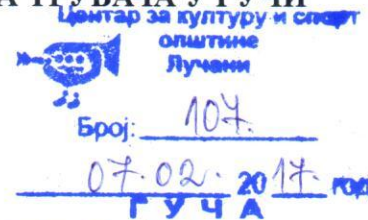


Наосновучлана10, 11.и20. Одлуке о организацији Драгачевског саборатрубача у Гучи („Службени гласник општине Лучани“ бр.01/2016), а напредлогв.д. директора Центра за културу и спорта општине Лучани у Гучи, уз претходно прибављену сагласност Саборског одбора, Управног одбора Центра за културу и спорта општине Лучани у Гучи, на седници одржаној 3. фебруара 2017. године, донео је

П Р А В И Л Н И К

О ОГЛАШАВАЊУ И СПОНЗОРСТВУ ДРАГАЧЕВСКОГ САБОРА ТРУБАЧА У ГУЧИ



І ОСНОВНЕ ОДРЕДБЕ

Члан 1.

Овим Правилником се уређују основи прибављања средстава за финансирање Сабора трубача у Гучи (у даљем тексту: Сабор) путем спонзорства, оглашавања (рекламирања), донација, пропаганде и продаје улазница за програмске садржаје, у оквиру надлежности Центра за културу и спорт општине Лучани у Гучи (у даљем тексту: Центар) да обезбеђује средства за финансирање послова у области културе, а посебно услови стицања статуса спонзора, категорија спонзора, као и права и обавезе које спонзори имају у реализацији Сабора.

Члан 2.

Средства остварена по основу спонзорства, донаторства, улазница за програмске садржаје, рекламе и пропаганде, чине сопствени приход буџета Центра, из којег се, по одбитку трошкова учесника у организацији Сабора из члана 6. Одлуке о Драгачевском сабору трубача у Гучи, финансира инфраструктура Сабора, у складу са законом и Одлуком о буџету општине Лучани.

Наредбодавац за располагање средствима на рачуну из претходног става је директор Центра, или лице које он овласти, у складу са одлукама Управног одбора.

Члан 3.

Прибављање средстава из члана 1. овог Правилника, обавља Центар, непосредно или поверавањем послова за прибављање предметних средстава агенцији или другом правном и физичком лицу, или више правних и физичких лица, регистрованим за обављање тих или сличних послова у складу са важећим законским прописима.

Одлуку о начину и условима прибављања средстава путем спонзорства, оглашавања (рекламирања), донација, пропаганде и продаје улазница за програмске садржаје доноси Управни одбор Центра за културу на предлог директора.

Члан 4.

Када Центар прибављање предметних средстава врши посредним путем, поступак избора агенције или другог правног или физичког лица из члана 3. Правилника (у даљем тексту: Партнер) врши се на начин и у складу са Законом о јавним набавкама.

Поступак јавне набавке, уколико је њено спровођење прописано Законом о јавним набавкама, спроводи Комисија за јавну набавку образована решењем директора Центра.

Комисија је дужна да спроведе поступак јавне набавке одређен у одлуци о покретању поступка и одговорна је за законитост спровођења поступка.

Члан 5.

Након доношења одлуке о додели уговора, односно у другим случајевима предвиђеним Законом о јавним набавкама (у даљем тексту: Закон), Центар као наручилац закључује уговор о јавној набавци са понуђачем којем је додељен уговор у року и на начин предвиђен Законом.

Члан 6.

Центар, као наручилац, одређује исти критеријум и елементе критеријума за доделу уговора у позиву за подношење понуда и у конкурсној документацији.

Елементи критеријума на основу којих Центар, као наручилац, додељује уговор, морају бити описани и вредновани, не смеју бити дискриминаторски и морају стајати у логичкој вези са предметом јавне набавке.

Наручилац ће у конкурсној документацији посебно навести методологију за доделу пондера за сваки елемент критеријума која ће омогућити накнадну објективну проверу оцењивања понуда.

Уколико две или више понуда имају исти број бодова, о избору најповољнијег понуђача одлучује редослед критеријума. Уколико сенинатијач начин не може донети одлука о избору најповољнијег понуђача, наручилац доноси одлуку на основу финансијског и пословног капацитета понуђача.

При оцењивању понуда, наручилац је дужан да примењује само онај критеријум и елемент критеријума који су садржани у конкурсној документацији и то на начин како су описани и вредновани, а све у складу са Законом.

Највиши понуђени приход буџета Центра, као наручиоца, доказује се пред уговорима закљученим са спонзорима или писмом о намерама спонзора.

Провизијом у смислу овог Правилника са матрасе купанизноској припада понуђачу, који је дужан да из своје провизије финансира обавезу спонзору у оквиру његових уговорених права. Провизија понуђача представља процењену вредност јавне набавке.

Добитор организатора као наручиоца представља разлику износа укупног планираног прихода буџета наручиоца по основу извршења услуга и номинално изражене вредности провизије понуђача, као извршиоца уговора.

Исплата провизије понуђачу може се вршити непосредно од стране организатора у року од три дана од дана уплате појединачних финансијских средстава на рачун организатора Сабора из члана 1., односно 2. овог Правилника или од стране спонзора лично у истом року по испостављању фактуре понуђача.

Уколико понуђач не оствари понуђени односно уговорени приход, а није доставио средства финансијског обезбеђења, наручилац ће на основу одлуке Управног одбора Центра покренути поступак за накнаду штете пред надлежним судом у висини неостварене разлике, умањене за провизију понуђача. Висину штете утврђује Комисија, састављена од по 2 (два) представника организатора, као наручиоца, и понуђача, као извршиоца. Неостварење понуђеног, односно уговореног износа, има за последицу аутоматски раскид уговора са понуђачем.

II СПОНЗОРСТВО

Члан 7.

Спонзорство је давање у новцу, стварима или услугама које врше правна лица или предузетници, уз одређену промотивну (рекламну) противуслугу од стране организатора Сабора, у складу са уговореним правима и обавезама и овим Правилником.

Спонзор може бити домаће или инострано правно лице, предузетник или физичко лице, који у циљу реализације Сабора пружају финансијску или другу подршку Сабору,

ради оглашавања свог имена, односно назива, знака, робног или услужног жига, или свог имица.

Уговоре о спонзорству, са правима и обавезама Спонзора и организатора, на начин како је то регулисано овим Правилником, закључује директор Центра у име организатора, осим уколико правилима пословања Спонзора је другачије предвиђено, у ком случају је исто неопходно документовати.

Уговоре о спонзорству са правима и обавезама Спонзора и организатора, на начин како је то регулисано овим Правилником, закључује Партнер поверавањем послова за прибављање предметних средстава агенцији или другом правном и физичком лицу, или више правних и физичких лица, осим са Генералним спонзором на који уговор даје сагласност Саборски одбор а закључује га и директор Центра у име организатора, осим уколико правилима пословања Генералног спонзора је другачије предвиђено, у ком случају је исто неопходно документовати.

Рекламни материјал обезбеђује Спонзор.

Члан 8.

Установљавају се следеће категорије спонзорства:

1. Основна спонзорства:

- Генерални спонзор
- Стратешки партнер или пул стратешких партнера
- Пријатељ сабора
- Спонзор
- Мали спонзор

2. Наменска спонзорства

II-1. ПРАВА И ОБАВЕЗЕ ГЕНЕРАЛНОГ СПОНЗОРА

Члан 9.

Генерални спонзор је Спонзор који у реализацији Сабора учествује са средствима у износу најмање од 100.000 еура годишње, без ПДВ, у динарској противвредности на дан уплате, по средњем курсу НБС.

Са Генералним спонзором се може закључити и партнерски уговор који подразумева испуњење заједничких циљева у остваривању програмских садржаја (на главној позорници на стадиону), продукције и задовољење финансијских захтева обе стране. По правилу, Генерални спонзор је дародавац статуе „Десимир Перишић“ и новчаног дела награде „Шампион Гуче“ на такмичењу Мајстора трубе.

Генерални спонзор Сабора може да буде само један.

Генерални спонзор има ексклузиван статус, што значи да у маркетиншком третирању Сабора, неће бити истог производног програма или делатности као што је Генералног спонзора а што се регулише уговором.

Организатор са Генералним спонзором може предвидети и друга права која се регулишу уговором, на основу законских и прописа општине Лучани.

Са Генералним спонзором Сабора може се закључити вишегодишњи, партнерски, уговор у трајању до 5 година, уз сагласност Саборског одбора.

Члан 10.

Генерални спонзор има право на промотивни пакет оглашавања, пре и за време трајања Сабора, који обухвата:

- 1) Истицање статуса Генералног спонзора уз најаву Сабора на телевизијама са националним фреквенцијама, радио станицама, у штампаним медијима који чине Пул медијских спонзора Сабора, затим на штампаним материјалима Сабора,

билбордима, веб сајту и другим комуникацијским средствима која се користе у промоцији Сабора.

- 2) У најавном ТВ споту Сабора, име и лого Генералног спонзора ће се истицати на првом месту. Најавни ТВ спот, којим се најављује одржавање Сабора, емитоваће се на:
 - телевизији са националном фреквенцијом - 200 пута и
 - регионалним и локалним телевизијама - 500 пута.
- 3) У најавном радио споту Сабора, име и статус Генералног спонзора ће се емитовати 500 пута на регионалним и локалним радио станицама.
- 4) За време директних ТВ преноса на телевизији са националном фреквенцијом, свих дана којих ће телевизија са националном фреквенцијом преносити Сабор, емитоваће се промотивни спот Генералног спонзора у ЕПП блоку у укупном трајању од 500 секунди.
- 5) Генерални спонзор може брендирати објекте правних лица и предузетника који од стране организатора Сабора имају одобрење за обављање делатности, на основу споразума са тим лицима.
- 6) Статус Генералног спонзора биће истицан укупно три пута, кроз водитељске најаве током директних ТВ преноса.
- 7) Истицање логотипа Генералног спонзора у оквиру видео презентације на сценографији поред главне бине (Генерални спонзор доставља идејна решења).
- 8) Емитовање ТВ спотова Генералног спонзора у трајању до 60 секунди, у сваком сату на екрану (димензија 3 m x 4 m), који ће се налазити испред Центра за културу и спорт. На екрану ће се емитовати спотови у периоду од 09:00 до 02:00 сати, сваког дана током трајања Сабора.
- 9) Статус Генералног спонзора, заједно са статусом осталих Спонзора, истицаће се на конференцијама за медије.
- 10) Генералном спонзору ће бити омогућено да у оквиру конференција за медије може да промовише своје производе, услуге и пословне активности кроз брендирање простора.
- 11) Генерални спонзор може да брендира простор на улазу у Гучу великом улазном капијом која неће угрожавати проток колског и пешачког саобраћаја.
- 12) Генералном спонзору биће омогућено постављање 10 уличних банера, димензија (6m x 70 cm). Генерални спонзор обезбеђује израду банера.
- 13) Генерални спонзор може да постави највише 10 заставица на јарболе на централном стадиону и 8 банера димензија 3 m x 4 m између јарбола.
- 14) Генералном спонзору биће омогућено постављање једног билборда код Центра за културу и спорт.

Организатор (изабрани понуђач) Сабора брину се о заштити уговорених права Генералног спонзора.

II-2. ПРАВА И ОБАВЕЗЕ СТРАТЕШКОГ ПАРТНЕРА

Члан 11.

Стратешки партнер је Спонзор који у реализацији Сабора учествује са средствима у износу од 50.000 до 80.000 еуро годишње, у динарској противвредности, по средњем курсу НБС на дан уплате.

У случају када постоји више Стратешких партнера чије су делатности различите, Стратешки партнери образују Пул стратешких партнера.

Стратешки партнер има ексклузиван статус, што значи да у маркетиншком третирању Сабора, неће бити истог производног програма или делатности као код Стратешког партнера или генералног спонзора.

Члан 12.

Стратешки партнер има право на промотивни пакет оглашавања пре и за време трајања Сабора, који обухвата:

- 1) Истицање статуса Стратешког партнера уз најаву Сабора на телевизији са националном фреквенцијом, радио станицама, у штампаним медијима који чине Пул медијских спонзора Сабора, затим на штампаним материјалима Сабора, билбордима, веб сајту и другим комуникацијским средствима која се користе у промовисању Сабора.
 - 2) У најавном тв споту Сабора, име и лого Стратешког партнера ће се истицати одмах испод Генералног спонзора. Најавни ТВ спот, којим се најављује одржавање Сабора, емитоваће се на:
 - на телевизији са националном фреквенцијом - 200 пута и
 - регионалним и локалним телевизијама - 500 пута.
 - 3) У најавном радио споту Сабора име и статус Стратешког партнера ће се емитовати 500 пута на регионалним и локалним радио станицама.
 - 4) За време директних ТВ преноса на телевизији са националном фреквенцијом, свих дана за време којих ће се Сабор преносити, емитоваће се промотивни спот Стратешког партнера у ЕПП блоку у укупном трајању од 400 секунди.
 - 5) Стратешки партнер може брендирати објекте правних лица и предузетника који од стране организатора Сабора имају одобрење за обављање делатности, на основу споразума са тим лицима.
 - 6) Статус Стратешког партнера биће истицан укупно три пута, кроз водитељске најаве током директних ТВ преноса.
 - 7) Истицање логотипа Стратешког партнера у оквиру видео презентације на сценографији поред главне бине (Стратешки партнер доставља идејна решења).
 - 8) Емитовање ТВ спотова Стратешког партнера у трајању до 60 секунди, у сваком сату на екрану (димензија 3 m x 4 m) који ће се налазити испред Центра за културу и спорт. На екрану ће се емитовати спотови у периоду од 09:00 до 02:00 сати сваког дана током трајања Сабора.
 - 9) Статус Стратешког партнера био би са осталим спонзорима истакнут на конференцијама за медије.
 - 10) Стратешком партнеру ће бити омогућено да у оквиру конференција за медије може да промовише своје производе, услуге и пословне активности кроз брендирање простора.
 - 11) Стратешком партнеру биће омогућено постављање 3 улична банера, димензија (6 m x 70cm). Стратешки партнер обезбеђује израду банера.
 - 12) Стратешки партнер може да постави највише 8 заставица на јарболе на централном стадиону и 4 банера димензија 3 m x 4 m између јарбола.
- Организатор и изабрани понуђач бринуће о заштити уговорених права Стратешког партнера.

II-3. ПРАВА И ОБАВЕЗЕ ПРИЈАТЕЉА САБОРА

Члан 13.

Пријатељ Сабора је Спонзор који у реализацији Сабора учествује са средствима у износу од 30.000 до 50.000 еура годишње, у динарској противвредности, по средњем курсу НБС-а на дан уплате.

Члан 14.

Пријатељ Сабора има право на промотивни пакет оглашавања пре и за време трајања Сабора, који обухвата:

Истицање статуса Пријатеља Сабора уз најаву Сабора на телевизијама са националном фреквенцијом, радио станицама, у штампаним медијима који чине Пул медијских спонзора Сабора, затим на штампаним материјалима Сабора, билбордима, веб сајту и другим комуникацијским средствима која се користе у промовисању Сабора.

- 1) У најавном ТВ споту Сабора, име и лого Пријатеља Сабора ће се истицати одмах испод Стратешког паретнера, адекватно висини уложених средстава.
- 2) Најавни тв спот, којим се најављује одржавање Сабора, емитоваће се на:
 - телевизији са националном фреквенцијом - 200 пута и
 - регионалним и локалним телевизијама - 500 пута.
- 3) У најавном радио споту Сабора име и статус Пријатеља Сабора ће се емитовати 500 пута на регионалним и локалним радио станицама.
- 4) За време директних трочасовних ТВ преноса на телевизији са националном фреквенцијом, свих дана за време којих ће се Сабор преносити, емитоваће се промотивни спот Пријатеља Сабора у ЕПП блоку у укупном трајању до 210 секунди.
- 5) Пријатељ Сабора може брендирати објекте правних лица и предузетника који од стране организатора Сабора имају одобрење за обављање делатности, на основу споразума са тим лицима.
- 6) Статус Пријатеља Сабора биће истицан укупно три пута, кроз водитељске најаве током директног ТВ преноса.
- 7) Истицање логотипа Пријатеља Сабора у оквиру видео презентације на сценографији поред главне бине (Пријатељ Сабора доставља идејна решења).
- 8) Емитовање ТВ спотова Пријатеља Сабора у трајању до 60 секунди, у сваком сату на екрану (димензија 3m x 4 m) који ће се налазити испред Центра. На екрану ће се емитовати спотови у периоду од 09:00 до 02:00 сати сваког дана током трајања Сабора.
- 9) Статус Пријатеља Сабора истиче се са осталим спонзорима на конференцијама за медије.
- 10) Пријатељу Сабора биће омогућено постављање 2 улична банера, димензија (6 m x 70cm). Пријатељ Сабора обезбеђује израду банера.

Организатор и изабрани понуђач бринуће о заштити уговорених права Пријатеља Сабора .

II-4. ПРАВА И ОБАВЕЗЕ СПОНЗОРА

Члан 15.

Спонзор је правно лице и предузетник који у реализацији Сабора учествује са средствима у износу од 10.000 до 30.000eуга годишње, у динарској противвредности, по средњем курсу НБС-а на дан уплате.

Члан 16.

Спонзор има право на промотивни пакет оглашавања пре и за време трајања Сабора, који обухвата:

- 1) Истицање статуса Спонзора у штампаним материјалима Сабора, веб сајту и другим комуникацијским средствима која се користе у промовисању Сабора.
- 2) У најавном радио споту Сабора име и статус Спонзора ће се емитовати 200 пута на регионалним и локалним радио станицама.
- 3) За време директних ТВ преноса на телевизији са националном фреквенцијом, свих дана за време којих ће се Сабор преносити, емитоваће се промотивни спот Спонзора у ЕПП блоку у укупном трајању од 90 секунди.
- 4) Статус Спонзора биће истицан укупно три пута, кроз водитељске најаве током директног ТВ преноса.

- 5) Спонзор Сабора може брендирати објекте правних лица и предузетника који од стране организатора Сабора имају одобрење за обављање делатности, на основу споразума са тим лицима.
 - 6) Емитовање ТВ спотова Спонзора у трајању до 60 секунди, у сваком сату на екрану (димензија 3 m x 4 m) који ће се налазити испред Центра. На екрану ће се емитовати спотови у периоду од 09:00 до 02:00 сати сваког дана током трајања Сабора.
 - 7) Статус Спонзора истиче се са осталим спонзорима на конференцијама за медије.
 - 8) Спонзору ће бити омогућено постављање 2 улична банера, димензија (6 m x 70cm). Спонзор обезбеђује израду банера.
 - 9) Спонзору ће бити омогућено постављање највише 2 банера димензија 3 m x 4 m између јарбола на централном стадиону.
- Организатор и изабрани понуђач бринуће о заштити уговорених права Спонзора.

II-5. ПРАВА И ОБАВЕЗЕ МАЛИХ СПОНЗОРА

Члан 17.

Мали спонзор је правно лице и предузетник који у реализацији Сабора учествује са средствима у износу од 3.000 до 10.000 еура у динарској противвредности, по средњем курсу НБС-а на дан уплате.

Члан 18.

Мали спонзор има право на промотивни пакет оглашавања пре и за време трајања Сабора, који обухвата:

- 1) Истицање статуса малог спонзора у штампаним материјалима Сабора, веб сајту и другим комуникацијским средствима која се користе у промовисању Сабора.
- 2) Емитовање ТВ спотова Малог спонзора у трајању до 30 секунди, у сваком сату на екрану (димензија 3 m x 4 m) који ће се налазити испред Центра. На екрану ће се емитовати спотови у периоду од 09:00 до 02:00 сати сваког дана током трајања Сабора.
- 3) Статус Малог спонзора истиче се са осталим спонзорима на конференцијама за медије.
- 4) За сваких уплаћених 3.000 ЕУРА, малом спонзору ће бити омогућено постављање једног уличног банера, димензија (6 m x 70 cm). Мали спонзор обезбеђује израду банера.

Изузетно, мали спонзор је и правно лице и предузетник са пословним седиштем на подручју општине Лучани, који у реализацији Сабора учествује са средствима у износу од 3.000,00 еура у динарској противвредности, по средњем курсу НБС-а на дан уплате, који има право на промотивни пакет оглашавања пре и за време трајања Сабора, који обухвата постављање једног уличног банера, димензија (6 m x 70 cm). Мали спонзор обезбеђује израду банера.

Организатор (и изабрани Понуђач) бринуће о заштити уговорених права Малог спонзора.

Члан 19.

Постављање обележја свих категорија спонзора на јавним површинама (као што су фрижидери, банери, панои, билборди и др.) врши се на основу плана који утврђује директор Центра на предлог лица која су овлашћена да врше прикупљање средстава из члана 1., односно 2. овог Правилника.

II-6. НАМЕНСКА СПОНЗОРСТВА

Члан 20.

Сви приходи и примања по основу донација, остварени за потребе организације Сабора, морају се приказати у пословним евиденцијама и књиговодству учесника у организацији из члана 6. Одлуке о драгачевском сабору трубача у Гучи, односно Центра за културу и спорт општине Лучани у Гучи.

Није дозвољено уговарати, или без уговора, односно на било који начин, прибављати приходе, услуге и добра ради организације, нити организовати или изводити програмске садржаје Сабора без прописног приказивања и књижења учињених расхода и издатака од учесника у организацији.

Донатор не може помагати финансирање организације Сабора путем непосредног плаћања или покривањем трошкова учесника у организацији или у програму Сабора (тзв. наменско спонзорство за организацију и извођење концерта или друге саборске приредбе), нити посредно, преко других лица, већ искључиво путем уговора којим Центар за културу и спорт општине Лучани у Гучи, као надлежни учесник у организацији из члана 6. Одлуке о Драгачевском сабору трубача у Гучи, преузима обавезу према донатору да из примљених средстава финансира одређени програмски садржај (концерт или другу приредбу).

Члан 21.

Један или више Спонзора могу својим средствима да допринесу реализацији конкретног наменског спонзорства.

Конкретан садржај промотивног пакета са Спонзором наменског спонзорства ће се дефинисати посебним уговором и зависиће од висине средстава којима Спонзор доприноси реализацији конкретног наменског спонзорства и могућности којима организатор Сабора располаже за промоцију конкретног наменског спонзорства.

Наменским спонзорствима не могу бити обухваћени поноћни концерт и организација финалног такмичења пионирских, омладинских и сениорских оркестара, с обзиром да се трошкови истих финансирају из буџета Центра за културу и спорт.

Одредбе из претходног става не односе се на финансирање одређених награда и новчаног фонда за такмичење мајстора трубе, које су као такве установљене посебним актом Центра.

III ПОКРОВИТЕЉ САБОРА

Члан 22.

Покровитељи Сабора могу бити сви они који својом материјалном или нематеријалном подршком значајно доприносе реализацији Сабора, кроз изградњу саборске инфраструктуре и унапређење програмских и пратећих садржаја Сабора.

Одлуку о проглашењу покровитеља Сабора доноси Саборски одбор, најкасније два месеца пре почетка Сабора.

IV ДОНАТОР

Члан 23.

Донација је неповратни поклон који се чини организатору Сабора у новцу, стварима или услугама, без икакве накнаде или противуслуге.

Донатор може бити домаће или инострано правно лице, предузетник или физичко лице које својом значајном материјалном или нематеријалном подршком доприноси реализацији појединих активности Сабора.

Донатор има право да буде означен као донатор у штампаним или електронским медијима и да добије извештај о намени утрошених средстава.

V МЕДИЈСКИ ПАРТНЕРИ

Члан 24.

Медијски партнери (штампани, електронски и дигитални) могу бити:

- 1) Националне,
- 2) Иностране,
- 3) Регионалне и
- 4) Локалне.

Једна телевизија са националном фреквенцијом може вршити пренос званичних програма Сабора.

Пренос и снимање саборских манифестација које не снима и не преноси телевизија са националном фреквенцијом, могу вршити иностране, регионалне и локалне телевизије.

Одлуку о избору медијских партнера доноси директор Центра за културу и спорт уз сагласност Саборског одбора.

Са изабраним медијским партнерима, посебан уговор закључује директор Центра.

Члан 25.

Уколико се послови оглашавања и прибављања спонзорских средстава поверавају агенцији или другом правном или физичком лицу, директор Центра је дужан да уговором са истим предвиди, између осталог, и следеће:

- да са дописницима и медијима са својег подручја (Чачка и околине) закључи посебан уговор о медијској подршци и потпорим маркетингу Сабора у трајању од тримесеца пре, као и за време одржавања, чиме да се обезбеди најмање једном седмично вест, репортажа, најава и слично у електронским медијима са националном фреквенцијом и дневним штампаним медијима и порталима,

- да обезбеди на радио и ТВ са националном фреквенцијом најмање једном седмично гостовање мајсторатрубе, или представника организатора и других учесника у програму и емитовање најавних спотова јединствених и посебних програмских садржаја, почевнај касније од 90 дана пре одржавања Сабора.

VI ПРЕЛАЗНЕ И ЗАВРШНЕ ОДРЕДБЕ

Члан 26.

Саставни део овог Правилника чини Закључак са прве седнице Саборског одбора у 2017. години, број 55-2/2017 од 3. фебруара 2017. године.

Члан 27.

Овај Правилник ступа на снагу и почиње да се примењује даном доношења.

У Гучи, дана 3. фебруара 2017. године, број 107.



ПРЕДСЕДНИК УПРАВНОГ ОДБОРА

Центра за културу и спорт општине Лучани у Гучи

Ђорђе Јаћимовић