**NACRT**

**ZAKON**

**O IZMJENAMA I DOPUNAMA ZAKONA O NACIONALNOM BRENDU**

**Član 1**

U Zakonu o nacionalnom brendu („Službeni list CG”, broj 37/17) u članu 5 stav 1 poslije tačke 10 dodaje nova tačka koja glasi:

„11) izgradnje pozitivnog imidža i veće prepoznatljivosti Crne Gore na inostranom tržištu”.

**Član 2**

U članu 6 stav 1 posle riječi: „i razvoj nacionalnog brenda“ dodaje se riječi: „i učestvuje na događajima od značaja za predstavljanje i promovisanje države“.

**Član 3**

U članu 9 stav 1 tačka 6 briše se.

Dosadašnja tačka 7 postaje tačka 6.

**Član 4**

U članu 10 poslije stava 1 dodaje se novi stav koji glasi:

„(2) Izgled i sadržaj vizuelnog identiteta nacionalnog brenda propisuje Ministarstvo“.

**Član 5**

Član 11 se briše.

**Član 6**

U članu 14 stav 2 tekst poslije riječi „udruženja“, „ne smiju na logotipu nacionalnog brenda vršiti izmjene vizuelnog identiteta nacionalnog brenda“ se briše i zamjenjuje se riječima: „ne smiju mijenjati vizuelni identitet nacionalnog brenda“.

**Član 7**

Član 18 se briše.

**Član 8**

U članu 21 stav 3 tač. 6 i 9 mijenjaju se i glase:

,,6) plan ključnih aktivnosti za narednu godinu;

9) izvještaj o realizovanim aktivnostima u domenu ekološke, društvene, kulturne i ekonomske održivosti gdje je primjenljivo;“.

Poslije tačke 10 dodaje se pet novih tačaka koje glase:

„11) izvještaj o poslovnim rezultatima, pozitivno riješenim prigovorima potrošača, stručnom usavršavanju zaposlenih, certifikatima kvaliteta iz domena poslovanja preduzeća, nagrade,akreditacije i priznanja koja posjeduje odnosno druga dokumenta kojima se dokazuju stručne i profesionalne reference za vršenje djelatnosti, potvrda o učešću na domaćim i međunarodnim događajima, gdje je primjenljivo;

  12) izvještaj o preduzetim inovativnim modelima djelovanja, poslovanja, uvođenju inovacija u poslovanje, kreativnim kampanjama, novim proizvodima, uslugama, gdje je primjenljivo;  
   13) izvještaj o pomoćima i donacijama zajednici, socijalno ugroženim kategorijama i drugim subjektima, učešću na humanitarnim događajima, organizovanju aktivnosti koje imaju za cilj pomoć ugroženim kategorijama društva, gdje je primjenljivo;

   14) dokaz o porijeklu sirovine koja se koristi u izradi proizvoda, strukturi zaposlenih, gdje je primjenljivo;

15) kopije certifikata, nagrada, uvjerenja, priznanja prilazu se uz dokumentaciju iz prethodnih tačaka.“

U stavu 4 riječi: ,,tač. 12“zamjenjuju se riječima: ,, tač. 10“.

**Član 9**

U članu 22 st. 3 i 5 brišu se i dosadašnji st. 4 i 6 postaju st. 3 i 4.

**Član 10**

Od dosadašnjeg člana 12 zaključno sa članom 30 Zakona, uključujući i članove 42 i 46 riječ **,,logotip”** u različitom padežu zamjenjuje se riječima **,,vizuelni identitet”** u odgovarajućem padežu.

**Član 11**

Poslije člana 47 dodaje se novi član koji glasi:

**„Rok za donošenje podzakonskog akta**

**Član 47a**

Podzakonski akt iz člana 10 stav 2 ovog zakona donijeće se u roku od šest mjeseci od dana stupanja na snagu ovog zakona”.

**Član 12**

Ovaj zakon stupa na snagu osmog dana od dana objavljivanja u „Službenom listu Crne Gore“.

**O B R A Z L O Ž E NJ E**

**I USTAVNI OSNOV ZA DONOŠENJE ZAKONA**

Ustavni osnov za donošenje Zakona o izmjenama i dopunama 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**

Donošenju Zakona o izmjenama i dopunama Zakona o nacionalnom brendu pristupilo se radi dopune odredaba koje se odnose na zahtjev i dokumentaciju potrebnu za procjenu usklađenosti kompetencija potencijalnih korisnika vizuelnog identiteta nacionalnog brenda sa vrijednostima nacionalnog brenda, kao i vizuelni identitet nacionalnog brenda.

Razlog za donošenje ovog Zakona je izmjena procedure definisanja vizuelnog identiteta nacionalnog brenda a polazeći od činjenice da se prilikom primjene dosadašnji Zakon pokazao kao neadekvatan. Shodno tome neophodno je bilo izvršiti izmjene i dopune radi uspješnije primjene Zakona.

Takođe imajući u vidu da od dana stupanja na snagu Zakona o nacionalnom brendu nije podnešen nijedan zahtjev sa sticanje prava korišćenja logotipa nacionalnog brenda ukazala se potreba za pojednostavljivanjem procedure odlučivanja po zahtjevu.

Pošto se Crna Gora ne nalazi ni na jednoj od relevantnih globalnih lista koje objavljuju pozicioniranost pojedinih država u globalnoj javnosti, predmetnim izmjenama i dopunama nastoji se osigurati kvalitetnija i adekvatnija primjena samog Zakona a u cilju što efikasnije implementacije politike nacionalnog brendiranja.

Brendiranje Crne Gore (nacionalno brendiranje) omogućava postizanje opipljivih i relevantnih koristi za državu u cjelini, njene građane kao i privredne i ekonomske subjekte koji su činioci ekonomskog i drštvenog sistema. Dobro pozicioniran nacionalni brend može doprinijeti i značajno unaprijediti konkurentnost države kao i ekonomske benefite koje u budućnosti očekuje. Nacionalni brend obuhvata jedinstven, privlačan i zanimljiv paket nacionalnih vrijednosti, koji predstavlja značajan faktor konkurentnosti pri ostvarenju ekonomskih ciljeva (povećanja izvoza, veći priliv stranih direktnih investicija, povećanje obima turističkog prometa, privlačenje talenata i sl). Na taj način nastoji se stvoriti konkurentska prednost države i omogućiti njena diferencijacija u odnosu na druge države. Jak nacionalni brend doprinosi kreiranju pozitivne percepcije svijeta o državi te unapređenju ekonomske i političke pozicije zemlje, a posljedično i unapređuje nacionalnu konkurentnost. Samim tim, imidž države koja je izgradila jak nacionalni brend, postaje pozitivan, što se direktno utiče na bolju pozicioniranost i promovisanje pojedinačnih brendova koji potiču iz te države, što se odražava na nacionalnu i poslovnu konkurentnost.

**III USAGLAŠENOST SA PRAVNOM TEKOVINOM EVROPSKE UNIJE I POTVRĐENIM MEĐUNARODNIM KONVENCIJAMA**

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

Nema propisa Evropske Unije sa kojima je trebalo izvršiti usaglašavanje ovog zakona.

**IV OBJAŠNJENJE OSNOVNIH PRAVNIH INSTITUTA**

U članu 1 vrši se dopuna člana 5 Zakona o nacionalnom brendu proširivanjem ciljeva zbog kojih se ustanovljava nacionalni brend tako što se se dodaje stav koji se odnosi na izgradnju pozitivnog imidža i veće prepoznatljivosti Crne Gore na inostranom tržištu jer je jedan od suštinskih ciljeva zbog kojeg se i implementira politika nacionalnog brendiranja posledično izgradnja pozitivnog imidža.

Dalje, imajući u vidu značaj koji nacionalno brendiranje ima za državu u cjelosti, kao i potrebu zajedničkog i koordinisanog djelovanja prilikom predstavljanja države inostranoj javnosti članom 2 izvršena je dopuna člana 6 Zakona koja se odnosi na učešće na događajima od značaja za predstavljanje i promovisanje države.

Članom 3 predviđeno je brisanje tačke 6 stava 1 člana 9 Zakona radi izmjene obuhvata strategije.

U cilju uspješnijeg definisanja vizuelnog identiteta nacionalnog brenda članom 4 predviđeno je da Ministarstvo zaduženo za politiku nacionalnog brendiranja propisuje izgled i sadržaj, čime je član 10 Zakona dopunjen novim stavom.

Definisanjem novog stava u članu 4 prestaje potreba za članom 11 Zakona zbog čega se kako je predviđeno članom 5 on briše.

Članom 6 vrši se izmjena u stavu 2 člana 14 Zakona pa se tekst poslije riječi ,,udruženja” zamjenjuje riječima: ,,ne smiju mijenjati vizuelni identitet nacionalnog brenda”

Članom 7 briše se član 18 Zakona jer se pitanje slogana uređuje članom 10 Zakona.

Članom 8 vrši se dopuna člana 21 Zakona dodavanjem sedam novih tačaka i stavu 3 koje glase:

,,11) Plan ključnih aktivnosti za narednu godinu;

12) Izvještaj o realizovanim aktivnostima u domenu ekološke, društvene, kulturne i ekonomske održivosti gdje je primjenljivo;

13) Izvještaj o poslovnim rezultatima, pozitivno riješenim prigovorima potrošača, stručnom usavršavanju zaposlenih, certifikatima kvaliteta iz domena poslovanja preduzeća, nagrade, akreditacije i priznanja koja posjeduje odnosno druga dokumenta kojima se dokazuju stručne i profesionalne reference za vršenje djelatnosti, potvrda o učešću na domaćim i međunarodnim događajima, gdje je primjenljivo;

14) Izvještaj o preduzetim inovativnim modelima djelovanja, poslovanja, uvođenju inovacija u poslovanje, kreativnim kampanjama, novim proizvodima, uslugama, gdje je primjenljivo;

15) Izvještaj o pomoćima i donacijama zajednici, socijalno ugroženim kategorijama i drugim subjektima, učešću na humanitarnim događajima, organizovanju aktivnosti koje imaju za cilj pomoć ugroženim kategorijama društva, gdje je primjenljivo;

16) Dokaz o porijeklu sirovine koja se koristi u izradi proizvoda, strukturi zaposlenih, gdje je primjenljivo;

17) Kopije certifikata, nagrada, uvjerenja, priznanja prilazu se uz dokumentaciju iz prethodnih tačaka.“

Dodavanjem prethodno pomenutih tačaka prestaje potreba za tač. 6 i 9 te se iste brišu.

U stavu 4 riječi: ,,tač.1,3 i 12” zamjenjuju se riječima: ,, tač. 1,3 i 10“, čime je izvšeno usklađivanje sa prethodnim izmjenama.

U članu 9 predviđeno je brisanje st. 3 i 5 člana 22 Zakona jer je definisanje vizuelnog identiteta propisano članom 10 Zakona.

Članom 10 predviđena je izmjena naslova odjeljka III Zakona koji sad glasi: ,,Vizuelni identitet”.

Članom 11 vrši se zamjena riječi ,,logotip” riječima: ,,vizuelni identitet” od dosadašnjeg člana 12 Zakona do člana 31 i u članovima 42 i 46.

Članom 12 dodaje se novi član 47a kojim se propisuje rok za donošenje podakonskog akta iz člana 10 stav 2 Zakona.

Članom 13 uređuje se stupanje na snagu ovog Zakona.

**V PROCJENA FINANSIJSKIH SREDSTAVA ZA SPROVOĐENJE ZAKONA**

Za potrebe sprovođenja ovog zakona nije potrebno obezbijediti dodatna sredstva u budžetu Crne Gore.