



"L E D O" DOO PODGORICA - Liješnje bb, 81000 Podgorica, Crna Gora;

PIB: 02126265; PDV Br.: 30/31-00011-3; Šifra djelatnosti: 4633;

Telefon: CENTRALA: +382 20 404 700; Fax: +382 20 404 705;

e-mail: ledo@ledo.co.me

D.O.O. "LEDO"

Broj: 1149/23

Podgorica, 29.12.2023 god.

POLITIKA PRODAJE

LEDO D.O.O. Podgorica

OSNOVNI PRINCIPI

Ledo d.o.o. Podgorica ("Ledo") je privredno društvo koje na tržištu Crne Gore posluje preko 20 godina i danas broji preko 1700 kupaca.

Ovaj dokument sadrži osnovne elemente komercijalne politike Leda, i sačinjen je imajući u vidu postojeće tržišne okolnosti i dugogodišnje iskustvo u radu s kupcima. Politika prodaje sadrži pregled komercijalnih uslova koje Ledo odobrava svojim kupcima. Osnovni ciljevi ove Politike prodaje su transparentnost i nediskriminatornost, poslovanje na ekonomskim osnovama i uravnotežena rabatna politika, kao i dosljedno poštovanje pravila konkurencije na tržištima na kojima Ledo posluje. Transparentnost se postiže kroz omogućavanje uvida u Politiku prodaje svim Ledovim kupcima, dok se nediskriminatornost ogleda u dostupnosti jednakih uslova poslovanja svim kupcima koji zadovoljavaju utvrđene objektivne kriterijume.

Ova Politika prodaje predstavlja sastavni dio opštih pravnih akata koji regulišu poslovanje Leda i primjenjuje se na opšti način na sve kupce sa kojima Ledo posluje.

Svi zaposleni u Ledu CG koji sklapaju ugovore sa kupcima, bez obzira na poziciju, dužni su da se pridržavaju ove Politike prodaje. Prilikom potpisivanja ugovora o prodaji, prodajni predstavnici Leda upoznaju kupce sa Politikom prodaje Leda i upućuju ih na internet stranicu Leda na kojoj se mogu upoznati sa njenim sadržajem. Obrazac ugovora o prodaji takođe upućuje na Prodajnu politiku Leda, i kupci potpisivanjem ugovora preuzimaju obavezu da se sa istom upoznaju.

Ugovori o prodaji sa kupcima se zaključuju na godišnjem nivou. Ugovori se po pravilu zaključuju na tipskim obrascima Leda, kako bi se postiglo da se na kupce koji se nalaze u istom položaju primjenjuju jednaki uslovi poslovanja, kao i u cilju olakšanja administrativnog poslovanja Leda. Ugovor o prodaji se može izuzetno zaključiti i na obrascu kupca, pod uslovom da je isti u skladu s pozitivnim propisima Crne Gore i da ne sadrži neopravdana odstupanja od Ledo Politike prodaje.

Politika prodaje se sastoji iz četiri dijela:

- I. Kategorizacija kupaca;
- II. Grupe proizvoda iz Ledovog prodajnog asortimana i osnovni i količinski rabati za svaku grupu;
- III. Ostale vrste rabata i naknada, uz navođenje predviđenih iznosa ili raspona u kojima se odobravaju, kao i kriterijuma po kojima se odobravaju kupcima; i
- IV. Instrumenti obezbjeđenja plaćanja.

I. KATEGORIZACIJA KUPACA

Ledo odobrava komercijalne uslove kupcima u zavisnosti od kategorije kojoj kupac pripada i grupe proizvoda iz Ledovog prodajnog asortimana.

Ledo je izvršio kategorizaciju kupaca na sljedeći način:

1. Veliki maloprodajni lanci sa nacionalnom pokrivenošću;
2. Manji maloprodajni lanci, tj. maloprodajni lanci koji imaju dva ili više objekata, a bez nacionalne pokrivenosti;
3. Samostalni maloprodajni objekti;
4. HoReCa kupci.

II. GRUPE PROIZVODA I OSNOVNI I KOLIČINSKI RABAT

1. OSNOVNI RABAT

U toku svog višegodišnjeg poslovanja, Ledo je identifikovao grupe proizvoda za koje svim kupcima odobrava osnovni rabat.

Osnovni rabat razlikuje se prema tipu kupca i prema grupi proizvoda.

Za HoReCa kupce, s jedne strane i za sve druge kupce s druge strane, važe posebni osnovni rabati za svaku grupu proizvoda. Ekonomska podloga za izdvajanje HoReCa kupaca sastoji se u tome što HoReCa predstavlja poseban kanal prodaje koji podrazumijeva specifičan način organizovanja. Osnovna karakteristika ovog kanala prodaje je u tome što kupci poručuju proizvode u takozvanom ugostiteljskom pakovanju, koje obično sadrži veću količinu proizvoda po pakovanju u odnosu na trgovačka pakovanja, pa su inicijalni troškovi pakovanja i ambalaže niži po jedinici proizvoda. Pored toga, specifičnost ovog kanala se ogleda i u sistemu dodavanja vrijednosti u okviru lanca snabdijevanja. Finalnim kupcima u HoReCa kanalu se pored konzumacije proizvoda pruža i specifičan vid ugostiteljske usluge (ambijent, usluga posluživanja, usluga pripremanja, i druge povezane usluge koje utiču na konzumaciju proizvoda). Sve navedeno opravdava tretman HoReCa kanala kao posebnog segmenta prodaje u kome važe posebni osnovni rabati po grupama proizvoda.

Ledo teži što većoj iskorišćenosti svojih distributivnih kapaciteta da bi se kroz efekat ekonomije obima smanjio prosječni trošak distribucije po jedinici proizvoda, i na taj način obezbijedila cjenovna konkurentnost na tržištu.

Sladoled karakteriše različit sezonski ciklus u odnosu na ostale grupe proizvoda, što direktno utiče na veću iskorišćenost kapaciteta i drugačiju dinamiku prosječnih troškova u kategoriji sladoleda u odnosu na ostale grupe proizvoda. Taj faktor opravdava veći iznos osnovnog rabata na sladoled za kupce van HoReCa kanala.

Prodajni asortiman Leda CG sastoji se od šest grupa proizvoda na koje se odobrava osnovni rabat prema sljedećoj tabeli:

<i>Grupe smrznutih proizvoda</i>	<i>HoReCa kupci</i>	<i>Ostali kupci</i>
<i>Voće</i>	20%	16%
<i>Povrće</i>	20%	16%
<i>Riba</i>	20%	16%
<i>Sladoled</i>	20%	20%
<i>Tijesto</i>	20%	16%
<i>Gotova jela</i>	20%	16%

2. KOLIČINSKI RABAT

Količinski rabat predstavlja rabat koji se obračunava na osnovu prometa kupljenih proizvoda, i kao takav odsljikava stvarne uštede u troškovima koje se postižu zahvaljujući ekonomiji obima. Odobrava se kupcima direktno na fakturi zbirno sa osnovnim rabatom. Količinski rabat se odobrava prema kategorijama kupaca na osnovu prometa koji su ostvarili u prethodnoj kalendarskoj godini, kako slijedi:

<i>Kategorija kupaca</i>	<i>Promet u prethodnoj kalendarskoj godini (EUR)</i>	<i>Količinski rabat</i>
<i>Veliki lanci sa nacionalnom pokrivenošću</i>	≤ 1.000.000	5%
	1.000.000 - 1.250.000	6%
	1.250.000 - 1.500.000	7%
	> 1.500.000	8%
<i>Manji lanci</i>	10.000 - 15.000	1%
	15.000 - 20.000	2%
	20.000 - 30.000	3%
	30.000 - 50.000	4%
	> 50.000	5%
<i>Samostalni maloprodajni objekti</i>	3.000 - 10.000	1%
	10.000 - 15.000	2%
	15.000 - 20.000	3%
	20.000 - 25.000	4%
	> 25.000	5%
<i>HoReCa</i>	1.500 - 3.000	1%
	3.000 - 6.000	2%
	6.000 - 10.000	3%
	10.000 - 15.000	4%
	>15.000	5%

III. OSTALI RABATI I NAKNADE

Ledo kupcima pored osnovnog i količinskog rabata može odobriti sljedeće kategorije rabata i naknada:

1. Logistički rabat;
2. Cassa sconto;
3. Akcijski rabat; i
4. Naknade za marketinško-komercijalne aktivnosti.

Logistički i akcijski rabati se odobravaju kupcu direktno na fakturi ili putem knjižnog odobrenja. Cassa sconto se kupcima odobrava putem knjižnog odobrenja. Naknade za marketinško-komercijalne aktivnosti predstavljaju vanfakturane naknade koje se obračunavaju mjesečno ili kvartalno. Vanfakturane naknade se izuzetno sezonskim kupcima sladoleda mogu obračunati i na polugodišnjem ili sezonskom nivou.

1. LOGISTIČKI RABAT ZA SOPSTVENI TRANSPORT PROIZVODA

Pojedini kupci Leda preferiraju da preuzmu proizvode u centralnom magacinu Leda, i da samostalno distribuiraju te proizvode do svojih maloprodajnih objekata. Takva samostalna distribucija od strane kupaca omogućava Ledu da ostvari značajne uštede u pogledu troškova transporta i radne snage. Ledo kupcima koji preuzmu proizvode u centralnom magacinu i vrše sopstvenu distribuciju do svojih maloprodajnih objekata nudi mogućnost da ostvare rabat u visini od 5% fakturne vrijednosti tako preuzetih proizvoda. Minimalna količina robe koju kupac mora samostalno preuzeti radi ostvarivanja ove vrste rabata je jedna paleta po preuzetom proizvodu, bez obzira na kategoriju.

2. CASSA SCONTO

Cassa sconto omogućava Ledu da ostvari uštede kroz povoljnije tokove gotovine, smanjeni trošak kapitala i smanjeni rizik naplate ugovorenih obaveza. Avansno izmirivanje obaveza kupaca prema Ledu predstavlja stvarnu uštedu u vidu smanjenog angažovanja kapitala i pospešivanja tokova gotovog novca. Avansno izmirivanje obaveza predstavlja provjerljivu vrijednost koja se može obračunati kroz smanjeno angažovanje obrtnog kapitala prema određenom kupcu. Svim kupcima je data mogućnost da svoje obaveze izmire prije isporuke proizvoda i time ostvare cassa sconto.

Cassa sconto iznosi 3% za sve kategorije kupaca i grupe proizvoda, a odobrava se putem knjižnog odobrenja.

3. AKCIJSKI RABAT

Ledo, u skladu sa internim mogućnostima i procjenama potreba tržišta, povremeno organizuje akcijske prodaje svojih proizvoda, o čemu blagovremeno obavještava svoje kupce. Vremensko trajanje pojedinačnih akcija kreće se u intervalu od jedne do četiri nedjelje i to najviše jednom u šest mjeseci po kupcu.

Akcijski rabati se odobravaju na osnovu ekonomske opravdanosti i dostupni su svim kupcima na ravnopravnoj osnovi, tj. za akcije istog tipa odobrava se isti iznos rabata svim kupcima, direktno na fakturi.

4. NAKNADE ZA MARKETIŠKO-KOMERCIJALNE AKTIVNOSTI

Ledo svojim kupcima nudi mogućnost naknade troškova koje imaju usljed sprovođenja dodatnih marketinško-komercijalnih aktivnosti na promociji proizvoda iz Ledovog asortimana koje dogovore sa Ledom. Ledo sa kupcem, u skladu sa svojim komercijalnim potrebama i raspoloživošću kapaciteta kupca za pružanje dodatnih usluga, dogovara marketinško-komercijalne aktivnosti koje će kupac sprovesti, kao i cijenu i uslove pružanja tih dodatnih usluga.

Marketinško-komercijalne aktivnosti obuhvataju sljedeće vrste usluga koje kupci mogu pružati Ledu:

<i>Kanal prodaje</i>	<i>Komercijalno-marketinška aktivnost</i>	<i>Opis</i>
<i>Maloprodajni kanal</i>	Blok izlaganje	Izlaganje određene kategorije Ledo proizvoda u jednom bloku
	Pozicioniranje robe	Zakup dijela polica kod kupca prema tržišnom učešću
	Redovno izlaganje robe	Merčendajzing
	Razmjena informacija	Dostavljanje podataka Ledu o prodaji Ledo asortimana unutar maloprodajnih objekata kupca
	Trade marketing	Objave u katalogima i posebne marketinške aktivnosti
	Održavanje promocija	Zakup dijela prodajnog prostora kupca za organizaciju i održavanje promocija
<i>HoReCa kanal</i>	Zakup prostora za vitrine	Zakup dijela prodajnog prostora kupca za postavljanje vitrina za sladoled
	Zakup reklamnog prostora	Zakup prostora za postavljanje sladoledne karte na stolovima

Naknade za marketinško-komercijalne aktivnosti koje se sprovode redovno odobravaju se na osnovu Aneksa 1 ugovora o prodaji i predstavljaju vanfaktorne naknade. Aneks 1 ugovora prodaji se potpisuje na tipskom obrascu Leda, koji je dostupan u dva formata: (I) za maloprodajne kupce i (II) za HoReCa kupce.

Naknada za komercijalno-marketinške aktivnosti koje se sprovode povremeno odobrava se na osnovu Aneksa 2 Ugovora o prodaji, koji se takođe potpisuje na tipskom obrascu Leda.

Vanfaktorne naknade za komercijalno-marketinške aktivnosti se obračunavaju za sve grupe proizvoda na mjesečnom ili kvartalnom nivou, dok se izuzetno kupcima koje Ledo snabdijeva sladoledom samo tokom sezone mogu obračunati za period od šest mjeseci ili nakon završetka sezone.

4.1. Blok izlaganje i pozicioniranje robe

Ledo kupcu iz maloprodajnog kanala može odobriti rabat za pozicioniranje robe u rashladnim vitrinama i frižiderima na sopstvenim policama kupca na osnovu udjela koji svaka pojedina grupa proizvoda zauzima na ukupnoj površini polica tog kupca u konkretnom maloprodajnom objektu, a koji udio ne može biti iznad procijenjenog tržišnog udjela Leda na relevantnom tržištu proizvoda u Crnoj Gori umanjenog za 5%.

Rabat za blok izlaganje se odobrava kupcu za izlaganje Ledo proizvoda na jednom mjestu tj. formiranje bloka Ledo proizvoda na polici kupca, horizontalno i vertikalno (prema uputstvu prodajnih predstavnika Leda).

Kako pozicioniranje i blok izlaganje robe kod kupca uzrokuju dodatne troškove za dodatni angažman zaposlenih kod kupca, naknada za pozicioniranje robe i blok izlaganje odobrava se u određenom % od ostvarenog prometa sa konkretnim kupcem u datoj grupi proizvoda u ugovorenom obračunskom periodu, prema sljedećim uslovima:

Grupa proizvoda	Pozicioniranje		Blok izlaganje	
	Fizički udio na polici (%)	Naknada (%)	Blok izlaganje (% artikala složenih u bloku)	Naknada (%)
Sladoled (impulsni i porodični)	do 50%	do 1%	do 50%	do 1%
	od 51% do 60%	do 2%	50% do 70%	do 2%
	od 61% do 70%	do 3%	> 70%	do 3%
Smrznuto voće	do 45%	do 2%	do 50%	do 2%
	od 45% do 59%	do 3%	50% do 70%	do 3%
Smrznuto povrće	do 45%	do 2%	do 50%	do 2%
	od 45% do 57%	do 3%	50% do 70%	do 3%
Smrznuto tijesto	do 40%	do 2%	do 50%	do 2%
	od 40% do 50%	do 3%	50% do 70%	do 3%
Smrznuta riba	do 40%	do 2%	do 50%	do 2%
	od 40% do 50%	do 3%	50% do 70%	do 3%
Smrznuta gotova jela	do 40%	do 2%	do 50%	do 2%
	od 40% do 50%	do 3%	50% do 70%	do 3%

4.2. Redovno izlaganje robe

Redovno izlaganje robe zahtijeva od kupca da čini napore da obezbijedi zaposlene koji će voditi računa da Ledo proizvodi iz određene grupe proizvoda budu u svakom trenutku izloženi u rashladnim uređajima u skladu sa datim uputstvima. Na taj način, Ledo ostvaruje značajne uštede u troškovima radne snage iz razloga što njegovi prodajni predstavnici ne moraju da se staraju o redovnom izlaganju proizvoda u pojedinačnim objektima. Troškovi redovnog izlaganja kod kupaca variraju u odnosu na veličinu objekta, broj kategorija Ledo proizvoda koje prodaje, kao i broja zaposlenih u maloprodajnom objektu. U tom slučaju, Ledo može nadoknaditi kupcu ove troškove u iznosu koji odredi kupac, ali koji ne može preći 3% od vrijednosti ostvarenog prometa sa tim kupcem na datoj grupi proizvoda u ugovorenom obračunskom periodu.

4.3. Razmjena informacija

Redovna razmjena informacija o prodaji asortimana Ledo proizvoda unutar maloprodajnih objekata iziskuje kod kupca dodatne troškove. Ledo će kupcu nadoknaditi ove troškove u iznosu koji je određen kao 1% ostvarenog neto prometa sa konkretnim kupcem u ugovorenom obračunskom periodu.

4.4. Trade marketing

Usluge trade marketinga, između ostalog, obuhvataju:

- Brendiranje rashladne opreme
- Zakup oglasnog prostora
- Zakup paletnog mjesta
- Objavljivanje proizvoda Leda u katalogima kupca
- Objavljivanje proizvoda Leda na društvenim mrežama kupca
- Objavljivanje proizvoda Leda kroz TV objave za koje kupac snosi ukupan trošak
- Postavljanje dodatnih plakata, A -stalaka, lifleta, senzomatika i drugih marketinških predmeta na prodajnim mjestima kupca.

Naknada za marketinške usluge može da se odobri kupcu na osnovu Aneksa 2 Ugovora o prodaji za određenu godinu ili sezonu, ili po potrebi za određene marketinške aktivnosti u skladu s potrebama Leda.

Visina naknade za marketinške aktivnosti se definiše Aneksom 2 u apsolutnom iznosu za svaku pojedinu marketinšku aktivnost, a u skladu s cjenovnikom kupca za marketinške aktivnosti. Maksimalna ukupna naknada koju kupac može ostvariti na svim grupama proizvoda u jednoj kalendarskoj godini određuje se kao procenat od ukupnog prometa ostvarenog između Leda i konkretnog kupca u prethodnoj godini ili sezoni, i ne može preći 7% od tako ostvarenog prometa.

4.5. Održavanje promocija

U cilju održavanja povremenih promocija proizvoda iz Ledo asortimana, Ledo može zakupiti dio prodajnog prostora kupca za organizaciju i održavanje promocija na ograničeno vrijeme, u trajanju od maksimalno četiri nedjelje, jednom u šest mjeseci. Ledo će kupcu nadoknaditi troškove zakupa prodajnog prostora u visini koju odredi kupac.

4.6. Pozicioniranje vitrine za ugostiteljski sladoled

Naknada za pozicioniranje Ledo vitrine može se odobriti kupcu na osnovu Aneksa 1 Ugovora o prodaji koji se sklapa sa HoReCa kupcima sladoleda. Naknada se obračunava na mjesečnom ili kvartalnom nivou, dok se izuzetno može obračunati za period od šest mjeseci ili nakon završetka sezone, za kupce koje Ledo snabdijeva sladoledom samo tokom sezone.

Za postavljanje vitrine za ugostiteljski sladoled na atraktivnu poziciju koja je vidljiva sa pozicije gdje sjede gosti, i/ili okrenuta ka spoljašnjosti objekta tako da je pristupačna potrošačima koji prolaze pored objekta, Ledo plaća HoReCa kupcu naknadu u iznosu koji dogovori s kupcem, a maksimalno u visini od 5% ostvarenog prometa sa tim kupcem na ugostiteljskom sladoledu.

4.7. Zakup reklamnog prostora

Naknada za zakup reklamnog prostora odobrava se na osnovu Aneksa 1 Ugovora o prodaji koji se sklapa sa HoReCa kupcima sladoleda. Naknada se obračunava na mjesečnom ili kvartalnom nivou, dok se izuzetno može obračunati za period od šest mjeseci ili nakon završetka sezone, za kupce koje Ledo snabdijeva sladoledom samo tokom sezone.

Na ime korišćenja dijela površine ugostiteljskih stolova u svrhe reklamiranja (postavljanje sladoledne karte) u ugostiteljskim objektima kupca, Ledo kupcima plaća zakup tog dijela reklamnog prostora u iznosu koji odredi kupac, a maksimalno u visini od 2% ostvarenog prometa sa tim kupcem na ugostiteljskom sladoledu.

3. INSTRUMENTI OSIGURANJA PLAĆANJA

Svi ugovori moraju predvidjeti instrument osiguranja plaćanja u obliku dvije evidentirane blanko mjenice izdate od strane Centralne banke Crne Gore. Izuzetak od ovog pravila mogu odobriti svojim potpisom samo direktor prodaje ili izvršni direktor Leda.

Pored sredstava obezbjeđenja, svaki kupac je dužan da dostavi i: (I) rješenje o registraciji, (II) karton deponovanih potpisa lica ovlašćenih za zastupanje, (III) potvrdu o PIB-u, i (IV) potvrdu o PDV-u. Sva navedena dokumenta se, zajedno sa jednim primjerkom ugovora o prodaji i pripadajućih aneksa, dostavljaju Sektoru finansija Leda.

Kod zaključivanja ugovora sa novim kupcima, obavezno treba provjeriti bonitet novog kupca prije prve isporuke robe. Provjera boniteta se utvrđuje standardnim postupkom kreditnog skrininga, uzimajući u obzir istoriju finansijskih performansi kupca i pravni due dilligence.

4. POČETAK PRIMJENE I PERIOD VAŽENJA POLITIKE PRODAJE

Ova politika prodaje stupa na snagu 1. januara 2024. godine i važi do njenog opoziva ili do donošenja nove prodajne politike. Politika prodaje se primjenjuje na sve ugovore koji će se sklapati u periodu važenja Politike prodaje.



Izvršni direktor
Ledo doo Podgorica

Miomir Marković, dipl.ekon.