|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 붙임1 |  | 2025년 온·오프라인 해외판촉 정산기준 |

**□ 공통기준**

○ 모든 사업비용은 해외 판촉 행사 관련 실제 집행비용에 한함

○ 항목별 지원기준에 명시되어 있지 않은 경우 사전협의 필요

\* aT는 필요시 대금 입금확인서 등 추가 서류 제출을 요구할 수 있음

\* 각국 세무 당국이 인정하는 영수증 제출이 원칙이며, 부득이한 상황으로 확정

증빙 첨부 불가시 사전 aT 본사 협의 필요

\* 해외지사 요청 시 현지화 정산이 가능하나, 기 배정된 지원 한도(원화)를 초과할 수 없음

**□ 항목별 세부기준**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **항목** | **세부내역** | **제출서류** |
| 입점및장치관련비용**\* 온라인 제외** | ◦ 판촉행사장 임차비 및 입점수수료- 품목등록비, 점포Listing Fee 이외의단순 매출수수료는 제외◦ 판촉 관련 시식대·행사장 구성·이벤트와관련된 장치 제작 설치비 및 임차비 | ◦ 유통업체(매장) 발행 증빙서 또는임차계약서(금액표시)◦ 관련 증빙서 및 실물 사진 |
| [오프라인 한정]◦ 주류마켓 대상 수출전략품목 신규입점성공에 따른 판촉의 경우, 식품중개인 획·입점 관련 비용(20% 한도) | ◦ 식품중개 활동 내역, 납품 계약서 등관련 증빙\* 신규입점한 유통매장이 해당 국가 10위이내 유통체인(또는 매장 수 100개 이상)일 경우 지원 한도 제한 없음(100%) |
| 홍보관련 비용 | ◦ 행사관련 이벤트 용역, 미디어 제작 및 광고,현수막, 전단지, 인터넷 배너 제작, SNS, 온라인시식 등 판촉 관련 행사 및 제품 홍보에 집행된 비용\* 오프라인 판촉 행사로 온라인몰 연계 시 행사 기간, 매장명 등 오프라인 행사 정보 제공 필요◦ 증정품+경품+포인트+쿠폰+배송료 합산 금액은 전체 배정승인 예산의 25% 한도 내 승인\* 증정품∙경품은 한국 농식품(꾸러미) 권장 | ◦ 홍보내역 및 송금증 등 관련 지출증빙◦ 제작실물 또는 실물사진◦ 포인트, 쿠폰 등 마케팅 내역 및 관련 증빙◦ 증정품 관리대장(수량명시), 사진 첨부\* 경품행사 진행시, 사전에 행사계획 제출 및 협의 필요◦ 판촉 홍보물 제작 시 **K-Food 로고 활용 필수**\* aT 디지털 아카이브>일반파일 게시물 활용\* K-Food 로고 활용 표준 디자인, 콘텐츠는 현지 여건에 맞게 활용 |
| **[온라인 한정]**◦ 온라인 매장 내 홍보(사이트 배너,슬라이딩 등) 관련 제작 및 홍보비용◦ 행사 관련 매체광고비, SNS 활용 광고비 등 | ◦ 홍보내역 및 송금증 등 관련 지출증빙◦ 온라인 매장 내 제품 사진(캡쳐화면)◦ 온라인 매장 내 홍보 현황 사진(캡쳐화면)◦ 매체광고 내역 등 행사사진(캡쳐화면)※ 모든 증빙은 온라인 매장에서 발급된증빙을 원칙으로 함 |
| 시식 행사관련 비용**\*온라인 제외** | ◦ 행사관련 홍보·판촉요원 고용관련 비용(통역포함)◦ 국가별 지원한도(1일/1인) 적용

|  |  |
| --- | --- |
| -일 본 : JPY30,000-동남아 : USD160-유 럽 : EUR250 | -중화권 : USD150-미 주 : USD250-기 타 : USD200 |

\* 국제적으로 개인정보 보호가 강화되는 추세로 신분증, 계좌이체 내역 등 증빙 징구 애로 시 해당국가의 제출 가능한 증빙으로 대체가능◦ 시식행사 추진시 단순 제품 시식보다는 레시피 활용, 품목 컬래버, 짝꿍식품 등 활용 시식 권고\* 예시:떡볶이(떡×장류), K-칵테일(음료×주류), K-분식(라면×냉동김밥×만두) 등◦ 가급적 시식행사를 포함하되 불가피하게시식행사가 불가한 경우 자세한 사유 명시◦ 시식용 식품 비용은 전체 배정 예산의 10% 한도◦ 시식관련 비품은 소모품 구매가 원칙이며 자산성 비품의 구입은 불허 | ◦ 인력 고용업체 활용 시, 업체 발행 증빙서류- 판촉요원 이름, 근무매장, 근무일수, 지급액 등\* 인력업체 활용 시 신분증, 개인별 활동사진 생략가능◦ 주관업체 직접고용 시, 판촉요원 개인별 대금수령증- 근무매장, 근무일수, 지급액, 근무자 서명 날인- 신분증 사본 또는 판촉요원 개인별 활동사진◦ 시식용 식품 증빙은 행사기간 동안유통매장에서 직접 구입한 영수증 또는납품증명서(유통매장 확인필) 제출\* 간이영수증 인정 불가◦ 행사매장 시식행사 사진 첨부 |

\* 세부 기준은 현지 여건에 의해 변경될 수 있으며 사전에 본사 협의가 필요함

 \* 영수증의 수신자가 보조사업자와 상이한 경우 어떤 관계인지 결과보고서에 명기

**□ 지원금액**

○ 해외판촉사업 결과 통보문에 명시된 금액을 최종지원액으로 하며, 정산

대상 집행비용의 80% 지원 원칙

\* 대기업([독점규제 및 공정거래에 관한 법률]에 의거 공정거래위원회가 공표하는 공시대상기업집단) 제품 단독판촉은 실 집행비용의 50% 지원

\* 수출전략품목(인삼, 김치, 유자차, 삼계탕 및 신선부류) 단독판촉은 실 집행비용의 90% 지원

\* 유통업체 직접연계 판촉은 실 집행비용의 100% 지원

\* 한도가 있는 항목의 경우, 지원비율 적용 후 항목 한도 내 지원

○ 단, 사업의무액을 미달성할 경우, 달성 비율(%)에 따라 최종 지원액 감액

|  |
| --- |
| **※ 최종지원액 = [정산 승인액(①×②) × 사업의무액 달성 비율(③)]****☞ (① 판촉사업 수행업체 실 집행비용 × ② 지원 비율) × ③ 사업의무액 달성 비율(%)**· **정산 승인액(①×②)은 당초 배정된 국고지원액을 초과할 수 없으며**, 판촉사업 수행업체 실 집행비용은 세부 지원기준에 따라 aT가 최종 승인한 집행비용을 의미 |

\* 사업의무액 달성비율(%)은 소수점 둘째자리 미만 절사(예 80.488%→80.48)

**□ 지원 한도 및 사업의무액 달성 여부에 따른 최종지원액 적용예시**

|  |  |
| --- | --- |
| **[사업의무액 달성시] 정산승인액≧배정예산** | **[사업의무액 미달성시] 정산승인액≧배정예산** |
|

|  |  |
| --- | --- |
| 배정예산 30백만원 | 지원 비율 80% |
| 실집행금액 60백만원 | 사업의무액 120% |

= (60 \* 0.8 = 48백만원, 지원한도 **30백만원** 적용)→ 초과 달성이므로 달성 비율 100% 적용**= 30백만원 \* 1 = 최종지원액 30백만원** |

|  |  |
| --- | --- |
| 배정예산 30백만원 | 지원 비율 80% |
| 실집행금액 60백만원 | 사업의무액 70% |

= (60 \* 0.8 = 48백만원, 지원한도 **30백만원** 적용)→ 달성 비율 70% 적용**= 30백만원 \* 0.7 = 최종지원액 21백만원** |
| **[사업의무액 달성시] 정산승인액＜배정예산** | **[사업의무액 미달성시] 정산승인액＜배정예산** |
|

|  |  |
| --- | --- |
| 배정예산 30백만원 | 지원 비율 80% |
| 실집행금액 20백만원 | 수출의무액 200% |

= (20 \* 0.8 = 16백만원, 정산지급액 **16백만원** 적용)→ 초과 달성이므로 달성 비율 100% 적용**= 16백만원 \* 1 = 최종지원액 16백만원** |

|  |  |
| --- | --- |
| 배정예산 30백만원 | 지원 비율 80% |
| 실집행금액 20백만원 | 수출의무액 30% |

= (20 \* 0.8 = 16백만원, 정산지급액 **16백만원** 적용)→ 달성 비율 30% 적용**= 16백만원 \* 0.3 = 최종지원액 4백 80만원** |

□ **사업 의무액**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **구 분** | **내 용** | **비 고** |
| 수입업체**[공통]** | ◦ 판촉사업 선정 시 업체가 제출한 목표수입액(사업의무액)- **업체가 제출한 목표수입액을 사업의무액으로 활용(사업예산의 2~3배 이상(가공 3배, 신선 2배)을 사업의무액으로 제시)****\* 김치·인삼은 가공에 포함**- 업체가 제출한 목표수입액(사업의무액)은 선정평가를 통해 최종 배정받은 예산 규모에 맞춰 감액\* 업체 신청예산 50백만원, 목표수입액 200백만원이고, 최종 배정예산이 20백만원일 경우, 최초 목표 비율(4배)에 맞춰 80백만원으로 사업의무액 감액- 공식 수입신고서 제출하되, 인보이스 제출 시는 B/L 첨부\* 불가피하게 수입 증빙 제출이 어려울 시, 협의 후 수출신고필증(이행완료) 제출 가능- 벤더(경소상) 판촉의 경우에도 납품받은 사업자(거래관계 수입상)의 수입대행 여부를 확인할 수 있는 증빙과 수입상으로부터의 구매영수증 동시 제출 시 인정하며 거래관계 수입상의 수입(대행)증빙은 판촉기간 전 3개월 안에 발급된 것에 한해 인정◦ 행사기간 매출실적 제출 필수(온·오프라인 공통) | <제출증빙>수입허가(신고)서 또는 수입증빙서수입자(구매자)와 주관사명이일치해야 함 |
| 유통매장직접연계**[오프라인]** | ◦ 배정예산의 2~3배 이상 수입실적\* 유통매장이 직접 수입하지 않아 수입증빙 제출이 어려운 경우 행사기간 매출실적을 수입실적으로 활용 | 유통매장직접연계 판촉시 직접 수입하지 않는 경우 유통매장 발행 매출 증빙 |
| 유통매장직접연계**[온라인]** | ◦ 배정예산의 2~3배 이상 수입실적\* 유통매장 또는 플랫폼이 직접 수입하지 않아 수입증빙 제출이 어려운 경우 행사기간 매출실적을 수입실적으로 활용- 상품명, 개수, 단가, 총매출액 등이 포함된 매출실적 증빙 제출\* 현지 온라인몰 정책 등으로 인해 온라인몰 발행 증빙이 불가할 경우 본사 사전협의 필요 |
| 실적인정기간및 환율적용**[공통]** | ◦ 수입실적 : 행사기간 전 60일 + 행사기간◦ 수출실적 : 국가별 운송기간 + 행사기간 전 60일 + 행사기간

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **국 가 별** | **일본** | **중화권/동남아** | **미주** | **유럽및기타** |
| 운송기간 | 7일 | 15일 | 30일 | 40일 |

\* 신선 품목 및 냉장 운송 품목의 단독 판촉의 경우 행사기간 전후 30일+행사기간

|  |
| --- |
| 환율: 해외판촉 행사기간 동안 KEB하나은행 최초고시 전신환 송금(보내실 때) 평균환율 적용, 단 비고시환율 국가는 현지 중앙은행의 원화 환산 환율 평균환율 적용 |

 | 공통사항 |

**□ 기타**

○ 해외판촉 사업추진·정산 등 운영은 지사에서 전적으로 책임·관리

○ 지사 운영비는 배정예산의 2% 이내에서 활용 가능하며, 운영비 집

행이 2% 한도를 초과할 경우 본사와 사전협의 필수

○ 판촉행사계획 보고 이후 행사내용(행사매장, 행사품목, 기간 축소 등)에 변동

이 생기는 경우, 해외판촉 관리시스템을 통해 관련 변경사항을 본사 사전 보고

\* 단, 판촉일수는 그대로이나 판촉일자만 단순 변경되는 경우에는 별도 보고없이 사전 시스템 수정으로 갈음

○ 판촉 추진지역은 반드시 관할지역을 포함해야 함

○ 관할 지역 외 판촉 추진 시 해당 관할지사와 판촉 사전협의 필수

(바이어 및 유통매장 중복지원 가능성 확인)

○ 바이어 지원의 경우 타국산 제품 혼입 시 판촉 지원 원천 불가

○ 행사국가, 매장, 품목은 변경 불가가 원칙이나 불가항력적 사유로 변경이 불가피한 경우 aT(해외지사)의 승인을 받아야 함

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 참고 2 |  | 주관사 자체 마케팅계획(양식) |

**주관사 자체 마케팅계획**

|  |  |
| --- | --- |
| **구 분** | **주요 내용** |
| 마케팅 기간 | *2025. 00. 00. ~ 2025. 00. 00.* |
| 대상 품목 | *판촉 대상품목 중 자체 마케팅 매칭 품목* |
| 마케팅 수단 | *타 기관 사업, 온라인 플랫폼 등 활용 예정 수단* |
| 마케팅 내용 | *지역 쇼핑기간 연계,**주관사 입점 타 유통 플랫폼 활용 등 세부 내용(자세히)* |
| 판촉 연계마케팅 효과 | *판촉 연계시 매출 증대 등 기대 효과* |

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
| 관련 사진 | 관련 사진 |
|  |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 참고 8 |  | 온·오프라인 해외판촉 지원신청서(국문양식) |

|  |
| --- |
| 2025년 온·오프라인 해외판촉사업 지원신청서 |

◎ 신청업체 정보

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 주 관 사(바이어) | *직접연계시 직접연계로 기재* | 담 당 자 |  |
| 주 소 |  |
| 연락처 | / @ | 주요 취급품목 |  |

◎ 행사계획

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 지원구분(해당사항 ☑) | 지원비율 50% | □ 한국 대기업 제품 단독 판촉(CJ, 롯데, 신세계, 하림, KGC, 동원, 하이트진로) |
| 지원비율 80% | □ 일반 가공식품 단일 품목 판촉 ex)라면 판촉□ 일반 가공식품 다품목 종합판촉 ex)라면+유제품 판촉 |
| 지원비율 90%  | □ 신선농산물 또는 전략품목(김치·유자차·인삼·삼계탕) 판촉 |
| 행사국가 |  | 행사도시 |  |
| 행사기간 |  | 행사일수 | (일) |
| 행사매장 |  | 매 장 수 | (점) |
| 행사품목 | *품목명* | *제조사* |
| 한국식품 수입(매출) 실적(USD) | (`22) | (`23) | (`24) |
| 신청예산 | (원화) | (USD) | **목표수입액****(=사업의무액)** | (원화)\* 신청예산의 00배 |
| 행사중점추진방향 | - -  |
| 기대효과 | - -  |

\* **업체가 제시하는 목표수입액(원화)을 사업자 선정평가에 반영할 예정이며, 해당 목표수입액은**

**사업의무액이 되어 최종 사업비 정산 시, 해당 목표수입액(사업의무액) 대비 실제 달성한 수입**

**실적 비율에 따라 정산되오니, 목표수입액을 신중하게 작성하시기 바랍니다.**

\* **선정 시 실제 배정예산은 신청예산보다 감액될 수 있으며, 예산이 줄어든 비율만큼 목표수입액도 감액됩니다.**

\* **최근 3개년 한국식품 수입(매출) 실적은 사업자 선정 시 목표수입액 도전성 여부 등을 판단하는데 반영됩니다.**

**\* 목표수입액은 직전 3개년 판촉행사기간의 평균 한국식품 수출실적 이상으로 설정하여야 합니다.**

◎ 행사 유통매장 및 온라인 플랫폼 정보

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 유통매장1 |  | 총점포수 |  |
| 주 소(본점) |  |
| 홈페이지 |  | 매출액(`24) | (USD) |
| 한국식품 취급현황 | ▫ 주요 취급품목 : ▫ 특이사항 :  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 유통매장2 |  | 총점포수 |  |
| 주 소(본점) |  |
| 홈페이지 |  | 매출액(`24) | (USD) |
| 한국식품 취급현황 | ▫ 주요 취급품목 : ▫ 특이사항 :  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 유통매장3 |  | 총점포수 |  |
| 주 소(본점) |  |
| 홈페이지 |  | 매출액(`24) | (USD) |
| 한국식품 취급현황 | ▫ 주요 취급품목 : ▫ 특이사항 :  |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 유통매장4 |  | 총점포수 |  |
| 주 소(본점) |  |
| 홈페이지 |  | 매출액(`24) | (USD) |
| 한국식품 취급현황 | ▫ 주요 취급품목 : ▫ 특이사항 :  |