საქართველოს მთავრობის
დადგენილება

N 453 2021 წლის 7 სექტემბერი ქ. თბილისი

ქართული ღვინის პოპულარიზაციის ხელშეწყობის სახელმწიფო პროგრამის დამტკიცების შესახებ

მუხლი 1. „საქართველოს მთავრობის სტრუქტურის, უფლებამოსილებისა და საქმიანობის წესის შესახებ“ საქართველოს კანონის მე-5 მუხლის „ვ“ ქვეპუნქტის საფუძველზე, დამტკიცდეს თანდართული ქართული ღვინის პოპულარიზაციის ხელშეწყობის სახელმწიფო პროგრამა.

მუხლი 2. დადგენილების პირველი მუხლით გათვალისწინებული „ქართული ღვინის პოპულარიზაციის ხელშეწყობის სახელმწიფო პროგრამის“ დაფინანსება განხორციელდეს საქართველოს გარემოს დაცვისა და სოფლის მეურნეობის სამინისტროს სისტემაში შემავალი სსიპ – ღვინის ეროვნული სააგენტოსათვის შესაბამისი წლის სახელმწიფო ბიუჯეტით მისთვის გათვალისწინებული მევენახეობა-მეღვინეობის განვითარების პროგრამის „ქართული ღვინო პროდუქციის პოპულარიზაციის ხელშეწყობის ღონისძიებების“ ქვეპროგრამით გამოყოფილ ასიგნებათა ფარგლებში.

მუხლი 3. დადგენილება ამოქმედდეს გამოქვეყნებისთანავე.

პრემიერ-მინისტრი **ირაკლი ღარიბაშვილი**

დამტკიცებულია
საქართველოს მთავრობის
2021 წლის 7 სექტემბრის
№ 453 დადგენილებით

ქართული ღვინის პოპულარიზაციის ხელშეწყობის სახელმწიფო პროგრამა

მუხლი 1. პროგრამის მიზანი და ამოცანა

1. „ქართული ღვინის პოპულარიზაციის ხელშეწყობის სახელმწიფო პროგრამის“ (შემდგომში – პროგრამა) მიზანია საქართველოს ღვინის საექსპორტო პოტენციალისა და კონკურენტუნარიანობის ზრდა საერთაშორისო ბაზრებზე.

2. პროგრამის ამოცანაა ქართული ღვინის ცნობადობის ზრდა სტრატეგიულ/პრიორიტეტულ ბაზრებზე და საექსპორტო ბაზრების დივერსიფიცირება.

მუხლი 2. პროგრამის განმახორციელებელი

1. პროგრამის განმახორციელებელია საქართველოს გარემოს დაცვისა და სოფლის მეურნეობის სამინისტროს სისტემაში შემავალი სსიპ – ღვინის ეროვნული სააგენტო (შემდგომში – სააგენტო).

2. პროგრამის განხორციელებას კოორდინაციას უწევს საქართველოს გარემოს დაცვისა და სოფლის მეურნეობის სამინისტრო.

მუხლი 3. ტერმინთა განმარტება

ამ პროგრამაში გამოყენებულ ტერმინებს აქვს შემდეგი მნიშვნელობა:

ა) **პოტენციური ბენეფიციარი** – საქართველოში რეგისტრირებული მეწარმე ფიზიკური ან იურიდიული პირი, რომელიც დარეგისტრირებულია

სააგენტოს მწარმოებელთა ელექტრონულ ბაზაში და ახორციელებს/განახორციელებს ქართული ღვინის ექსპორტს და რომელთანაც პროგრამის ფარგლებში შესაძლებელია, გაფორმდეს ხელშეკრულება ანაზღაურების შესახებ;

ბ) **ბენეფიციარი** – პირი, რომელთანაც პროგრამის ფარგლებში გაფორმებულია ანაზღაურების ხელშეკრულება;

გ) **ანაზღაურების ხელშეკრულება** – სააგენტოსა და ბენეფიციარს შორის გაფორმებული ხელშეკრულება, რომელიც განსაზღვრავს პროგრამის ფარგლებში მხარეთა მიერ შესასრულებელ ვალდებულებებს;

დ) **ანაზღაურება** – პროგრამის ფარგლებში სააგენტოს მიერ პროგრამის ბენეფიციარზე გასაცემი ფულადი სახსრები;

ე) **კალენდარული წელი** – დროის მონაკვეთი ერთი წლის პირველი იანვრიდან 31 დეკემბრის ჩათვლით;

ვ) **საანგარიშო პერიოდი** – დროის მონაკვეთი ერთი კალენდარული წლის პირველი ოქტომბრიდან შემდგომი კალენდარული წლის 30 სექტემბრის ჩათვლით;

ზ) **დსთ-ის ქვეყნები** – დამოუკიდებელ სახელმწიფოთა თანამეგობრობაში შემავალი ქვეყნები: აზერბაიჯანი, ბელარუსი, თურქმენეთი, მოლდოვა, სომხეთი, რუსეთის ფედერაცია, ტაჯიკეთი, უზბეკეთი, ყაზახეთი და ყირგიზეთი;

თ) **მარკეტინგული ხარჯები** – პროგრამის მე-6 მუხლით განსაზღვრული მიზნობრიობების ფარგლებში გაწეული ხარჯები.

მუხლი 4. პროგრამის პირობები და ანაზღაურების ოდენობა

1. პროგრამის ფარგლებში ბენეფიციარებს აუნაზღაურდებათ მარკეტინგული ხარჯები (გარდა საქართველოსა და დსთ-ის ქვეყნებში გაწეული მარკეტინგული ხარჯებისა), შემდეგი პირობების დაკმაყოფილების შემთხვევაში:

ა) ბენეფიციარი მოახდენს მეტი (ლიტრი) ღვინის ექსპორტს მიმდინარე კალენდარულ წელს, ვიდრე ექსპორტირებული აქვს წინა კალენდარულ წელს;

ბ) ბენეფიციარი მიმდინარე საანგარიშო პერიოდში უზრუნველყოფს მეტი მარკეტინგული ხარჯის გაწევას, ვიდრე გაწია წინა საანგარიშო პერიოდში.

2. ასანაზღაურებელი თანხის ოდენობა გამოიანგარიშება შემდეგი წესით:

ა) მიმდინარე კალენდარულ წელს ექსპორტირებული (ლიტრი) ღვინის მოცულობას გამოაკლდება წინა კალენდარულ წელს ექსპორტირებული (ლიტრი) ღვინის მოცულობა;

ბ) მიმდინარე საანგარიშო პერიოდში გაწეული მარკეტინგული ხარჯების ოდენობას გამოაკლდება წინა საანგარიშო პერიოდში გაწეული მარკეტინგული ხარჯების ოდენობა;

გ) ამ პუნქტის „.ბ“ ქვეპუნქტის შესაბამისად გამოთვლილი მარკეტინგული ხარჯის ოდენობა გაიყოფა ამ პუნქტის „ა“ ქვეპუნქტის შესაბამისად გამოთვლილი (ლიტრი) ღვინის მოცულობაზე და მიღებული თანხა წარმოადგენს ექსპორტირებულ ერთ ლიტრ ღვინოზე გადაანგარიშებით ასანაზღაურებელ მარკეტინგულ ხარჯს, რომელიც არ უნდა აღემატებოდეს 2 ლარს;

დ) ამ პუნქტის „ა“ ქვეპუნქტის შესაბამისად გამოთვლილი ღვინის მოცულობა (ლიტრი) გამრავლდება ამ პუნქტის „გ“ ქვეპუნქტით მიღებულ ასანაზღაურებელ მარკეტინგულ ხარჯზე და მიიღება ასანაზღაურებელი თანხა.

3. თითოეულ ბენეფიციარზე კალენდარული წლის მანძილზე გასაცემი ანაზღაურების მაქსიმალური ოდენობა განისაზღვრება არა უმეტეს 600 000 (ექვსასი ათასი) ლარით.

4. პროგრამის ფარგლებში არ დაიანგარიშება საქართველოში რეალიზებული და დსთ-ის ქვეყნებში ექსპორტირებული (ლიტრი) ღვინის მოცულობა და გაწეული მარკეტინგული ხარჯები.

5. იმ შემთხვევაში, თუ ბენეფიციარს წინა კალენდარული წლის და საანგარიშო პერიოდში არ აქვს გაწეული მარკეტინგული ხარჯი ან/და არ განუხორციელებია ღვინის ექსპორტი პროგრამის პირობების შესაბამისად, დაანგარიშებისას გათვალისწინებული იქნება არა უგვიანეს გასული 3 წლის განმავლობაში უკანასკნელად გაწეული მარკეტინგული ხარჯი და ექსპორტირებული ღვინის მოცულობა.

6. პოტენციურ ბენეფიციართან გაფორმდება დაფინანსების ხელშეკრულება იმ შემთხვევაში, თუ მას უკანასკნელი 3 წლის განმავლობაში რომელიმე წელს გაწეული აქვს მარკეტინგული ხარჯი და განუხორციელებია ღვინის ექსპორტი პროგრამის პირობების შესაბამისად.

მუხლი 5. პოტენციური ბენეფიციარის მიერ პროგრამაში მონაწილეობის მიღების მიზნით სააგენტოში წარსადგენი დოკუმენტაციის ნუსხა

პროგრამაში მონაწილეობის მიზნით, პოტენციურმა ბენეფიციარმა სააგენტოში უნდა წარადგინოს:

ა) განაცხადი;

ბ) ბენეფიციარის წარმომადგენლობაზე უფლებამოსილი პირის პირადობის დამადასტურებელი დოკუმენტი;

გ) ამონაწერი მეწარმეთა და არასამეწარმეო (არაკომერციული) იურიდიული პირების რეესტრიდან;

დ) ცნობა ან/და შედარების აქტი სსიპ – შემოსავლების სამსახურიდან დავალიანების არქონის შესახებ;

ე) ცნობა სსიპ – შემოსავლების სამსახურიდან, შესაბამისი კალენდარული წლების განმავლობაში ექსპორტირებული ღვინის (ლიტრი) მოცულობის შესახებ;

ვ) საქართველოს ფინანსთა სამინისტროს სისტემაში შემავალი სახელმწიფო საქვეუწყებო დაწესებულების – ბუღალტრული აღრიცხვის, ანგარიშგებისა და აუდიტის ზედამხედველობის სამსახურის მიერ წარმოებულ რეესტრში არსებული პირის/ორგანიზაციის მიერ მომზადებული საექსპერტო/აუდიტორული დასკვნა, შესაბამის საანგარიშო პერიოდებში გაწეული მარკეტინგული ხარჯების ოდენობის შესახებ;

ზ) სააგენტოს მიერ მოთხოვნილი სხვა დოკუმენტაცია.

მუხლი 6. პროგრამის მიზნობრიობები

პროგრამა ითვალისწინებს შემდეგ მიზნობრიობებს:

ა) ქსელური ტიპის საცალო გაყიდვების ობიექტებში შესვლის უზრუნველყოფის მიზნით სხვადასხვა სახის მარკეტინგული ღონისძიებების განხორციელება;

ბ) სავაჭრო ქსელებსა და ღვინის სპეციალიზებულ მაღაზიებში გაყიდვების წახალისების/სტიმულირების მიზნით თაროების ბრენდირება, სავაჭრო ობიექტის კატალოგში განთავსება, დეგუსტაციები;

გ) სავაჭრო ობიექტებსა და ღვინის სპეციალიზებულ მაღაზიებში ღვინის გაყიდვის ეფექტიანობის უზრუნველყოფა – საერთაშორისო კომპანიის დაქირავება პროდუქციის ეფექტურად განლაგების/წარდგენის მიზნით;

დ) გაყიდვების ზრდისკენ მიმართული მედიაკამპანია: სხვადასხვა სახის მედიასაშუალებებში ღვინის გაყიდვის ონლაინპლატფორმებსა და სოციალურ ქსელებში პროდუქტის რეკლამირების უზრუნველყოფა;

ე) გაყიდვების ზრდის მიზნით გაყიდვების აგენტების მომსახურების შესყიდვა;

ვ) ახალი პარტნიორის მოძიების მიზნით, სამიზნე ბაზარზე გაყიდვების ზრდისკენ მიმართულ ღონისძიებებში მონაწილეობის მიღება.

მუხლი 7. განაცხადების მიღებისა და ანაზღაურების გაცემის პროცედურა

1. ინფორმაციას განაცხადების მიღების დაწყებისა და დასრულების ვადების შესახებ სააგენტო განათავსებს საკუთარ ვებგვერდზე.

2. პროგრამის ბენეფიციარის გამოვლენის, განაცხადების მიღების ვადებისა და ანაზღაურების გაცემის დეტალურ პროცედურას შეიმუშავებს და ამტკიცებს სააგენტო.