

Na osnovu člana 16 stav 1 tačka 5 Ustava Crne Gore („Službeni list RCG”, br. 1/2007), Vlada Crne Gore, na sjednici održanoj _____ 2016. godine, donijela je

ZAKON O NACIONALNOM BRENDU

I Osnovne odredbe

Predmet

Član 1

Ovim zakonom uređuje se pojam, elementi, vrijednosti i vizuelni identitet nacionalnog brenda, osnovna pravila razvoja, promovisanja i čuvanja nacionalnog brenda, kao i druga pitanja od značaja za razvoj nacionalnog brenda.

Javni interes

Član 2

- (1) Aktivnosti koje se sprovode u cilju razvoja, unaprijeđenja, promovisanja i čuvanja nacionalnog brenda države Crne Gore (u daljem tekstu: nacionalni brend) smatraju se aktivnostima od javnog interesa.
- (2) Nacionalnim brendom upravlja i raspoložuje država Crna Gora preko organa državne uprave nadležnog za kreiranje i sprovođenje politike razvoja nacionalnog brenda (u daljem tekstu: Ministarstvo), u skladu sa zakonom.

Područje primjene

Član 3

- (1) Odredbe ovog zakona primjenjuju se na sve institucije koje sprovode politike od značaja za razvoj nacionalnog brenda, na sva pravna lica i preduzetnike koji obavljaju djelatnost koja može imati uticaj na razvoj nacionalnog brenda, na nevladine organizacijekao i na sve zainteresovane subjekte za korišćenje logotipa nacionalnog brenda (u daljem tekstu: logotip).
- (2) Institucije iz prethodnog stava obuhvataju organe državne uprave i lokalne samouprave i/ili druga pravna lica kada su im prenijeti poslovi sa nivoa državne uprave i/ili lokalne samouprave, uprave, sekretarijati, zavodi, direkcije, agencije, komore, udruženja, savezi, nadležni za poslove: finansija; uređenja prostora i zaštite životne sredine; poljoprivrede, šumarstva i vodoprivrede; turizma; saobraćaja, pomorstva i telekomunikacija; energetike; industrije; preduzetništva, malih i srednjih preduzeća; razvoja; prosvjete obrazovanja i nauke; rada i socijalnog staranja; informacionog društva; zdravlja; kulture; sporta; evropskih integracija; javne uprave; jedinice lokalne samouprave i drugi organi i organizacije koje obavljaju poslove koji utiču na razvoj nacionalnog brenda.
- (3) Pored institucija iz stava 2 ovog člana, zakon se primjenjuje i na pravna i fizička lica, privredna društva i preduzetnike.

Značenje izraza

Član 4

Pojedini izrazi upotrijebljeni u ovom zakonu imaju slijedeća značenja:

- 1) Brend predstavlja dodatnu, neopipljivu vrijednost, koju neki proizvod ili usluga može da posjeduje, sa ciljem da se isti indentifikuje ili prepozna od proizvoda ili usluga drugog prodavca ili grupe prodavaca radi diferenciranja od konkurencije.
- 2) Nacionalni brend je skup nematerijalnih i materijalnih vrijednosti, koji doprinosi stvaranju dodatne vrijednosti države, odnosno, to je strateški instrument pomoću kojeg

se osigurava konkurentnost države i unapređenje njenog privrednog razvoja, njena identifikacija i prepoznatljivost van njenih granica, poboljšava se i učvršćuje njen ugled, odnosno gradi pozitivan i održiv imidž, koji se izražava kroz vizuelni identitet nacionalnog brenda.

- 3) Vizuelni identitet nacionalnog brenda je njegov vizuelni prikaz, koji obuhvata: ime, logotip i slogan.
- 4) Imidž države je slika ili percepcija koju inostrana i domaća javnost imaju o državi, te kao takav predstavlja njen ugled.
- 5) Brendiranje države je proces stvaranja i unapređenja nacionalnog brenda.
- 6) Destinacija podrazumijeva određenu užu ili širu teritorijalnu cjelinu, koja predstavlja skup različitih kulturnih, turističkih, društvenih i drugih sadržaja na jednom lokalitetu, koja može obuhvatati regiju.
- 7) Regija predstavlja geografsko područje koje zbog određenih geografskih, klimatskih, kulturnih i drugih osobitih obilježja predstavlja specifičnu cjelinu.

Upotreba rodno senzitivnog jezika

Član 5

Izrazi koji se u ovom zakonu koriste za fizička lica u muškom rodu podrazumijevaju iste izraze u ženskom rodu.

II Nacionalni brend

Ciljevi razvoja nacionalnog brenda

Član 6

Ciljevi razvoja nacionalnog brenda su:

- 1) Povećanje prepoznatljivosti i konkurentnosti Crne Gore;
- 2) Zaštita nacionalnih vrijednosti istorije, tradicije i kulture, kao i ostalih identitetskih osobnosti države Crne Gore;
- 3) Podsticanje angažovanja domaće javnosti radi podizanje svijesti o nacionalnom brendu a u cilju zajedničkog djelovanja prilikom razvoja nacionalnog brenda;
- 4) Promovisanje različitih sektora države, a naročito strateških: energetike, turizma i poljoprivrede;
- 5) Promovisanje, unaprijeđivanje i povećanje obima domaće proizvodnje, kao i povećanja prepoznatljivosti i konkurentnosti domaćih proizvoda i njihovog izvoza;
- 6) Podsticanje povećanja broja domaćih proizvoda zaštićenih geografskom oznakom porijekla;
- 7) Poboljšanje i izgradnja sveobuhvatnog, pozitivnog i održivog imidža Crne Gore na međunarodnom nivou;
- 8) Podsticanje promovisanja turističkih usluga na međunarodnim tržištima;
- 9) Stvaranje ambijenta koji će privući direktne strane investicije u državu i
- 10) Promovisanje pojedinačnog i kolektivnog sporta i sportskih klubova, kao i promovisanje nacionalnih sportskih saveza i institucija reprezentativnog sporta.
- 11) Promovisanje i drugih institucija i organizacija u skladu sa ovim zakonom.

Elementi nacionalnog brenda

Član 7

(1) Elementi nacionalnog brenda u smislu ovog zakona predstavljaju potencijale, resurse i aktivnosti jedne države koji služe za diferenciranje države u odnosu na druge države, kao i za pozicioniranje države na međunarodnim tržištima.

(2) Elementi iz stava 1 ovog člana su:

- 1) Ekonomski potencijali (poljoprivreda, energetika, ruralni razvoj, tehnologije, poslovne i tehnološke inovacije, prirodna bogatstva, saobraćaj i sl.);

- 2) Domaći brendovi (proizvodni, uslužni, korporativni, institucionalni brendovi i sl.);
- 3) Vanjska i unutrašnja politika (nacionalne politike, strategije, reforme, kapaciteti državne uprave i javnog sektora, saradnja javnog sa privatnim i nevladinim sektorom, razvijenost institucija društva, ambijent za privlačenje investicija, ostvareni efekti na nacionalnu ekonomiju, trgovinski sporazumi i aranžmani, ambijent za visoko obrazovane kadrove, uslovi za život i rad u Crnoj Gori i sl.);
- 4) Kulturno-istorijsko naslijeđe (običaji, tradicija, nasleđe, kultura, umjetnost, spomenici, arhitektura, nacionalna kuhinja i sl.), i
- 5) Turizam (nacionalni parkovi, turistička ponuda, manifestacije, festivali, događaji, prirodne ljepote i resursi i sl.).
- 6) Ljudski potencijali (etnološki potencijali, antropopški potencijali, multietnički sklad, nauka, prosvjeta, pojedinci).

Komercijalna upotreba elemenata nacionalnog brenda

Član 8

Komercijalna upotreba elemenata nacionalnog brenda sprovodiće se u skladu sa posebnim zakonom.

Vrijednosti nacionalnog brenda

Član 9

U skladu sa ovim zakonom vrijednosti na kojima počiva nacionalni brend su:

- 1) Održivost;
- 2) Izvrsnost;
- 3) Porijeklo;
- 4) Inovativnost i
- 5) Društveni napredak.

Razvoj nacionalnog brenda

Član 10

- (1) Razvoj nacionalnog brenda planira se Strategijom razvoja nacionalnog brenda Crne Gore (u daljem tekstu: Strategija), Komunikacionim planom za komuniciranje sa domaćim i međunarodnim javnostima (u daljem tekstu: Komunikacioni plan) i drugim dokumentima za razvoj nacionalnog brenda, u skladu sa ovim zakonom.
- (2) Strategijom iz stava 1 ovog člana, utvrđuju se prioriteti, mjere, aktivnosti i politika razvoja nacionalnog brenda.
- (3) Strategiju iz stava 1 ovog člana donosi Vlada Crne Gore na prijedlog Ministarstva, na period od 5 godina.
- (4) Komunikacionim planom iz stava 1 ovog člana utvrđuju se aktivnosti, dinamika sprovođenja aktivnosti, način finansiranja aktivnosti, kao i nosioci pojedinačnih aktivnosti koje se sprovode u cilju povećanja prepoznatljivosti Crne Gore i isticanja njenih vrijednosti.
- (5) Komunikacioni plan iz prethodnog stava donosi Vlada na prijedlog Ministarstva, na period od 1 godine.

Sredstva za razvoj nacionalnog brenda

Član 11

Sredstva za razvoj nacionalnog brenda obezbjeđuju se iz:

- 1) budžeta Crne Gore;
- 2) budžeta jedinica lokalne samouprave;
- 3) sredstava obezbijedenih na osnovu javno-privatnog partnerstva;
- 4) pretpristupnih i drugih fondova Evropske Unije;

- 5) bespovratne razvojne pomoći međunarodnih organizacija, programa Evropske Unije i dr.;
- 6) kredita međunarodnih finansijskih i razvojnih institucija;
- 7) kredita domaćih i stranih banaka i Investiciono-razvojnog fonda Crne Gore;
- 8) donacija i
- 9) drugih izvora.

Podsticaj razvoja brendova

Član 12

- (1) U cilju jačanja konkurentnosti i prepoznatljivosti, kao i radi izgradnje i unapređenja elemenata nacionalnog brenda i pojedinačnih brendova iz Crne Gore i podsticanja primjene brendiranja i marketinga, Ministarstvo će dodjeljivati podsticajna sredstva za razvoj brendova.
- (2) Uslovi i način dodjele podsticajnih sredstava iz stava 1 ovog člana regulisaće se posebnim propisom Ministarstva.
- (3) Podsticajna sredstva za razvoj brendova u Crnoj Gori se dodjeljuju: privrednim subjekatima, sportskim klubovima i sportskim društvima, drugim organizacijama i udruženjima koji promovišu crnogorski identitet, kao i svim ostalim subjektima koji čine elemente nacionalnog brenda Crne Gore iz člana 7 ovog zakona.
- (4) Podsticajna sredstva u skladu sa ovim zakonom dodjeljuju se kao bespovratna, na osnovu konkursa koji raspisuje Ministarstvo putem javnog poziva.
- (5) Javni poziv iz prethodnog stava ovog člana se objavljuje u najmanje jednom dnevnom listu koji se distribuira na cijeloj teritoriji Crne Gore i na internet strani Ministarstva.
- (6) Prijava na konkurs se podnosi Ministarstvu, u roku i sa dokumentacijom koji su utvrđeni javnim pozivom.

Nadležnosti Ministarstva

Član 13

Ministarstvo u čijoj nadležnosti su pitanja od značaja za razvoj i unapređenje nacionalnog brenda, obavezno je da obavlja sljedeće poslove:

- 1) Kreira i sprovodi politike, strategije, propise i druga dokumenta od značaja za razvoj i održavanje nacionalnog brenda na nacionalnom i međunarodnom nivou, u skladu sa zakonom;
- 2) Predlaže i sprovodi Strategiju razvoja nacionalnog brenda, definisanu članom 10 ovoga zakona;
- 3) Daje mišljenje na strategije, propise i druga dokumenta kojima se uređuju pitanja koja se tiču nacionalnog brenda, a koji su u nadležnosti drugih organa državne uprave, organa lokalne samouprave, privrednih društava i drugih subjekata;
- 4) Pruža konsultacije drugim organima državne uprave, organima lokalne samouprave, privrednim društvima i drugim subjektima tokom sprovođenja strategija, propisa i drugih dokumenata iz stava 3 ovog člana;
- 5) Odobrava plan aktivnosti, specifične uloge i odgovornost svakog subjekta koji učestvuje u kreiranju i razvoju elemenata nacionalnog brenda ili u aktivnostima koje imaju značaj i uticaj na imidž i pozicioniranje Crne Gore;
- 6) Promoviše i uspostavlja partnerstva ili sporazume sa javnim i privatnim sektorom, nacionalnim i međunarodnim institucijama, organizacijama i dr. da bi se postiglo jačanje i pozicioniranje nacionalnog brenda;
- 7) Priprema i realizuje Komunikacioni plan za komuniciranje sa domaćim i međunarodnim javnostima, shodno članu 10 ovoga zakona;
- 8) Sprovodi istraživanja od značaja za unaprijeđenje imidža i prepoznatljivosti Crne Gore i razvoja nacionalnog brenda;

- 9) Koordinira pripremu i sprovođenje svih aktivnosti od značaja za promovisanje i stvaranje prepoznatljivosti Crne Gore koje organizuje neki drugi organ ili organizacija;
- 10) Učestvuje na svim događajima od značaja za razvoj nacionalnog brenda i promovisanje Crne Gore;
- 11) Koordinira brendiranje gradova, regija i destinacija, shodno članovima 15 i 16 ovoga zakona, i
- 12) Donosi i sprovodi druga dokumenta od značaja za razvoj nacionalnog brenda, u skladu sa zakonom.
- 13) Dodjeljuje podsticajna sredstva za razvoj pojedinačnih brendova iz Crne Gore, odnosno za unaprijeđenje elemenata nacionalnog brenda shodno članu 12 ovog zakona.

Nacionalno brendiranje

Član 14

- (1) Nacionalno brendiranje obuhvata brendiranje države Crne Gore kao cjeline, a obuhvata i brendiranje pojedinačnih gradova, regija i destinacija u Crnoj Gori.
- (2) Brendiranje države iz stava 1 ovog člana vrši Ministarstvo uz saglasnost Vlade Crne Gore.
- (3) Za brendiranje gradova, regija i destinacija iz stava 1 ovoga člana Ministarstvo daje saglasnost, shodno članu 15 i 16 ovog zakona.

Brendiranje gradova

Član 15

- (1) Brendiranje gradova može da vrši Ministarstvo i/ili organ lokalne samouprave uz saglasnost Ministarstva i/ili drugi organ ili organizacija uz saglasnost organa lokalne samouprave i Ministarstva.
- (2) Brendiranje grada vrši se na osnovu Plana/Programa/Projekta koji je izrađen na osnovu postojećih strateških i drugih dokumenata, kojima se nameće potreba brendiranja određenog grada, a koji obavezno sadrži ocjenu stanja, razloge za brendiranje grada, prijedlog aktivnosti za period od 5 godina, procjenu finansijskih sredstava po godinama i aktivnostima i sl., kao i odgovarajući Plan aktivnosti brendiranja (u daljem tekstu: Plan aktivnosti) koji se donosi na period od 1 godine.
- (3) Vlada Crne Gore donosi Plan/Program/Projekat sa Planom aktivnosti za prvu godinu za brendiranje grada na Prijedlog Ministarstva ili na prijedlog organa lokalne samouprave uz saglasnost Ministarstva odnosno na prijedlog neke druge organizacije uz saglasnost organa lokalne samouprave i Ministarstva.
- (4) Organ lokalne samouprave, kao i drugi organ ili organizacija iz stava 1 ovoga člana dužni su dostaviti Ministarstvu na davanje saglasnosti Prijedlog Plana/Programa/Projekta po kojem planiraju vršiti brendiranje grada, kao i strateška i/ili druga dokumenta iz kojih je proizašao Prijedlog Plana/Programa/Projekta za brendiranje grada .
- (5) Rok za davanje saglasnosti je 15 dana od dana dostavljanja Prijedloga Plana/Programa/Projekta i ostalih dokumenata iz stava 4 ovoga člana.
- (6) Ukoliko Plan/Program/Projekat i/ili dokumenta iz stava 4 nijesu u skladu sa politikom razvoja nacionalnog brenda, Ministarstvo, u roku od 8 dana, donosi rješenje kojim se nalaže upodobljavanje dokumenta sa politikom razvoja nacionalnog brenda.
- (7) Ukoliko su Plan/Program/Projekat i dokumenta iz stava 4 ovoga člana u skladu sa politikom razvoja nacionalnog brenda koju sprovodi Ministarstvo, Ministarstvo daje saglasnost na Prijedlog Plana/Programa/Projekta za brendiranje grada.
- (8) Organ lokalne samouprave, drugi organ ili organizacija iz stava 1 dostavljaju Vladi Crne Gore Prijedlog Plana/Programa/Projekta za brendiranje grada uz pribavljenu saglasnost Ministarstva.

- (9) Nakon što Vlada Crne Gore donese Prijedloga Plana/Programa/Projekta za brendiranje grada, organ lokalne samouprave ili neki drugi organ ili organizacija iz stava 1 ovog člana, tokom postupka brendiranja grada, dužni su da izvještavaju, uključuju i konsultuju Ministarstvo u procesu brendiranja grada.

Brendiranje regije i/ili destinacije

Član 16

- (1) Brendiranje regije i/ili destinacije može vršiti Ministarstvo, drugi organ državne uprave, organ lokalne samouprave kojoj pripada određena regija i/ili destinacija, ili neki drugi organ ili organizacija uz saglasnost Ministarstva.
- (2) Brendiranje regije i/ili destinacije vrši se na osnovu Plana/Programa/Projekta koji je izrađen na osnovu postojećih strateških i drugih dokumenata, kojima se nameće potreba brendiranja određene regije i/ili destinacije, a koji obavezno sadrži ocjenu stanja, razloge za brendiranje regije i/ili destinacije, prijedlog aktivnosti za period od 5 godina, procjenu finansijskih sredstava po godinama i aktivnostima i sl. , kao i Plan aktivnosti koji se priprema za period od 1 godine.
- (3) Vlada Crne Gore donosi Plan/Program/Projekat sa Planom aktivnosti za prvu godinu za brendiranje regije i/ili destinacije na Prijedlog Ministarstva ili na prijedlog drugog organa državne uprave uz saglasnost Ministarstva, organa lokalne samouprave uz saglasnost Ministarstva odnosno na prijedlog neke druge organizacije uz saglasnost organa lokalne samouprave i Ministarstva.
- (4) Organ državne uprave, organ lokalne samouprave, kao i drugi organ ili organizacija iz stava 1 ovoga člana dužni su dostaviti Ministarstvu na davanje saglasnosti Prijedlog Plana/Programa/Projekta po kojem planiraju vršiti brendiranje regije i/ili destinacije, kao i strateška i/ili druga dokumenta iz kojih je proizašao Prijedlog Plana/Programa/Projekta za brendiranje regije i/ili destinacije.
- (5) Rok za davanje saglasnosti je 15 dana od dana dostavljanja Prijedloga Plana/Programa/Projekta i ostalih dokumenata iz stava 4 ovoga člana.
- (6) Ukoliko Plan/Program/Projekat i/ili dokumenta iz stava 4 nijesu u skladu sa politikom razvoja nacionalnog brenda, Ministarstvo, u roku od 8 dana, donosi rješenje kojim se nalaže upodobljavanje dokumenta sa politikom razvoja nacionalnog brenda.
- (7) Ukoliko su Plan/Program/Projekat i/ili dokumenta iz stava 4 ovoga člana u skladu sa politikom razvoja nacionalnog brenda koju sprovodi Ministarstvo, Ministarstvo daje saglasnost na Prijedlog Plana/Programa/Projekta za brendiranje regije i/ili destinacije.
- (8) Organ državne uprave, organ lokalne samouprave, drugi organ ili organizacija iz stava 1 dostavljaju Vladi Crne Gore Prijedlog Plana/Programa/Projekta za brendiranje regije i/ili destinacije uz pribavljenu saglasnost Ministarstva.
- (9) Nakon što Vlada Crne Gore donese Prijedlog Plana/Programa/Projekta za brendiranje regije i/ili destinacije, organ državne uprave, organ lokalne samouprave ili neki drugi organ ili organizacija iz stava 1 ovog člana, tokom postupka brendiranja regije i/ili destinacije, dužni su da izvještavaju, uključuju i konsultuju Ministarstvo u procesu brendiranja regije i/ili destinacije.

Obaveze organa državne uprave, organa lokalne samouprave i ostalih organa i organizacija

Član 17

- (1) Organi državne uprave, organi lokalne samouprave, kao i ostali organi i organizacije koji sprovode brendiranje grada, regije i/ili destinacije, obavezni su da podnose izvještaj Ministarstvu i uključuju Ministarstvo u aktivnosti brendiranja.
- (2) Izvještaj iz stava 1 ovog člana treba da sadrži sve sprovedene aktivnosti u procesu brendiranja, utrošena finansijska sredstva, planirane korake za budući period i dr.

- (3) Izvještaj iz stava 1 podnosi se Ministarstvu na kvartalnoj osnovi.
- (4) Organi državne uprave, organi lokalne samouprave, kao i ostali organi i organizacije, obavezni su da, tokom procesa brendiranja grada, regije i/ili destinacije, dostave Ministarstvu Plan aktivnosti, sa procjenom finansijskih sredstava potrebnih za realizaciju svake aktivnosti uz navođenje izvora finansiranja, koje su planirali za narednu godinu, na davanje saglasnosti.
- (5) Rok za dostavljanje Plana aktivnosti za narednu godinu je 1. decembar.
- (6) Ministarstvo daje saglasnost na Plan aktivnosti iz stava 4 ovoga člana najkasnije u roku od 15 dana.
- (7) Ministarstvo može zahtijevati određene izmjene i dopune predloženog Plana aktivnosti iz stava 4 ovoga člana.
- (8) U slučaju kada organi državne uprave, organi lokalne samouprave, kao i ostali organi i organizacije iz stava 1 ovog člana u procesu brendiranja grada, regije i/ili destinacije, odluče sprovesti postupak odabira logotipa i/ ili slogana odnosno promjene postojećeg logotipa i/ili slogana za određeni grad, regiju i/ili destinaciju, moraju prethodno pribaviti saglasnost Ministarstva.
- (9) Za pokretanje postupka izbora logotipa i/ili slogana Ministarstvo daje saglasnost u roku od 15 dana.
- (10) Promjena logotipa i/ili slogana vrši se nakon pribavljanja saglasnosti Ministarstva.
- (11) U postupku odabira logotipa i/ili slogana mora biti konsultovano Ministarstvo, odnosno uključen predstavnik Ministarstva, koga imenuje Ministar nadležnog Ministarstva.
- (12) Izabrani logotip i/ili slogan grada, regije ili destinacije koristiće se shodno odredbama člana 20.
- (13) Proceduru promjene logotipa i/ili slogana može pokrenuti i Ministarstvo.
- (14) Ukoliko tokom procesa brendiranja grada, regije i/ili destinacije, nastupi određena okolnost ili situacija koja bi mogla narušiti reputaciju Crne Gore i umanjiti vrijednost nacionalnog brenda, organ državne uprave, organ lokalne samouprave ili neki drugi organ ili organizacija iz stava 1 ovoga člana, dužni su da u što kraćem roku obavijeste Ministarstvo o nastalim okolnostima.
- (15) U onim oblastima gdje manjine čine većinu ili značajan dio stanovništva, poželjno je da ime, logotip (ukoliko sadrži ime oblasti) i slogan grada, regije i/ili destinacije budu i na jeziku tog manjinskog naroda, odnosno jeziku koji je i u službenoj upotrebi.

III Elementi vizuelnog identiteta nacionalnog brenda

Vizuelni identitet nacionalnog brenda

Član 18

- (1) Nacionalni brend se izražava vizuelnim identitetom koji sadrži: ime, logotip i slogan.
- (2) Vizuelnim identitetom nacionalnog brenda predstavlja se Crna Gora i izražava pripadnost Crnoj Gori.
- (3) Vizuelni identitet nacionalnog brenda je u svojini države Crne Gore.
- (4) Vizuelnim identitetom i svim njegovim elementima upravlja i raspolaže Ministarstvo, u skladu sa zakonom.

Ime nacionalnog brenda

Član 19

Ime nacionalnog brenda je „Crna Gora“ ili engleski prevod riječi „Crna Gora“, koji glasi „Montenegro“ i čini sastavni dio logotipa.

Logotip nacionalnog brenda

Član 20

- (1) Nacionalni brend grafički se predstavlja odgovarajućim logotipom.

- (2) Logotip iz stava 1 ovog člana je u svojini Ministarstva.
- (3) Ministarstvo je dužno da za logotip iz stava 1 ovog člana podnese prijavu za registraciju žiga u Crnoj Gori.
Odluku o podnošenju prijave za registraciju žiga van teritorije Crne Gore donosi Ministarstvo.
- (4) Uslovi i postupak za odabir logotipa iz stava 1 iz ovog člana uređuju se propisom Ministarstva.

Upotreba logotipa

Član 21

- (1) Logotip se upotrebljava na osnovu dozvole o upotrebi logotipa koju izdaje Ministarstvo.
- (2) Dozvola o upotrebi logotipa izdaje se od strane Ministarstva na način definisan odredbama ovog zakona i podzakonskim aktom kojim će se bliže urediti ova oblast.
- (3) Logotip iz stava 1 može upotrebljavati samo korisnik dozvole logotipa.
- (4) Upotreba logotipa ne smije narušavati smisao i vrijednost nacionalnog brenda.
- (5) Na logotipu nije dozvoljeno vršiti izmjene ili dopune.
- (6) Logotip se može, uz prethodno odobrenje Ministarstva, upotrijebiti kao sastavni dio drugih amblema, odnosno znakova državnih organa i drugih institucija.
- (7) Logotip se ne smije upotrebljavati ako je oštećen ili ako je zbog izgleda nepodoban za upotrebu, te se kao takav povlači iz upotrebe.
- (8) Kada se ističe sa jednim ili više logotipa drugih subjekata ili međunarodnih organizacija u Crnoj Gori, ovaj logotip zauzima počasno mjesto.
- (9) Izuzeto od stava 6 ovoga člana, ovaj logotip ne zauzima počasno mjesto u slučaju da se nađe u kombinaciji sa državnim simbolima.
- (10) Počasnim mjestom logotipa smatra se mjesto u centru kruga, tjemenu polukrugova logotipova, prvo mjesto u vrsti, koloni ili grupi logotipa i mjesto na desnoj strani, gledano sprijeda, od logotipa nekog drugog subjekta, države ili međunarodne organizacije.
- (11) Bliži kriterijumi i način za korišćenje logotipa biće definisani posebnim propisom Ministarstva.

Ograničenja upotrebe logotipa

Član 22

Zabranjeno je koristiti logotip:

- 1) U političke svrhe od strane političkih partija i pokreta;
- 2) U vjerske svrhe, povezivanjem nacionalnog brenda sa vjerskim ubjeđenjima;
- 3) Suprotno ustavnim načelima i principima;
- 4) Ako je upotreba suprotna javnom poretku i običajima Crne Gore;
- 5) Ako upotreba može proizvesti negativne posljedice na imidž države, uzrokovanjem štetnih posljedica po zdravlje ljudi i sl. i
- 6) U sve ostale svrhe koje su u suprotnosti sa vrijednostima nacionalnog brenda definisanim članom 9.

Komercijalna upotreba logotipa

Član 23

Uslovi i način primjene logotipa na suvenirima u komercijalne svrhe, kao i prava, obaveze i odgovornosti subjekata zainteresovanih za izradu suvenira sa motivima logotipa nacionalnog brenda uređuju se posebnim ugovorom ili sporazumom.

Slogan nacionalnog brenda

Član 24

- (1) Postupak odabira i upotreba slogana nacionalnog brenda (u daljem tekstu: slogan), biće definisan posebnim propisom Ministarstva.
- (2) Odredbe ovog zakona kojima se regulišu pitanja od značaja za logotip na isti način se primjenjuju i na slogan.

IV Dozvola za upotrebu logotipa nacionalnog brenda

Korisnik dozvole

Član 25

Korisnikom dozvole logotipa se smatra: organ državne uprave, organ jedinice lokalne samouprave, privredno društvo, pravno i fizičko lice i ostali subjekti u skladu sa ovim zakonom koji posjeduje dozvolu za upotrebu logotipa.

Karakteristike dozvole

Član 26

- (1) Dozvola se ne može prenositi.
- (2) Nema ekskluzivnost.
- (3) Može se koristiti u Crnoj Gori i inostranstvu.
- (4) Dozvola se izdaje na period od 3 godine nakon čega se može obnoviti.
- (5) Dozvola ne podrazumijeva uživanje prava svojine nad nacionalnim brendom ili raspolaganja logotipom.

Vrste dozvole

Član 27

- (1) Dozvola se može izdati za sljedeće upotrebe:
 - 1) Korporativnu ili organizacionu upotrebu;
 - 2) Upotrebu logotipa na proizvodima;
 - 3) Upotreba logotipa u uslužnim djelatnostima i
 - 4) Posebnu upotrebu.
- (2) Bliži uslovi o postupku, uslovima i način izdavanja dozvole biće uređeni posebnim propisom Ministarstva.

Korporativna ili organizaciona dozvola

Član 28

Dozvola za korporativnu ili organizacionu upotrebu predstavlja dozvolu za upotrebu logotipa na korporativnom ili organizacionom nivou, odnosno upotrebu logotipa od strane organa državne uprave, organa lokalne samouprave, privrednih društava, drugih organa i organizacija i preduzetnika.

Dozvola za proizvode

Član 29

- (1) Dozvola za upotrebu logotipa na proizvodima se može izdati samo za one proizvode koji su u skladu sa vrijednostima nacionalnog brenda iz člana 9 ovoga zakona.
- (2) Smatraće se da je da je proces proizvodnje, pakovanja i obilježavanja proizvoda usklađen sa vrijednostima nacionalnog brenda iz člana 9 ovog zakona ukoliko je isti sproveden vodeći računa o navedenim vrijednostima.
- (3) Uslov za izdavanje dozvole iz stava 1 ovog člana je prethodno dobijanje dozvole iz člana 28 ovog zakona.
- (4) Uslov za izdavanje dozvole iz stava 1, u određenim slučajevima može biti i pribavljanje posebne potvrde, saglasnosti, sertifikata i sl. od strane organa državne uprave nadležnog za

poslove za poljoprivrede (oznake porijekla, geografske oznake, garantovano tradicionalni specijaliteti, organski proizvodi i sl.), kulture, turizma itd.

Dozvola za upotrebu logotipa u uslužnim djelatnostima

Član 30

- (1) Dozvola za upotrebu logotipa u uslužnim djelatnostima izdaje se za ona uslužna preduzeća koja pružaju uslugu koja je u skladu sa vrijednostima nacionalnog brenda iz člana 9.
- (2) Smatraće se da je proces pružanja usluge, stvaranja ambijenta za pružanje usluge, obezbjeđeni nivo kvaliteta usluge, odabir osoblja zaduženog za pružanje usluge i sl. usklađen sa vrijednostima nacionalnog brenda iz člana 9 ukoliko je isti sproveden vodeći računa o navedenim vrijednostima.
- (3) Dozvolom iz stava 1 omogućava se upotreba logotipa na pokretnoj i nepokretnoj imovini, koja je dio uslužnog procesa, odnosno omogućava stvaranje usluge.
- (4) Uslov za izdavanje dozvole iz stava 1 ovog člana je prethodno dobijanje dozvole iz člana 28 ovog zakona.
- (5) Uslov za izdavanje dozvole iz stava 1, u određenim slučajevima može biti i pribavljanje posebne potvrde, saglasnosti, sertifikata i sl. od strane organa državne uprave nadležnog za poslove za poljoprivrede (oznake porijekla, geografske oznake, garantovano tradicionalni specijaliteti, organski proizvodi i sl.), kulture, turizma itd.

Posebna dozvola

Član 31

- (1) Posebna dozvola za upotrebu logotipa je dozvola koja se može dodijeliti posebnim korisnicima, u svrhu promovisanja i jačanja prepoznatljivosti i imidža Crne Gore.
- (2) Posebnim korisnicima, u skladu sa ovim zakonom, smatraju se pojedinci i/ili organi državne uprave, organi lokalne samouprave, privredna društva, preduzetnici, kao i ostali organi i organizacije koji su doprinijeli i doprinose promovisanju Crne Gore, njenih vrijednosti i identiteta, odnosno pojedinci i/ili organi i organizacije po kojima se Crna Gora prepoznaje na međunarodnom tržištu i u međunarodnoj javnosti.
- (3) Procedura dodjele i uslovi pod kojima se može dodijeliti posebna dozvola, biće definisani posebnim propisom Ministarstva.
- (4) Posebnu dozvolu iz stava 1 ovog člana, ne može dobiti pojedinac, organ ili organizacija, čije ponašanje ili aktivnosti su u suprotnosti sa vrijednostima nacionalnog brenda, odnosno koje narušavaju imidž i vrijednost nacionalnog brenda.

Sadržina dozvole

Član 32

Rješenje o dozvoli upotrebe logotipa obavezno sadrži sljedeće podatke o:

- 1) Korisniku dozvole;
- 2) Vrsti dozvole koja je dodijeljena;
- 3) Načinu i uslovima korišćenja logotipa, shodno posebnom propisu Ministarstva;
- 4) Pravima i obavezama korisnika dozvole;
- 5) Roku važenja dozvole;
- 6) Dokumentima na osnovu kojih je dozvola izdata i
- 7) Druge podatke propisane zakonom.

Odobrenje dizajna

Član 33

- (1) Dizajn i izgled svih materijala, predmeta, proizvoda, objekata i sl. na kojima će se koristiti logotip mora biti odobren prije upotrebe korisnika dozvole, od strane Ministarstva.

- (2) Korisnik dozvole dostavlja Ministarstvu prijedlog dizajna svih materijala, predmeta, proizvoda i sl. na odobravanje.
- (3) Ministarstvo može odobriti dostavljeni dizajn ili tražiti da se izvrše određene izmjene i dopune dizajna kako se ne bi narušile vrijednosti nacionalnog brenda iz člana 9 ovog zakona.
- (4) Odobrenje iz stava 2 ovog člana Ministarstvo daje u roku od 15 dana.

Izveštaj o upotrebi logotipa

Član 34

- (1) Korisnik dozvole, na zahtjev Ministarstva, podnosi Izveštaj o načinu upotrebljavanja logotipa.
- (2) Ministarstvo može zahtijevati Izveštaj o upotrebi logotipa u bilo koje vrijeme tokom perioda važenja dozvole.
- (3) Izveštaj se mora dostaviti u roku od 8 dana od dana kada Ministarstvo uputi zahtjev za dostavu izvještaja korisniku dozvole.
- (4) Korisniku dozvole koji ne dostavi izvještaj iz stava 1 ovoga člana, shodno članu 37 ovoga zakona, dozvola se oduzima.

Izuzeci u upotrebi logotipa

Član 35

Ministarstvo može u skladu sa ovim zakonom upotrebljavati logotip na propagandnom materijalu, reklamnom materijalu i predmetima, odnosno na suvenirima, reklamnim fotografijama, crtežima, agendama, zastavicama, prospektima, značkama, kesama, privjescima, email korespondenciji, internet stranama, portalima i sl.

V Prestanak i oduzimanje dozvole

Prestanak važenja dozvole

Član 36

- (1) Dozvola ističe danom isteka perioda važenja na koji je dozvola izdata.
- (2) Dozvola može prestati da važi i prije pomenutog roka, oduzimanjem u slučajevima predviđenim članom 37 ovoga zakona.

Oduzimanje dozvole

Član 37

- (1) Ministarstvo će oduzeti dozvolu korisnicima u slučaju:
 - 1) Dostavljanja lažnih, netačnih ili nepotpunih informacija u prijavi za dozvolu, simulirajući uslove ili dostavljajući obmanjujuće dokaze uz izostavljanje relevantnih pitanja kako bi uticali na proces dobijanja dozvole;
 - 2) Upotrebe ili primjene logotipa u formi drugačijoj od propisane u dozvoli za upotrebu, u skladu sa ovim zakonom ili drugim propisom koji se tiče nacionalnog brenda;
 - 3) Prestanka postojanja uslova na osnovu kojih je dozvola izdata;
 - 4) Nedostavljanja izvještaja o upotrebi logotipa koje je zahtijevalo Ministarstvo, shodno članu 34;
 - 5) Postojanja ozbiljnog rizika urušavanja ugleda nacionalnog brenda zbog dovođenja u vezu nacionalnog brenda sa nezakonitim radnjama ili ukoliko je korisnik dozvole osuđen za krivično djelo za koje mu je izrečena kazna;
 - 6) Za poljoprivredne i prehrambene proizvode Ministarstvo može oduzeti dozvolu korisnicima u slučaju brisanja iz Registara koji su u nadležnosti Ministarstva poljoprivrede.
- (2) Ministarstvo nije odgovorno za štetu koja može nastati oduzimanjem dozvole.

Postupak za oduzimanje dozvole

Član 38

- (1) Nakon saznanja da je ispunjen neki od uslova za oduzimanje dozvole iz člana 37 stav 1 ovog zakona, Ministarstvo obavještava korisnika dozvole o svojim saznanjima, kao i eventualnim pravnim posljedicama koje iz toga proističu.
- (2) Korisnik dozvole ima pravo da, u roku od 8 dana od dana prijema obavještenja iz stava 1 ovoga člana, podnese dokaze o činjenicama koje bi mogle uticati na odluku nadležnih organa.
- (3) U slučaju da obrazloženje i dokazi iz stava 2 ovoga člana, ne budu usvojeni počinioću prekršaja iz istog stava ovog člana se izriče zabrana za upotrebu dozvole na period od 12 mjeseci i izriče novčana kazna.
- (4) Ministarstvo ima mogućnost privremenog suspendovanja korišćenja dozvole dok se slučaj ne riješi u cilju spriječavanja narušavanja imidža nacionalnog brenda.
- (5) Obavještenje o privremenoj suspenziji dostavlja se korisniku dozvole istog radnog dana kada je nepravilnost utvrđena.
- (6) Konačna odluka donosi se u roku od 15 dana od dana ispitivanja dokaza.
- (7) Odgovarajućim rješenjem korisnik dozvole se obavještava o njenom oduzimanju ili o mogućnosti korišćenja dozvole uslijed netačnih navoda.
- (8) Protiv rješenja iz stava 7 ne postoji pravo žalbe.

Dejstvo oduzimanja dozvole

Član 39

- (1) Oduzimanje dozvole zahtijeva od korisnika dozvole da:
 - 1) Prestane da koristi logotip u svim svojim aktivnostima;
 - 2) Povučne sa tržišta proizvode na kojima je predmetni logotip;
 - 3) Povučne iz upotrebe sve materijale, opremu, predmete, objekte i sl. u slučaju uslužnih djelatnosti
 - 4) Uništi materijal koji je povezan sa logotipom a koji je ranije korišćen i
 - 5) Vрати svaki materijal koji se odnose na logotip ,a koji je korisniku dozvole kojem se dozvola oduzima bio dostavljen od strane Ministarstva.
- (2) Nakon obavljenih radnji zahtijevanih prethodnim stavom, korisnik dozvole dužan je da obavijesti Ministarstvo uz dostavljanje odgovarajućih dokaza.
- (3) Način obavještanja i dostavljanja odgovarajućih dokaza iz prethodnog stava biće regulisano posebnim propisom.

Registar dozvola

Član 40

- (1) Ministarstvo je dužno da vodi Registar izdatih i oduzetih dozvola.
- (2) Način vođenja i sadržinu Registra iz stava 1 ovog člana propisuje Ministarstvo.

VI Kontrola

Nadzor

Član 41

- (1) Nadzor nad sprovođenjem ovog zakona i propisa donesenih na osnovu ovog zakona vrši Ministarstvo.
- (2) Inspekcijски nadzor nad sprovođenjem ovog zakona i propisa donesenih na osnovu ovog zakona vrši organ uprave nadležan za poslove inspekcijskog nadzora preko nadležnih inspekcija, u skladu sa ovim zakonom i zakonom kojim se uređuje inspekcijски nadzor.

VII Kaznene odredbe

Član 42

Biće naknadno definisani

VIII Prelazne i završne odredbe

Član 43

Za grad, regiju i/ili destinaciju, koje su prije stupanja na snagu ovoga zakona, otpočele proces brendiranja, primijenjuje se sljedeće:

- 1) Organi državne uprave, organi lokalne samouprave, kao i ostale institucije i/ili organizacije, koje su otpočele proces brendiranja grada/regije i/ili destinacije dužni su dostaviti Ministarstvu strategiju, plan, program, projekat, ili drugi dokument na osnovu kojeg se vrši proces brendiranja najkasnije u roku od 12 mjeseci od dana stupanja na snagu ovoga zakona na davanje mišljenja i preporuka;
- 2) Ministarstvo daje mišljenje na dostavljeni dokument iz tačke 1 ovoga stava u roku od 15 dana;
- 3) Kada se utvrdi da dokument iz prethodne tačke nije u skladu sa politikom i Strategijom Ministarstva, Ministarstvo u mišljenju iz stava 2 ovoga člana daje preporuke i zahtijeva izmjenu dokumenta po osnovu kojeg se vrši brendiranje;
- 4) Organi državne uprave, organi lokalne samouprave, kao i ostale institucije i organizacije koje vrše brendiranje grada, regije i/ili destinacije bez postojanja strategije, plana, programa, projekta i sl. dužni su da o tome obavijeste Ministarstvo u roku od 15 dana od dana stupanja na snagu ovog zakona;
- 5) Brendiranje grada, regije i/ili destinacije za koje ne postoji strategija, plan, program, projekat i sl. shodno stavu 4 ovoga člana, obustavlja se rješenjem Ministarstva do donošenja odgovarajućeg dokumenta kojim se utvrđuju aktivnosti brendiranja istih;
- 6) Ministarstvo daje mišljenje na logotip i/ili slogan grada, regije ili destinacije za koje je logotip već u upotrebi i zahtijeva promjenu postojećeg logotipa i/ili slogana ukoliko isti nijesu u skladu sa vrijednostima nacionalnog brenda;
- 7) Odredbe člana 17 koje se odnose na logotip i/ili slogan, izvještavanje i Plan aktivnosti za narednu godinu, primjenjuju se i na organe državne uprave, organe lokalne samouprave i ostale institucije i organizacije koji su otpočeli proces brendiranja grada, regije ili destinacije prije stupanja na snagu ovog zakona.

Podzakonski akti

Član 44

Podzakonski akti za sprovođenje ovog zakona donijeće se u roku od godinu dana od dana stupanja na snagu ovog zakona.

Član 45

Ovaj zakon stupa na snagu 8 dana od dana objavljivanja u «Službenom listu Crne Gore».

O B R A Z L O Ž E N J E

I USTAVNI OSNOV ZA DONOŠENJE ZAKONA

Ustavni osnov za donošenje Zakona o nacionalnom brendu sadržan je u članu 16 stav 1 tačka 5 Ustava Crne Gore, kojim je propisano da se zakonom, u skladu sa Ustavom, uređuju pitanja od interesa za Crnu Goru.

II RAZLOZI ZA DONOŠENJE ZAKONA

Donošenje Zakona o nacionalnom brendu predstavlja polaznu poziciju u cilju brendiranja Crne Gore i postizanju opipljivih i relevantnih koristi koju država, njeni građani, privredni i ekonomski subjekti kao činioci ekonomskog i društvenog sistema mogu imati od brendirane države. Crna Gora nije u potpunosti iskoristila potencijale kojima raspolaže i koji joj mogu obezbijediti bolju vidljivost i prepoznatljivost na globalnom nivou. Dobro pozicioniran nacionalni brend može doprinijeti i značajno unaprijediti konkurentnost države kao i njene ekonomske benefite koje u budućnosti očekuje. Jak nacionalni brend predstavlja snažan i siguran instrument spoljne politike, on inspiriše i podstiče nacionalni ponos i pozitivne asocijacije i osjećanja građana. Nacionalni brend zasnovan i razvijen na pravim materijalnim i nematerijalnim vrijednostima Crne Gore doprinosi prestižu i ugledu države u inostranstvu. On stvara pozitivan imidž države, čineći Crnu Goru atraktivnom i privlačnom turistima i investitorima, stvarajući dodatnu vrijednost za njene proizvode i usluge u cilju povećanja izvoza jer dobro pozicioniran nacionalni brend podstiče nacionalnu ekonomiju kod investitora i stvara pozitivnu sinergiju nacionalnih vrijednosti. Nacionalni brend doprinosi prevazilaženju jaza između razvijenih i nerazvijenih područja Crne Gore, kroz izbalansirani regionalni razvoj.

Razlog za donošenje Zakona o nacionalnom brendu je pored ostalih taj što se Crna Gora ne nalazi ni na jednoj od relevantnih globalnih lista koje objavljuju pozicioniranost pojedinih država u globalnoj javnosti, a donošenjem zakona se uspostavljaju kvalitetne i neophodne osnove da se proces brendiranja postavi na zakonski i pravno uređen način sa jasnim i precizno definisanim nosiocima ovog procesa, što bi doprinijelo sistemskom upravljanju brendiranja države.

Razlozi za donošenje Zakona o nacionalnom brendu su i valorizacija istorijskog, kulturnog, društvenog bogatstva i njihove upotrebne vrijednosti, zatim uvođenje novih poslovnih modela u uslužnim djelatnostima kroz podsticanje upotrebe logotipa nacionalnog brenda, podsticaj razvoja nedovoljno razvijenih područja koja imaju konkurentne prednosti, korišćenju sporta, culture, umjetnosti i sl. na jačanju pozicije države na globalnom nivou, ali takođe i upotrebu pojedinačnih vrijednosti koje su od značaja za nacionalni brend i u skladu sa savremenim trendovima; uvođenje pojednostavljenih procedura i približavanje EU standardima na principima održivog razvoja nacionalnog brenda;

III USAGLAŠENOST SA PRAVNOM TEKOVINOM

U Evropskoj uniji još uvijek nije ustanovljen jedinstveni pravni okvir, niti jedinstvena praksa kad je u pitanju navedena oblast.

Nema propisa Evropske unije s kojima je trebao izvršiti usaglašavanje ovog zakona.

IV OBJAŠNJENJE OSNOVNIH PRAVNIH INSTITUTA

I Osnovne odredbe – Osnovnim odredbama definisani su predmet zakona, javni interes, područje primjene, pojedini izrazi upotrebljeni u zakonu i upotreba rodno senzitivnog jezika. (čl. 1-6)

II Razvoj nacionalnog brenda – U članovima 6 – 9 utvrđeni su ciljevi razvoja nacionalnog brenda, elementi na kojima se zasniva nacionalni brend, a koji u stvari predstavljaju stubove nosače nacionalnog brenda, njihova komercijalna upotreba, kao i vrijednosti na kojima se

zasniva nacionalni brend Crne Gore. Razvoj nacionalnog brenda planira se Strategijom nacionalnog brenda za period od pet godina, kao i jednogodišnjim Komunikacionim planom shodno članu 10. Za razvoj nacionalnog brenda sredstva se obezbjeđuju iz budžeta države Crne Gore, budžeta jedinica lokalne samouprave, na osnovu javno-privatnog partnerstva, iz fondova EU, kroz bespovratnu pomoć međunarodnih organizacija, kredita (domaćih i međunarodnih), donacije i dr. Zakonom se predviđa i pomoć razvoju pojedinačnih brendova, kroz obezbjeđivanje podsticajnih sredstava od strane Ministarstva nadležnog za poslove razvoja nacionalnog brenda (član 12), a sve u cilju doprinosa izgradnji nacionalnog brenda. Ministarstvo ekonomije je nadležno za sprovođenje politike razvoja nacionalnog brenda i sva pitanja od značaja za ovaj proces, što je propisano članom 13.

U posljednjem dijelu ove glave (članovi 14-16), definiše se obuhvat nacionalnog brendiranja jer ono obuhvata i brendiranje gradova, regija i destinacija, ali i propisuju nadležnosti subjekata koji mogu vršiti brendiranje grada, regije i/ili destinacije, kao i postupak brendiranja grada, regije i/ili destinacije. Članom 17. definišu se obaveze organa državne uprave, organa lokalne samouprave i ostalih organa i organizacija u procesu brendiranja grada, regije i/ili destinacije.

III Elementi vizuelnog identiteta nacionalnog brenda – Glava III definiše pojedinačne elemente vizuelnog identiteta nacionalnog brenda, a to su ime, logotip i slogan. Ime nacionalnog brenda je „Crna Gora” odnosno engleski prevod riječi, koji glasi „Montenegro”. Logotip nacionalnog brenda je grafički prikaz nacionalnog brenda i u svojini je Ministarstva ekonomije, a može se koristiti samo uz izdatu dozvolu o upotrebi. Odluku o registraciji logotipa-žiga u inostranstvu donosi Ministarstvo, koje je obavezno ovaj logotip-žig registrovati u Crnoj Gori. Logotip se upotrebljava na način propisan članom 21 zakona, a između ostalog ovaj logotip zauzima počasno mjesto u odnosu na sve druge logotipe, osim ukoliko se nađe u kombinaciji sa državnim simbolima. Kako je i predviđeno članom 22, logotip nije moguće koristiti u političke i vjerske svrhe, suprotno ustavnim načelima i principima, običajima Crne Gore i dr.

IV Dozvola za upotrebu logotipa nacionalnog brenda – Logotip nacionalnog brenda može se upotrebljavati samo uz posjedovanje dozvole za upotrebu logotipa nacionalnog brenda. Korisnik dozvole, shodno ovom zakonu može biti organ državne uprave, organ jedinice lokalne samouprave, privredno društvo, NVO, pravno i fizičko lice itd. Članom 26. definišu se karakteristike dozvole, pa je period važenja dozvole za upotrebu logotipa nacionalnog brenda 3 godine. Dozvole mogu biti: za korporativnu ili organizacionu upotrebu, za upotrebu logotipa na proizvodima, upotrebu u uslužnim djelatnostima, kao i posebnu upotrebu. Prethodno pomenute dozvole definisane su članovima 28-31. Članom 32 određuje se sadržina rješenja o dozvoli, a članom 33 neophodnost prethodnog odobrenja dizajna i izgleda svih materijala, predmeta, proizvoda, objekata i sl. na kojima će se koristiti logotip od strane Ministarstva. Takođe, korisnik dozvole, u obavezi je da na zahtjev Ministarstva podnosi Izvještaj o upotrebi logotipa odnosno načinu njegove upotrebe, shodno članu 34.

V Prestanak i oduzimanje dozvole – Dozvola za upotrebu logotipa nacionalnog brenda prestaje da važi u dva slučaja: istekom roka na koji je izdata (3 godine) ili u slučajevima koji dovode do oduzimanja dozvole a koji su definisani članom 37. Neki od ovih slučajeva su: dostavljanje lažnih, netačnih ili nepotpunih informacija u prijavi za dozvolu, kojima se simuliraju uslovi koji utiču na proces izdavanja dozvole, nedostavljanja izvještaja o načinu upotrebe logotipa, kao i u slučaju dovođenja nacionalnog brenda u vezu sa nezakonitim radnjama i sl. Postupak oduzimanja dozvole koji obuhvata provjeru nastanka situacija koje dovode do oduzimanja dozvole, kao i mogućnost privremenog suspendovanja propisan je članom 38. Dejstvo oduzimanja dozvole nameće obavezu korisniku da prestane da upotrebljava logotip nacionalnog brenda, kao i da povuče iz upotrebe sve materijale, opremu, predmete, proizvode i

sl. koji sadrže logotip, ukoliko mu je dozvola oduzeta, shodno članu 39. Ministarstvo je u obavezi da vodi Registar izdatih i oduzetih dozvola.

VI Kontrola - Članom 41 određuje se nosilac ovlaštenja za vršenje nadzora nad sprovođenjem ovog zakona i propisa donešenih na osnovu ovog zakona, kao i subjekt ovlašten za inspekcijski nadzor nad primjenom ovog zakona i podzakonskih propisa donijetih na osnovu ovog zakona.

VII Kaznene odredbe - Odredbama člana 42 uređuju se prekršaji za djela suprotna odredbama ovog zakona.

VII Prelazne i završne odredbe – Podzakonski akti za sprovođenje ovog zakona donijeće se u roku od godinu dana od stupanja na snagu ovog zakona. Shodno članu 45 ovaj zakon stupa na snagu 8 dana od dana objavljivanja u Službenom listu.

VIII PROCJENA FINANSIJSKIH SREDSTAVA ZA SPROVOĐENJE ZAKONA

Za sprovođenje ovog zakona u 2016. godini nije potrebno obezbjeđivati dodatna finansijska sredstva u Budžetu Crne Gore.

Za 2017. godinu sredstva za sprovođenje ovog zakona, će se shodno nadležnosti, obezbijediti Budžetom Ministarstva ekonomije.