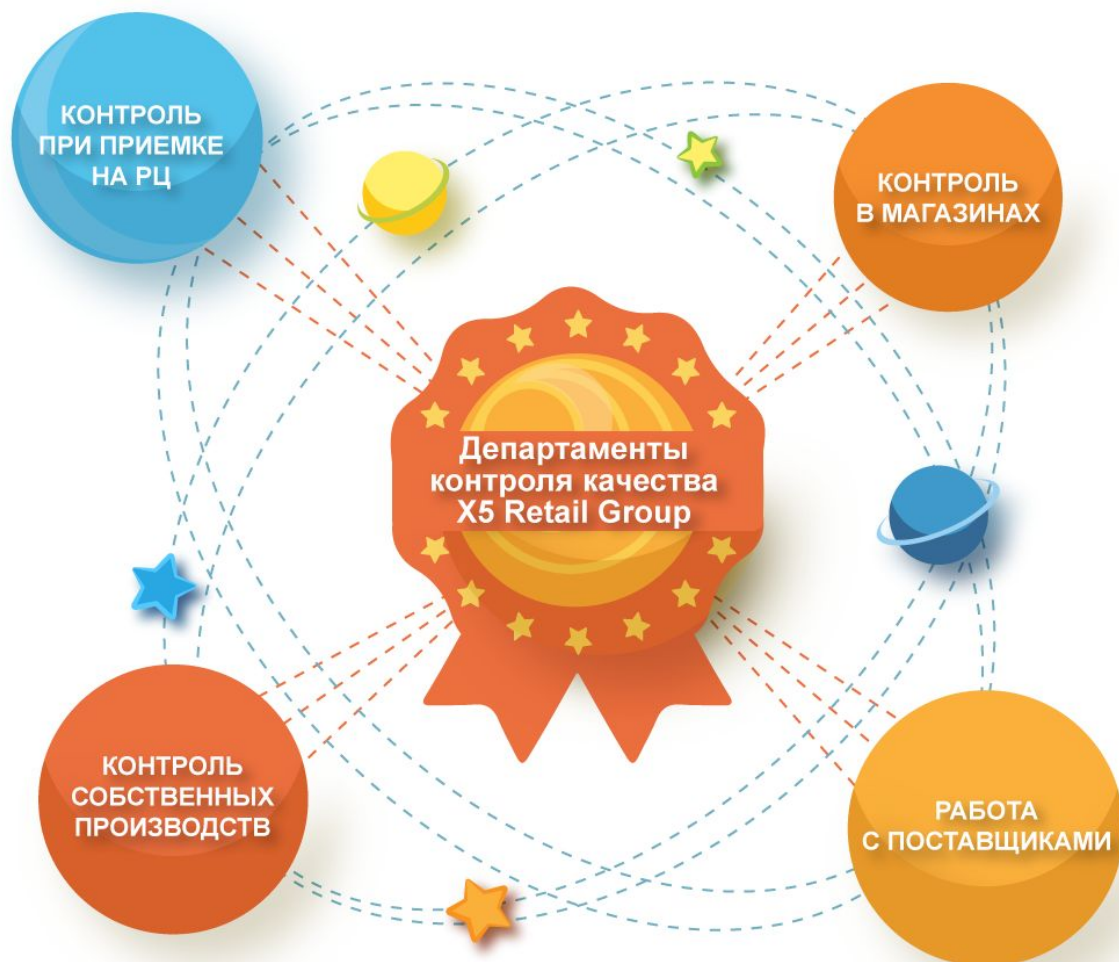
WEB ПОРТАЛ РАИ: ФУНКЦИОНАЛ И ПРЕИМУЩЕСТВА





Качество продукции

Цепочка контроля качества товаров



ОЖИДАЕМЫЙ РЕЗУЛЬТАТ

ПРОЗРАЧНОСТЬ ПРОЦЕДУР КОНТРОЛЯ КАЧЕСТВА ТОВАРА

ВЫЯВЛЕНИЕ НЕДОБРОСОВЕСТНЫХ ПОСТАВЩИКОВ

УЛУЧШЕНИЕ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ, СОХРАНЕНИЕ ИМИДЖА СЕТИ И КОМПАНИИ

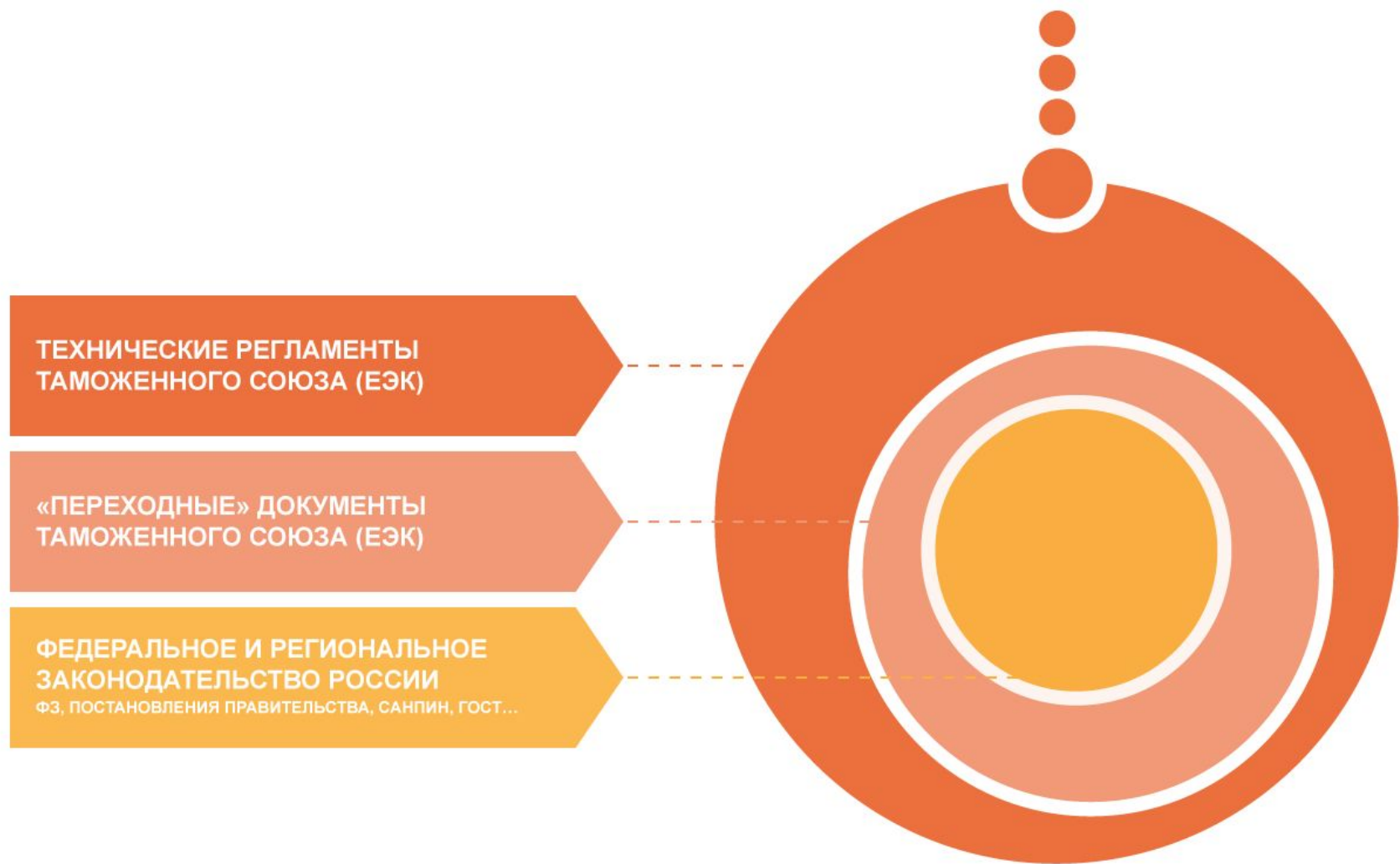
Требования к перевозке, хранению, реализации и утилизации пищевой продукции

Транспортировка товара

- Перевозка (транспортирование) пищевой продукции осуществляется транспортными средствами в соответствии с условиями перевозки, установленные изготовителем.
- При перевозке **ОДНОВРЕМЕННО** различной пищевой продукции, должны быть обеспечены условия, исключающие их соприкосновение, загрязнение и изменение органолептических свойств. Должно соблюдаться товарное соседство.
- Конструкция транспортного средства должна обеспечивать защиту продукции от загрязнения, проникновения животных, грызунов и насекомых.
- Важно! При транспортировке пищевых продуктов необходимо соблюдать установленные изготовителем температурные режимы. Несоблюдение температурного режима при поставке является причиной для отказа в приемке товара на РЦ сети.



Законодательство



Система технического регулирования



Технические регламенты

Устанавливают минимально необходимые требования безопасности, не создавая излишних барьеров для модернизированной и инновационной продукции



Стандарты

Отражают достигнутый уровень и обеспечивают трансфер технологий, способствуют обеспечению качества и конкурентоспособности выпускаемой продукции



Акредитация органов по сертификации испытательных лабораторий

Устанавливает необходимый уровень компетентности в сфере сертификации и испытаний



Подтверждение соответствия

Подтверждает качество продукции и обеспечивает доверие потребителей к новой продукции (добровольная сертификация)



Метрологическое обеспечение

Обеспечивает сопоставимость результатов измерений в различных испытательных лабораториях

Система технического регулирования в Таможенном союзе

Система технического регулирования

- горизонтальные технические регламенты (указаны общие требования – «О безопасности пищевой продукции», «Пищевая продукция в части ее маркировки» ...)
- вертикальные технические регламенты (предъявляются специфические требования к определённым видам пищевой продукции – «Технический регламент на масложировую продукцию», «Технический регламент на соковую продукцию из фруктов и овощей»...)

ОБЩИЕ ТЕХНИЧЕСКИЕ РЕГЛАМЕНТЫ

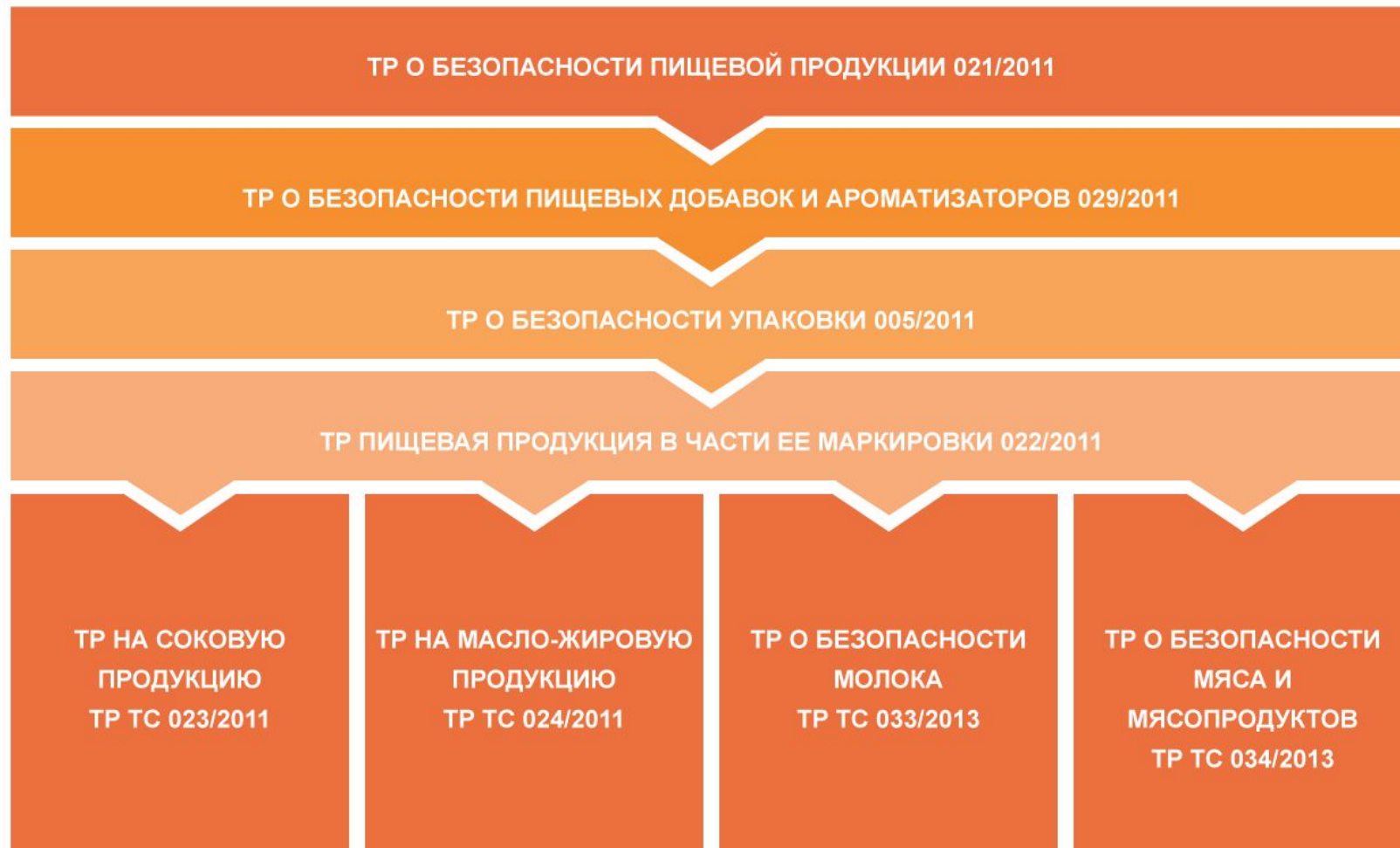
- a. О безопасности пищевой продукции
- b. Пищевая продукция в части маркировки
- c. О безопасности упаковки
- d. О безопасности пищевых добавок

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ОТДЕЛЬНЫМ ГРУППАМ ПИЩЕВОЙ ПРОДУКЦИИ

1. Технический регламент на молоко и молочную продукцию
2. Технический регламент на масложировую продукцию
3. О безопасности мяса и мясопродуктов
4. О безопасности рыбы и рыбной продукции
5. О безопасности зерна
6. Технический регламент на соковую продукцию
7. О безопасности алкогольной продукции
8. О безопасности продуктов диетического, специального и лечебно-профилактического питания

...

Действующие Технические регламенты ТС




Ввоз и обращение продукции на территории Таможенного Союза

ДО ВСТУПЛЕНИЯ В СИЛУ ТР ТАМОЖЕННОГО СОЮЗА	С ДАТЫ ВСТУПЛЕНИЯ В СИЛУ ТР ТС ДО ОКОНЧАНИЯ ПЕРЕХОДНОГО ПЕРИОДА	С ДАТЫ ОКОНЧАНИЯ ПЕРЕХОДНОГО ПЕРИОДА ТР ТАМОЖЕННОГО СОЮЗА
<ul style="list-style-type: none">• Единая декларация ТС на установленную номенклатуру (решение КТС N9620 от 7.04.2011)• Сертификат либо декларация о соответствии страны назначения• Свидетельство о государственной регистрации по ЕСТ	<ul style="list-style-type: none">• Единая декларация ТС на установленную номенклатуру (решение КТС Ns620 от 7.04.2011)• Сертификат либо декларация о соответствии страны назначения• Свидетельство о государственной регистрации по ЕСТ - Выданные во даты вступления в силу технического регламента ТС• Декларация о соответствии либо свидетельство о государственной регистрации по требованиям технического регламента ТС - Выданные с даты вступления в силу технического регламента ТС	<ul style="list-style-type: none">• Декларация о соответствии либо свидетельство о государственной регистрации по требованиям технического регламента ТС• Выданные с даты вступления в силу : технического регламента ТС
		

Формы оценки соответствия

<p>Пищевая продукция, за исключением:</p> <ul style="list-style-type: none">• не переработанной продукции животного происхождения• специализированной продукция• уксуса	<p>Специализированная пищевая продукция. Пищевая продукция нового вида</p>	<p>Не переработанная пищевая продукция животного происхождения</p>	<p>Фрукты и овощи</p>
<p>➤ Декларирование</p>	<p>➤ Государственная регистрация</p>	<p>➤ Ветеринарно-Санитарная экспертиза</p>	<p>➤ Акт фитосанитарного контроля</p> <p>➤ Протокол испытаний на бахчу</p>



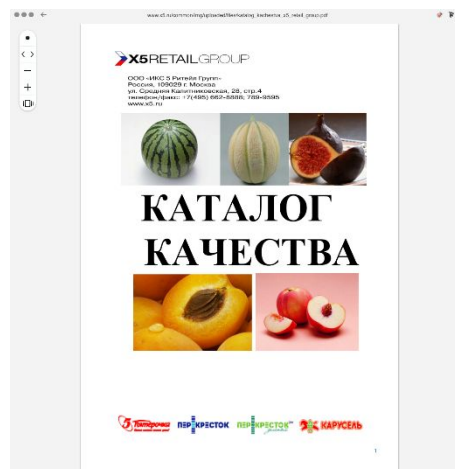
Особенности закупок фруктов и овощей

Процесс закупки фруктов и овощей


С деталями проекта и новыми документами для сотрудничества можно ознакомиться [здесь](#):

- Презентация для поставщиков
- Дополнительное соглашение с поставщиками фруктов-овощей
- Каталог «Визуальное качество фруктов и овощей» (17,3 Mb)
- КАТАЛОГ КАЧЕСТВА X5 RETAIL GROUP ФРУКТЫ, ОВОЩИ, ЭКЗОТИКА (15,3 Mb)
- Паспорта качества торговой сети (70 Mb)
- Атлас карантинных объектов (2,7 Mb)
- Положение о закупке ТС (0,7 Mb)





Предложения от поставщиков Фруктов-Овощей направляются на электронный адрес:
Offers.FROV@X5.ru



Пример Паспорта Качества Торговой Сети Пятёрочка 2014 г.

ПАСПОРТ ПРОДУКТА						
НОМЕР PLU	3423313		Автор:	Согласовано:	Дата создания:	
ТИП PLU	штучный		Гедзь Д.	Горденцева О., Директор департамента	21.05.2014	
НАЗВАНИЕ PLU	Томат розовый 700 г			по закупкам овощей и фруктов	Дата ввода:	
СТРАНА ПРОИСХОЖДЕНИЯ	импорт			Этна Л., Директор по качеству	01.06.2014	
ПРОИЗВОДИТЕЛЬ	не нормируется					
БАЗОВЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ			СПЕЦИФИКАЦИЯ УПАКОВКИ			
СОРТ	любые сорта розового ребристого томата			МАТЕРИАЛ	РАЗМЕРЫ, мм	ТИП
КЛАСС (ТОВАРНЫЙ СОРТ)	I		ТРАНСПОРТНАЯ УПАКОВКА	картон	600 X 400	пятислойный гофрокартон
ТРАНСПОРТНАЯ УПАКОВКА	короба		ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ УПАКОВКА	полимер или картон	компактно, относительно объема продукта	вспененный полистирол или крафт-бумага
КОЛИЧЕСТВО ВЛОЖЕНИЙ В ТРАНСПОРТНУЮ УПАКОВКУ	8		ПАЛЛЕТЫ	ТИП (минимальная масса поддона)	РАЗМЕРЫ, мм	МАКСИМАЛЬНАЯ ВЫСОТА ПАЛЕТА
ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ УПАКОВКА	подложка черного цвета, упакованная во флоупак или стрейч-пленка			овощной, 20 кг	1200 x 1000	1,8 м
МАССА НЕТТО ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ УПАКОВКИ	не менее 700 гр.			евро, 20 кг	1200 x 800	1,8 м
БРЕНД	не нормируется		ОПАЛЕЧИВАНИЕ	СТРЕЙЧ-ЛЕНТА	СТРЕЙЧ-ПЛЕНКА	УГОЛОК
ПРЕЗЕНТАЦИЯ	от двух до трех плодов в потребительской упаковке			стяжка на трех уровнях паллета	минимум в три слоя	используется
ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ			УСЛОВИЯ ХРАНЕНИЯ			
КВАНТ	8 шт			ТЕМПЕРАТУРА ХРАНЕНИЯ НА РЦ	от +7 до +8°C	
КАЛИБР	диаметр не менее 82 мм			ТЕМПЕРАТУРА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ	с фальш-паллет, при температуре до +25°C	
ОДНОРОДНОСТЬ	максимальная разница в калибре плодов внутри одной потребительской упаковки, не более, мм	20		ВЛАЖНОСТЬ	85-90%	
				ТЕМПЕРАТУРА ПРОМЕРЗАНИЯ	-0,5°C	

Пример Паспорта Качества Торговой Сети Пятёрочка

КРИТЕРИИ КАЧЕСТВА		КЛАССИФИКАЦИЯ	
МИНИМАЛЬНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ	Томаты всех сортов, с учетом специальных положений, предусмотренных для каждого сорта, и	I Категория	Томаты первого сорта должны быть хорошего качества, они должны быть:
	<ul style="list-style-type: none"> • неповрежденными • доброкачественными; продукт, подвергшийся гниению или другому виду порчи, что делает • чистыми, практически без видимых посторонних веществ • свежими на вид • практически без насекомых-вредителей • без затрагивающих мякоть повреждений, вызванных насекомыми-вредителями • без чрезмерной поверхностной влажности • без какого-либо постороннего запаха и/или привкуса • в кистях томатов стебли должны быть свежими, здоровыми, чистыми и свободными от всех • степень развития и состояние томатов должны быть такими, чтобы они могли: <ul style="list-style-type: none"> - выдерживать перевозку, погрузку и разгрузку - доставляться к месту назначения в удовлетворительном состоянии 		<ul style="list-style-type: none"> • достаточно плотными и иметь характерные признаки своей разновидности • они не должны иметь трещин и видимых "зеленых слинков"
			Однако могут допускаться следующие незначительные дефекты при условии, что они
			<ul style="list-style-type: none"> • незначительный дефект формы и развития • незначительные дефекты окраски • незначительные дефекты кожицы • очень незначительные повреждения
			<ul style="list-style-type: none"> • кроме того, "ребристые" томаты могут иметь: <ul style="list-style-type: none"> - зарубцевавшиеся трещины длиной не более 1 см - незначительные выросты - небольшой «пупок», но не опробковение - опробковение рыльца не более 1 см² - тонкий шрам (шов) удлиненной формы на месте отпавшего цветка, не
ОКРАСКА	Допускается к приемке томат только с явно выраженной розовой окраской	II Категория (допускается не более 10% в партии)	Ко второму сорту относятся томаты, которые не могут быть отнесены к более высоким
КОНСИСТЕНЦИЯ	Мякоть томатов должна иметь плотную упругую консистенцию, т.е. при легком нажатии на		<ul style="list-style-type: none"> • томаты должны быть достаточно плотными (но они могут быть несколько менее • не иметь незарубцевавшихся трещин
КОНТРОЛЬ ПРЕЗЕНТАЦИИ	Каждой потребительской упаковке должна содержаться 2 или 3 плода. Приемка с другим содержанием количества плодов не допускается		Могут допускаться следующие дефекты при условии, что томаты сохраняют присущие им характерные признаки качества, сохраняемость и товарный вид:
			<ul style="list-style-type: none"> • дефекты формы и развития • дефекты окраски • дефекты кожицы или повреждения при условии, что плод серьезно не затронут • зарубцевавшиеся трещины длиной не более 3 см для круглых, ребристых и • кроме того, "ребристые" томаты могут иметь: <ul style="list-style-type: none"> - более значительные выросты, чем допускается для первого сорта, однако без «пупок» - опробковение рыльца до 2 см² - тонкий шрам (шов) удлиненной формы на месте отпавшего цветка
ФОТОГРАФИИ ПРОДУКТА			
			
Розовый томат	Упаковка подложка во флоупак, три плода в одной упаковке	К ПРИЕМКЕ НЕ ДОПУСКАЕТСЯ: ТОВАР С ПОДЛОЖНОЙ НЕЧЕРНОГО ЦВЕТА и / или С СОДЕЖАНИЕМ ПЛОДОВ ОТЛИЧНЫМ ОТ 2-3 ШТ.	



Логистика

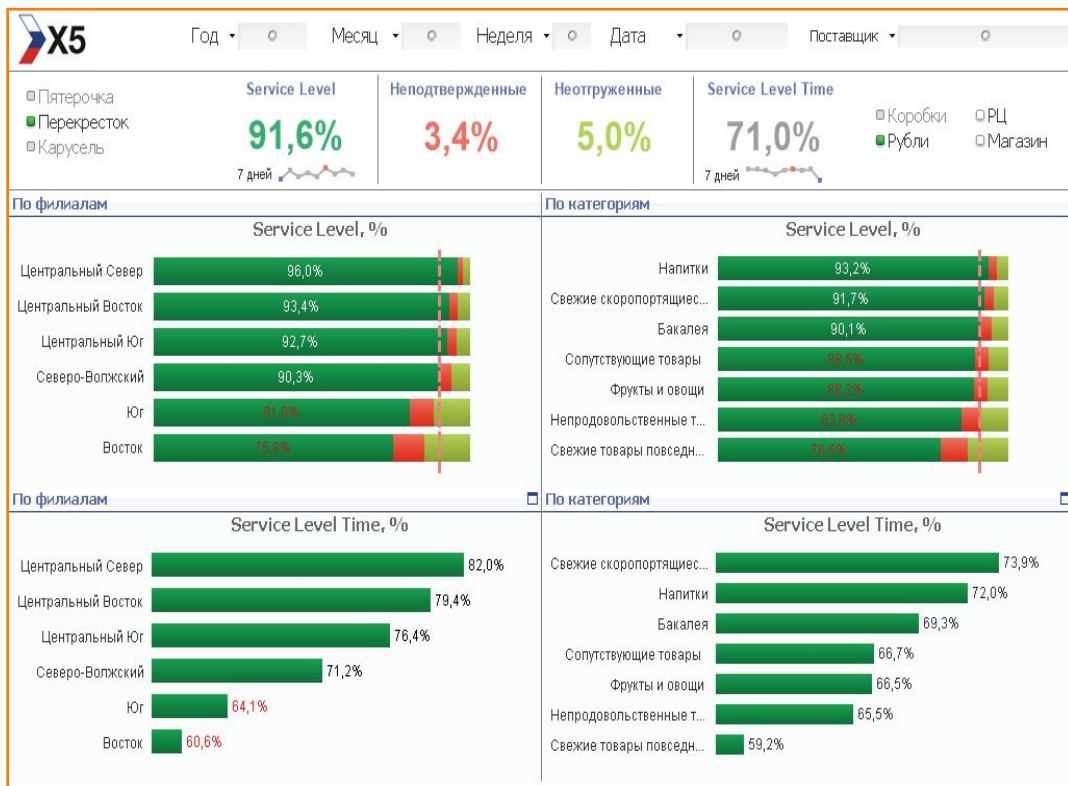
Цепочки поставок X5 Retail Group

Преимущества работы через Распределительный Центр:

- Снижение транспортных расходов при сокращении точек доставки;
- Снижение транспортных расходов при сокращении точек доставки;
- Сокращение документооборота; Сопроводительная документация;
- Гарантия качества товара, поставляемого в магазины;
- Централизованная система заказов от РЦ; Автозаказ, обеспечивающий обязательство заказа продукта при отсутствии;
- Фиксированное окно приемки для конкретного поставщика;
- Индивидуальная комплектация товара на РЦ с учетом специфики товара: Хранение, PBL, КДК;
- Оперативная претензионная работа;
- Обеспечение необходимого температурного режима по всей Цепочки поставок от РЦ до магазинов;

BI&EDI Tool - Аналитическая панель EDI сообщений (сбор, анализ, визуализация) на базе платформы QlikView

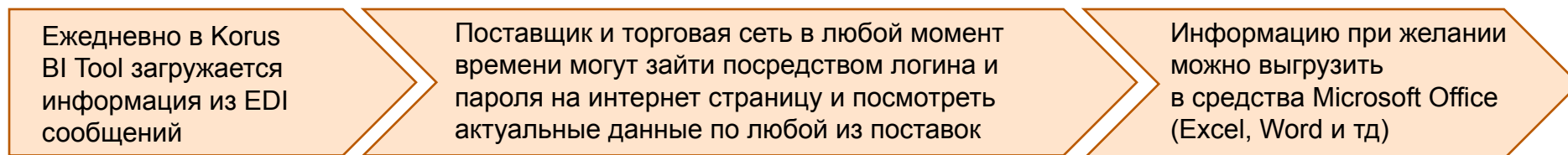
Для быстрого и эффективного роста необходимо оперативно и четко отслеживать уровень предоставляемого поставщиками сервиса в различных разрезах: по каждому магазину, в каждом регионе, по каждой поставке, по каждой категории и по каждому SKU. Партнеры должны разговаривать на одном языке, оперируя одинаковым пониманием ситуации



- Оптимизировать процессы анализа взаимоотношений с клиентами на основании информации EDI сообщений;
- Визуализировать данные и привлекать внимания к проблемным точкам;
- Автоматизировать рутинную работу — менеджеры тратят время на анализ и реакцию, а не на сбор информации в Excel;
- Использовать Мобильную отчетность — доступ к системе анализа с планшета или телефона

BI&EDI Tool - Аналитическая панель EDI сообщений (сбор, анализ, визуализация) на базе платформы QlikView

Схема работы



Система динамично развивается, и по Вашему желанию может быть добавлена информация:

По другим типам сообщений, если это необходимо (Pricat, Invoice и т.д.).

Через интеграцию с системами: ERP, логистическая, производственная и т.д. для дополнения данных и построения более глубоких отчетов

Отчет по выставленным штрафам с применением ЭЦП. Такой функционал позволит охватить все 100% клиентов, а не только тех, кто работает по EDI.

Вы получите:

100% охват своих клиентов (ПОСТАВЩИКОВ : если вы — СЕТЬ, СЕТЕЙ: если ВЫ — ПОСТАВЩИК), их рейтинги по показателям

100% автоматизацию, оперативность и прозрачность



Кодекс добросовестных практик

Кодекс добросовестных практик

Компания X5 Retail Group (ТС «Пятерочка, ТС «Перекресток» и ТС «Карусель») являясь членом Ассоциация компаний розничной торговли подписала Кодекс добросовестных практик. Кодекс прописывает четкие нормы в отношениях между ритейлерами и поставщиками

Основными целями Кодекса являются:

- формирование практик взаимодействия, основанных на принципах добросовестности, при заключении и исполнении договоров между поставщиками и торговыми сетями и обеспечение баланса коммерческих интересов торговых сетей и поставщиков;
- повышение эффективности взаимодействия между торговыми сетями и поставщиками и оптимизация издержек по всей цепочке поставок;
- создание условий для соблюдения всеми участниками рынка этических правил использования рыночной силы и содействие развитию конкуренции на рынке;
- содействие в удовлетворении потребностей покупателей в качественных потребительских товарах.

Более подробнее с КДП можно ознакомиться [здесь](#).



Кодекс добросовестных практик

В рамках Кодекса добросовестных практик в Компании созданы два ресурса по рассмотрению инцидентов:

X5
«HOTLINE»

**Согласительная
Комиссия**



X5 «HOTLINE»

X5 «HOTLINE»

Создан ресурс на сайте [X5 «HOTLINE»](#)

Инциденты будут рассмотрены, а Директоры департаментов и филиалов, начальники отделов и категорийные менеджеры по продукции, в свою очередь, примут соответствующие меры.

ПРОБЛЕМЫ	БЛАГОДАРНОСТЬ
Затягивание процесса переговоров или отсутствие обратной связи по вопросам:	Если вы хотите высказать благодарность сотруднику X5

- › согласования коммерческих условий для продолжения сотрудничества
- › ввода новых позиций, ротаций
- › по осуществлению или согласованию цепочки поставок для регулярного ассортимента, промо и сезонного товара
- › нарушение правил делового этикета при проведении переговоров или несоблюдении делового стиля общения при переписке по электронной почте
- › по вопросам заключения договорных документов (документооборот между компаниями)
- › по вопросам выставления счетов, взаиморасчетов и платежей
- › по вопросам прохождения проверки на соответствие качества продукции





Согласительная КОМИССИЯ

Цели и задачи деятельности Согласительной комиссии

Целями деятельности Согласительной комиссии являются:

- Защита интересов Компании, предотвращение нанесения ущерба интересам Компании.
- Повышение прозрачности взаимоотношений с Контрагентами.
- Улучшение имиджа и репутации Компании на рынке.

В задачи Согласительной комиссии входит:

- Повышение эффективности договорной работы.
- Разрешение спорных ситуаций.
- Выявление и предотвращение нарушений правил договорной работы.
- Налаживание открытого диалога с Контрагентами.
- Участие в разработке философии взаимодействия с Контрагентами.

**На согласительной
комиссии
инциденты будут
рассмотрены
ТОП-менеджерами
Компании**

Компетенция Согласительной комиссии

Компетенция Согласительной комиссии:

- Рассмотрение жалоб Контрагентов по вопросам выбора контрагентов и соблюдения договорных условий (за исключением вопросов по определению коммерческих условий договоров).
- Выявление проблем в договорной работе Компании и подготовка рекомендаций/предложений по выявленным проблемам для вынесения на рассмотрение структурного подразделения Компании, ответственного за реализацию соответствующего бизнес-процесса.
- В компетенцию Согласительной комиссии не входит определение/изменение условий заключаемых сделок.



Состав Согласительной комиссии

- Согласительная комиссия состоит из Председателя и членов Согласительной комиссии.
- Должностной состав Согласительной комиссии определяется Главным Исполнительным директором X5 Retail Group.
- С 01.06.2015г. Председателем Согласительной комиссии назначен Директор по корпоративному аудиту, постоянными членами комиссии назначены директор по правовой поддержке бизнеса и директор по безопасности.
- Секретарем Согласительной комиссии назначен директор Департамента по комплаенсу.
- По решению Председателя Согласительной комиссии на заседания могут приглашаться любые члены Исполнительного комитета (Правления) или иные руководители подразделений Компании, в чьем ведении находится рассматриваемый на заседании вопрос.

Порядок подачи и рассмотрения заявлений в Согласительную комиссию

1. Заявитель (действующий контрагент или участник тендера) заполняет заявление по форме, размещенной на сайте Компании по адресу: <http://www.x5.ru/ru/partners/conciliation/>.
2. Заполненный бланк заявления вместе с приложениями (документы, подтверждающие суть жалобы) направляется электронным письмом на ящик **compliance@x5.ru**.
3. В электронном письме обязательно должна быть указана вся контактная информация в случае необходимости связаться с заявителем для уточнения полученной информации. Анонимные заявления в работу не принимаются.
4. Секретарь Согласительной комиссии организует процедуру служебного расследования по факту заявления. Продолжительность служебного расследования может составлять от 1 до 4 недель (в зависимости от особенностей конкретного нарушения). Секретарь Комиссии уведомляет Заявителя по электронной почте о возможных изменениях сроков проведения служебного расследования.
5. По результатам служебного расследования Председателем Согласительной комиссии принимается решение о необходимости очного или заочного заседания Согласительной комиссии, а также определяет состав участников заседания, включая необходимость приглашения представителей со стороны Заявителя.
6. После утверждения решения Согласительной комиссией Секретарь направляет принятое решение в виде обычного электронного письма на электронный ящик Заявителя.
7. По решению Председателя Согласительной комиссии решение вопроса может быть передано на рассмотрение / утверждение Комитета по этике (с участием Главного Исполнительного директора Компании).