

Bazuar në nenin 35, paragrafi 1, nënparagrafi 1.1, dhe nenin 65, paragrafët 1 dhe 2, të Ligjit nr. 03/L-209 për Bankën Qendrore të Republikës së Kosovës (Gazeta Zyrtare e Republikës së Kosovës, nr. 77/16 gusht 2010), nenet 85 dhe 114 të Ligjit nr. 04/L-093 për Bankat, Institucionet Mikrofinanciare dhe Institucionet Financiare Jobankare (Gazeta Zyrtare e Republikës së Kosovës/nr. 11/11 maj 2012), si dhe nenin 4, paragrafi 3, të Ligjit nr. 05/L -045 për Sigurimet (Gazeta Zyrtare e Republikës së Kosovës/nr. 38 / 24 dhjetor 2015) Bordi i Bankës Qendrore të Republikës së Kosovës, në mbledhjen e mbajtur me 30 janar 2020, miratoi këtë:

## **RREGULLORE PËR REKLAMIMIN E SHËRBIMEVE FINANCIARE**

### **Neni 1**

#### **Qëllimi dhe fushëveprimi**

1. Kjo Rregullore përcakton, kushtet e përgjithshme dhe specifike për reklamimin e shërbimeve financiare, detyrimet dhe përgjegjësitë e një ofruesi të shërbimeve financiare në lidhje me mesazhet reklamuese dhe çështjet e tjera që kanë të bëjnë me këtë lloj të reklamimit, si dhe rregullon reklamimin që promovon në mënyrë të drejtpërdrejtë një ofrues të shërbimeve financiare dhe/ose tërë veprimtarinë e tij dhe jo vetëm shërbimet individuale financiare të ofruara prej tij.
2. Kjo Rregullore është e zbatueshme për të gjitha bankat, institucionet mikrofinanciare dhe institucionet financiare Jobankare, siguruesit, përfshirë degët e bankave të huaja, degët institucioneve mikrofinanciare të huaja dhe degët e institucioneve financiare jobankare të huaja, dhe degët e siguruesve të huaj, të licencuara nga Banka Qendrore e Republikës së Kosovës-(BQK) për të ushtruar veprimtari financiare në territorin e Republikës së Kosovës.
3. Neni 5 i kësaj Rregulloreje nuk aplikohet për siguruesit dhe degët e siguruesve të huaj.

### **Neni 2**

#### **Përkufizimet**

1. Të gjitha termet e përdorura në këtë Rregullore kanë kuptim të njëjtë siç janë përcaktuar në nenin 3 të Ligjit nr. 04/L-093 për Bankat, Institucionet Mikrofinanciare dhe Institucionet Financiare Jobankare (këtu e tutje: Ligji për Bankat, IMF dhe IFJB), nenin 3 të Ligjit 05/L -045 për Sigurimet dhe/ose siç përcaktohet më poshtë për qëllimin e kësaj Rregulloreje:
  - 1.1 **shërbim financiar** - nënkupton veprimtaritë financiare të lejuara për ofruesit e shërbimeve financiare sipas Ligjit për Bankat, IMF dhe IFJB apo klasave të sigurimit të lejuara sipas Ligjit për Sigurimet;
  - 1.2 **ofrues i shërbimeve financiare**- nënkupton çdo bankë, sigurues, institucion mikrofinanciar dhe institucion financiar jobankar apo degë të tyre të licencuara/regjistruara nga BQK;

- 1.3 **klient**- nënkupton çdo person që përdor ose përfiton shërbimet financiare të ofruara nga ofruesit e shërbimeve financiare;
- 1.4 **reklamimi në mediat elektronike** - nënkupton reklamimin në programet e radios dhe televizionit, si dhe në programet sipas mundësisë dhe kërkesës, përmes rrjeteve të komunikimit elektronik në këmbim të pagesës ose forme tjetër të kompensimit;
- 1.5 **reklamimi në median e shkruar** - nënkupton reklamimin në shtypin e përditshëm dhe periodik dhe mjeteve tjera të shtypit për informim publik, si dhe në botimet dixhitale të këtyre mediave dhe/ose mjete të tjera të informimit - që janë identike me botimin në shtyp dhe të disponueshme për klientët në internet;
- 1.6 **reklamimi në teren** - nënkupton reklamimin përmes mjeteve të përshtatshme për transmetimin e një mesazhi reklamues për publikun, të vendosura në ambiente të jashtme dhe në dispozicion të publikut, dhe/ose për një numër të pacaktuar përfituesish të informacionit (panel reklamues - tabela, banderola, ekran, shenja të ndriçuara, etj.);
- 1.7 **reklamimi online/virtual** - nënkupton reklamimin në një faqe në internet, në rrjet social, në aplikacione të ndryshme ose përmes një forme tjetër të komunikimit online/virtual;
- 1.8 **reklamimi i brendshëm** - nënkupton përcjelljen e mesazhit reklamues përmes, pllakateve, paneleve, broshurave, fletushkave, fletëpalosjeve, etj., të cilat janë instaluar dhe/ose shpërndahen në zyrat e ofruesit të shërbimeve financiare dhe partnerët e tij të biznesit (p.sh. institucionet e ndërlidhura financiare, tregtarët, etj.), dhe/ose në hapësirë tjetër publike të brendshme (p.sh. qendra tregtare, aeroporte, stacionet e autobusëve, mjetet e transportit publik, etj.);
- 1.9 **reklamimi i drejtpërdrejtë** - nënkupton përcjelljen e një mesazhi reklamues te një grup i caktuar klientësh apo tek një klient individualisht të përcaktuar përmes disa formave si: reklamimit në distancë, përmes dërgimit të një letre postare në shtëpi apo në ambiente të përcaktuara rezidenciale ose biznesi, me anë të postës elektronike ose ndonjë forme tjetër të komunikimit elektronik të drejtpërdrejtë (duke përdorur aplikacione të tilla si Viber, WhatsApp, etj.), apo përmes kontaktit të drejtpërdrejtë, duke i dorëzuar materialin i cili përmban mesazhin reklamues, ose në të kundërtën, përmes komunikimit personal (prezantim, promovim, përmes telefonit, mesazheve SMS, etj.);
- 1.10 **mesazh reklamues** - nënkupton përmbajtjen informuese të reklamimit, pavarësisht nga forma, mënyra apo mjete të transmetimit;
- 1.11 **transmetues i mesazhit reklamues:** nënkupton një entitet që shpërndan një mesazh reklamues përmes mjeteve që zotëron, mediave përmes të cilave publikon ose domenit që ka regjistruar, apo një entiteti që ka të drejtën e përdorimit ose ndonjë të drejtë tjetër mbi ato mjete dhe fusha në bazë të të cilave është i autorizuar për të shpërndarë mesazhe reklamuese, si dhe organizatori i manifestimeve publike dhe ngjarjeve në të cilat shpërndahen mesazhet reklamuese;
- 1.12 **deklaratë reklamimi** - nënkupton një dokument i cili përmban të dhënat që identifikojnë ofruesin e shërbimeve financiare si reklamues të tyre, transmetuesin e mesazhit reklamues, përmbajtjen e mesazhit reklamues dhe periudhën dhe mënyrën e parashikuar të reklamimit të cilën reklamuesi ia paraqet transmetuesit të mesazhit reklamues.

### Neni 3

#### Kushtet e përgjithshme dhe parimet e reklamimit

1. Shërbimet financiare duhet të reklamohen në mënyrë të qartë dhe të kuptueshme për klientët dhe reklamimi nuk duhet të përmbajë informacion të pasaktë dhe/ose informacion, që mund të mashtrrojë dhe apo çorientojë një klient sa u përket kushteve dhe specifikave të përdorimit të këtyre shërbimeve.
2. Për të përmbushur detyrimet që rrjedhin nga paragrafi 1 i këtij neni, ofruesi i shërbimeve financiare do t'u përmbahet parimeve të mëposhtme për reklamimin e shërbimeve financiare:
  - 2.1 identifikimi i qartë i ofruesit të shërbimeve financiare;
  - 2.2 vërtetësia e informacionit në mesazhin reklamues;
  - 2.3 transparenca e informacionit në mesazhin reklamues;
  - 2.4 harmonizimi i informacionit në mesazhin reklamues;
  - 2.5 përshtatshmëria e përmbajtjes dhe respektimi i etikës profesionale.
3. Parimi i *identifikimit të qartë të ofruesit të shërbimeve financiare* do të thotë që mesazhi reklamues duhet të përcaktojë qartë dhe pa mëdyshje ofruesin e shërbimeve financiare, shërbimet e të cilit promovohen me atë mesazh duke deklaruar emrin e tij të biznesit, shkurtësën e tij, emrin e kompanisë dhe/ose logon, ose shenjën e markës tregtare.
4. Parimi i *vërtetësisë së informacionit në mesazhin reklamues* nënkupton se informacioni që përmban mesazhi reklamues duhet të jetë i saktë dhe i përditësuar dhe prezantimi i tij nuk duhet të mashtrrojë, çorientojë ose të ketë gjasë të mashtrrojë një klient dhe/ose të shtrembërojë faktet. Si vijon më poshtë, do të konsiderohet veçanërisht në kundërshtim me këtë parim:
  - 4.1 ndikimi në pikëpamjen e klientëve sa i përket shërbimit financiar ose ofruesit të shërbimeve financiare të promovuar në reklamim duke shkaktuar paqartësi, ekzagjerime ose përjashtime gjatë paraqitjes së informacionit;
  - 4.2 paraqitjen, në një mesazh reklamimi, të drejtat e klientit si avantazhe ose përparësi të veçanta që i ofrohet klientit nga ofruesi i shërbimeve financiare;
  - 4.3 deklarimin (edhe nëse është e vërtetë) se shërbimi financiar i promovuar do të jetë në dispozicion për një kohë të kufizuar, ose se do të jetë i disponueshëm me kushte të caktuara për një kohë të kufizuar, duke dhënë një përshtypje e cila, mashtron ose ka të ngjarë të mashtrrojë një klient në lidhje me disponueshmërinë e shërbimit me karakteristika të njëjta ose të ngjashme me qëllim, që klienti të nxitet të vendosë menjëherë për të lidhur një marrëveshje për një shërbim të tillë;
  - 4.4 deklarimi se shërbimi financiar i promovuar do të jetë në dispozicion për një kohë të kufizuar, ose se do të jetë i disponueshëm me kushte të veçanta për një kohë të kufizuar, në mënyrë që klientit nuk i ofrohet mundësia për të pasur kohë të mjaftueshme për të bërë një zgjedhje bazuar në informacionin e marrë para se të vendosë të lidhë një marrëveshje për një shërbim i tillë.
5. Parimi i *transparencës së informacionit në mesazhin reklamues* nënkupton që mesazhi nuk duhet të anashkalojë ose të fshehtë informacionin që nevojitet për të vlerësuar qartë, në secilin rast të

veçantë, karakteristikat e shërbimit financiar të theksuara nga ofruesi i shërbimeve financiare në atë mesazh.

5.1 Informacioni të cilit i referohet ky paragraf nënkupton në veçanti:

5.1.1 informacionin mbi kriteret që duhet të përmbushen për të lidhur një marrëveshje për shërbimin financiar me karakteristikat e theksuara në mesazhin reklamues (p.sh. blerja e detyrueshme e shërbimeve të tjera financiare apo të pagesave, periudha minimale e besnikërisë për klientët ose kriteret të tjera të cilat, nëse nuk përmbushen, mund të kufizojë qasjen në shërbimin financiar me karakteristika të tilla të theksuara);

5.1.2 informacionin mbi ndalimet dhe kufizimet dhe/ose limitet në lidhje me ofrimin e një shërbimi financiar, p.sh. në lidhje me shumën që mund të huazohet ose depozitohet sipas kushteve të promovuara.

5.2 Në kundërshtim me parimin e përcaktuar nga ky paragraf, do të konsiderohet veçanërisht një reklamë e tillë që:

5.2.1 nuk arrin ta sqarojë nga pikëpamja e një klienti, llojin e shërbimit financiar përkatës, dhe/ose natyrën ose qëllimin e tij;

5.2.2 promovon disa shërbime financiare me karakteristika të ndryshme (të ashtuquajturat paketa shërbimesh) me dallime të vogla të cilat i pamundësojnë një klienti të bëjë një dallim të qartë midis këtyre shërbimeve dhe/ose të përcaktojë se cilat shërbime përfshihen në paketën e shërbimeve;

5.2.3 ofron kushte promovuese, por përjashton ose fsheh vlefshmërinë e një oferte të tillë;

5.2.4 ofron një shërbim financiar që i mundëson klientit të zvogëlojë koston mujor për një periudhë të caktuar (qoftë brenda një periudhë “grejs”, zgjatje të afatit të ripagimit, etj.), por përjashton ose fsheh informacionin mbi mënyrën se si përfitohet një zbritje e tillë;

5.2.5 ofron një shërbim financiar, blerja e të cilit mundëson që klienti të hyjë në shërbime shtesë të ofruesit të shërbimeve financiare ose të përfitojë përfitime të caktuara, por përjashton ose fsheh informacionin mbi tarifën dhe provizionet që ndërlidhen me shërbime të tilla shtesë ose përjashton apo fsheh informacionin që klienti në rast të ndërprerjes së përdorimit të shërbimeve të tilla shtesë ose duhet të kthejë fitimin dhe/ose të kompensojë ofruesin e shërbimeve financiare në rast të përfundimit të parakohshëm të marrëveshjes para skadimit të periudhës minimale të besnikërisë, të pajtuar me ofruesin e shërbimeve financiare.

6. Parimi i harmonizimit të informacionit në mesazhin reklamues do të thotë që informacioni i përmendur në nën paragrafin 5.1 të këtij neni duhet të përshtatet sa më shumë me karakteristikat e shërbimit financiar të theksuara nga ofruesi i shërbimeve financiare në atë mesazh.

7. Parimi i përshtatshmërisë së përmbajtjes dhe respektimit të etikës profesionale do të thotë se një mesazh reklamues nuk duhet të përmbajë deklarata ose prezantim vizual i cili mund të konsiderohet fyes, diskriminues ose në kundërshtim me praktikën e mira të biznesit për konkurrencë të drejtë dhe etikë profesionale.

- 7.1 Në kundërshtim me praktikat e mira të biznesit për konkurrencë të drejtë dhe etikë profesionale do të konsiderohen në veçanti deklarata dhe prezantime të tilla vizuale që:
- 7.1.1 ftojnë në bojkot të një ofruesi tjetër të shërbimeve financiare dhe/ose në ndërprerjen ose pengimin e vendosjes së marrëdhënieve me një ofrues tjetër të tillë;
  - 7.1.2 abuzojnë me reputacionin e një ofruesi tjetër të shërbimeve financiare ose prezantimin e shenjave që identifikojnë apo veçojnë një ofrues të tillë, ose që përmbajnë deklarata dhe prezantime vizuale që janë të dëmshme ose kanë të ngjarë të jenë të dëmshme për ofruesin e shërbimeve të ngjashme financiare;
  - 7.1.3 zbulojnë ose zhvlerësojnë shenjat, produktet, shërbimet ose aktivitetet që identifikojnë një ofrues tjetër të shërbimeve financiare si dhe rrethanat në të cilat është ky ofrues i shërbimeve financiare;
  - 7.1.4 nxjerrin në pah faktet ose rrethanat që kanë të bëjnë me ofruesin e shërbimeve financiare të promovuar në mesazhin reklamues (si: vendi i origjinës i themeluesit ose pronarit të tij, mosbesimi në periudhën paraprake, anëtarësimin në një grup të mbikëqyrtur nga një autoritet rregullator i huaj) në mënyrë që një klienti mund t'i japin përshtypjen se ofruesit e tjerë të shërbimeve financiare dhe/ose produktet dhe shërbimet e tyre janë më pak të besueshme apo të sigurt;
  - 7.1.5 paraqesin një shërbim financiar në mënyrë konfuze dhe/ose në mënyrë që parandalon diferencimin e tij nga shërbimet financiare, markat tregtare ose shenjat e një ofruesi tjetër të shërbimeve financiare.

#### **Neni 4**

##### **Kushtet për format specifike të reklamimit**

1. Transmetimi në mediat elektronike i një mesazhi reklamues duhet të zgjasë aq sa t'i mundësojë një klienti të lexojë dhe/ose të dëgjojë siç duhet përmbajtjen e mesazhit.
2. Reklamimi në internet i një mesazhi reklamues përmes imazhit pamor dhe/ose zanor apo të dyja bashkë duhet të zgjasë mjaftueshëm për t'i mundësuar një klienti të lexojë dhe/ose të dëgjojë siç duhet përmbajtjen e mesazhit.
3. Për reklamata në internet të cilat kanë ekskluzivisht përmbajtje të formës së shkurtër (p.sh. parulla, njoftime etj.), informacioni i përmendur në nenin 3, nënparagrafi 5.1 i kësaj Rregulloreje mund të hiqet nga mesazhi reklamues, me kusht që mesazhi të përmban linkun e drejtpërdrejtë të faqes zyrtare, që përmban një informacion të tillë i cili është më i spikatur se karakteristikat e shërbimeve financiare të theksuara në atë mesazh nga ofruesi i shërbimeve financiare.
4. Teksti që përmban mesazhi reklamues i transmetuar në median elektronike ose në internet, si dhe mesazhi reklamues i botuar në median e shkruar dhe i shpërndarë në reklama në terren të jashtëm, të brendshëm ose përmes reklamimit të drejtpërdrejtë, duhet të shkruhet me shkronja (apo karaktere të tjera) në pajtueshmëri me nenin 6 të kësaj Rregulloreje.
5. Teksti të cilit i referohen paragrafët 3 dhe 4 të këtij neni duhet të përmbajë formatin si vijon:
  - 5.1 Informacione të mëtejshme të disponueshme në (faqen zyrtare të internetit të ofruesit të shërbimeve financiare)", "Për informacione të mëtejshme ju lutem telefononi (numrin e

telefonit të ofruesit të shërbimeve financiare)", "Për informacione të mëtejshme vizitoni (emrin e ofruesit të shërbimeve financiare)", "Mësoni më shumë përmes (faqes zyrtare të ofruesit të shërbimeve financiare dhe/ose numrit të telefonit të ofruesit të shërbimeve financiare) ”ose të ngjashme.

5.2 Mesazhi reklamues dhe/ose teksti të cilit i referohen paragrafët e këtij neni mund të përmbajë shprehjet e listuara më poshtë vetëm sipas kushteve:

5.2.1 "*pa interes*", "*0% interes*" ose fraza të ngjashme, mund të përdoren vetëm nëse klienti nuk paguan interes dhe nëse të gjitha kushtet e marrëveshjes së kredisë apo të shërbimeve të tjera financiare dhe të gjitha tarifat dhe provizionet (ku norma efektive e interesit nuk është 0%), duhet të reklamohen duke ju dhënë rëndësi të njëjtë;

5.2.2 "*pa kosto*", "*pa pagesë*", "*tarifa zero*", "*kostoja zero*", ose fraza të ngjashme, mund të përdoren vetëm nëse asnjë interes, tarifë ose provizion tjetër nuk paguhet nga klienti dhe nëse qasja në kredi ose marrëveshje tjetër të shërbimeve financiare nuk është e kushtëzuar me lidhjen e ndonjë marrëveshjeje ose të ndonjë rasti që shkakton tarifa ose krijon detyrime tjera për klientin;

5.2.3 "*pa depozitë fillestare*" ose fraza të ngjashme, mund të përdoren vetëm nëse asnjë pagesë paraprake nuk paguhet nga klienti si kusht për përdorimin e një kredie ose shërbimi tjetër financiar;

5.2.4 "*miratim i garantuar*" ose ngjashëm, mund të përdoren vetëm nëse qasja në një kredi ose marrëveshje tjetër të shërbimit financiar nuk është e kushtëzuar me raportin kreditor të kredimarrësit apo me kërkesa të tjera;

5.2.5 "*ofertë*", "*dhuratë*" ose fraza të ngjashme, mund të përdoren vetëm nëse nuk ka kushte ose rrethana që kërkojnë nga klienti të kompensojë ose të kthejë përfitimin që i është vënë në dispozicion të tij me rastin e përfundimit të marrëveshjes së shërbimit financiar;

5.2.6 "*ne do t'ju kthejmë paratë*" ose fraza të ngjashme, mund të përdoren vetëm nëse mjetet e paguara nga klienti do t'i kthehen plotësisht;

5.2.7 "*me shpenzimet tona*", "*ne do të paguajmë*" ose fraza të ngjashme, mund të përdoren vetëm nëse ofruesi i shërbimeve financiare i bartë plotësisht kostot ose bartë një pjesë të kostove, me kusht që kostoja që bartet nga klienti të reklamohet duke iu dhënë e njëjta rëndësi;

5.2.8 "*klient i ri*" ose fraza të ngjashme, pa informacion të mëtejshëm, mund të përdoren vetëm nëse kushti i vetëm për hyrjen në një marrëveshje të shërbimit financiar është që klienti të mos ketë një marrëveshje ekzistuese për shërbim financiar dhe/ose shërbim pagese me atë ofrues të shërbimeve financiare në kohën e lidhjes së marrëveshjes;

5.2.9 "*më e ulëta në treg*", "*më e larta në treg*", "*kushte më të mira në treg*" ose fraza të ngjashme, mund të përdoren vetëm nëse justifikohen nga ofruesi i shërbimeve financiare.

## Neni 5

### Kushtet e reklamimit për shërbime financiare specifike

1. Një mesazh reklamues që promovon shërbimet financiare të ofruara në bazë të marrëveshjeve mbi kreditë, lëshimin dhe përdorimin e kartave të kreditit, autorizimin e mbitërheqjes dhe shërbimeve të tjera të huadhënies, që përmbajnë normën e interesit ose çdo të dhënë tjetër numerike që ka të bëjë me çmimin ose të ardhurat, duhet të përmbajë gjithashtu një shembull me të dhëna të qarta dhe të sakta për:
  - 1.1 llojin e kredisë;
  - 1.2 nivelin dhe ndryshueshmërinë e normës nominale vjetore të interesit;
  - 1.3 normën efektive të interesit (e cila duhet të shfaqet më qartë se të dhënat e tjera);
  - 1.4 valutën në të cilën lejohet kredia;
  - 1.5 periudhën kohore për të cilën lejohet kredia;
  - 1.6 shumën totale të kredisë që klienti duhet të shlyejë deri në fund të afatit të kontraktuar;
  - 1.7 të gjitha kostot që do të paguhen nga klienti.
2. Paragrafi 1 i këtij neni do të zbatohet edhe ndaj mesazhit reklamues që promovon shërbimet e huadhënies, lëshimit të kartës së kreditit ose autorizimin e mbitërheqjes të ofruar nga ofruesi i shërbimeve të pagesave ose nga emetuesi i parave elektronike - përveç bankave.
3. Një mesazh reklamues që promovon shërbimet bankare të siguruara me anë të marrëveshjes së depozitës, i cili përmban normën e interesit ose të dhëna të tjera numerike që kanë të bëjnë me çmimin ose të ardhurat, duhet gjithashtu të përmbajë një shembull prezantues me të dhëna të qarta dhe të sakta për:
  - 1.1 llojin e depozitës;
  - 1.2 nivelin dhe ndryshueshmërinë e normës nominale vjetore të interesit;
  - 1.3 normën efektive të interesit (e cila duhet të shfaqet më qartë se të dhënat e tjera);
  - 1.4 valutën në të cilën është arritur marrëveshja mbi depozitën;
  - 1.5 periudhën kohore për të cilën është arritur marrëveshja mbi depozitën;
  - 1.6 shumën totale që klienti do të përfitojë deri në fund të afatit të kontraktuar;
  - 1.7 të gjitha kostot që do të paguhen nga klienti, përfshi kostot që do të shkaktoshin në rast të tërheqjes së parakohshme të depozitave.
4. Mesazhi reklamues i përmendur në paragrafin 3 të këtij neni nuk do të përmbajë normën e interesit që nuk është e garantuar dhe/ose që nuk lejon kapitalizimin e interesit gjatë gjithë afatit të depozitës.
5. Një mesazh reklamues që promovon shërbime të lizingut të ofruara në bazë të një marrëveshjeje lizingu, që përmban normën e interesit ose të gjitha të dhënat numerike që kanë të bëjnë me çmimin, duhet gjithashtu të përmbajë një shembull prezantues me të dhëna të qarta dhe të sakta për:
  - 5.1 asetet e lizingut;

- 5.2 nivelin dhe ndryshueshmërinë e normës nominale vjetore të interesit;
  - 5.3 normën efektive të interesit (e cila duhet të shfaqet më qartë se të dhënat e tjera);
  - 5.4 valutën në të cilën është arritur marrëveshja mbi lizingun;
  - 5.5 periudhën kohore për të cilën është arritur marrëveshja mbi lizingun;
  - 5.6 shumën totale të blerjes së asetit të lizingut, shuma e para pagesës dhe shumën e financimit neto;
  - 5.7 numrin dhe shumën e kësteve të lizingut, si dhe periudhën në të cilën ato duhet të paguhen (mujore, tremujore, etj.);
  - 5.8 të gjitha kostot që do të duhet të paguhen nga klienti.
6. Pavarësisht nga përcaktimet në paragrafët 1 deri në 5 të këtij neni, tek reklamimi në internet i cili ekskluzivisht ka përmbajtje në formë të shkurtër (p.sh. parulla, njoftime etj.), shembulli prezantues me të dhëna sipas paragrafëve të lartpërmendur mund të mos tregohet domosdoshmërisht në tekstin e mesazhit reklamues, me kusht që një mesazh i tillë të përmbajë linkun që të lidhë drejtpërdrejtë me faqen zyrtare në internet që përmban shembullin përkatës.
  7. Në rastet të cilave ju referohet paragrafi 6 i këtij neni, teksti i mesazhit reklamues duhet të përmbajë frazën: "Shembullin prezantues mund ta gjeni në (faqen zyrtare në internet të ofruesit të shërbimeve financiare)" ose të ngjashme, ku shkronjat (ose karaktere të tjera) duhet të jenë në pajtueshmëri me madhësinë e shkronjave sipas nenit 6 të kësaj Rregulloreje dhe duhet të jenë më të dukshme se karakteristikat e shërbimit financiar të theksuara në atë mesazh nga ofruesi i shërbimeve financiare.

## **Neni 6**

### **Madhësia e shkronjave**

1. Ofruesi i shërbimeve financiare duhet të sigurohet që madhësia e shkronjave që përdoret në të gjitha format e reklamimit të ofruara klientëve të jetë:
  - 1.1 e lexueshme qartë;
  - 1.2 e përshtatshme për llojin e dokumentit dhe informacionit të përdorur në atë dokument.
2. Ofruesi i shërbimeve duhet të marrë në konsideratë formatin dhe mediumin e përdorur për reklamim, si dhe duhet të jetë i vetëdijshëm se reklama e propozuar do të shfaqet në formatin e saj final. Kjo për arsye se në disa raste madhësia e shkronjave mund të duket mjaft e dukshme në disa formate të një reklame, por ajo mund të mos jetë e lexueshme qartë në të tjerët. Për shembull, një reklamë në një panel reklamues ose në transportin publik mund të kërkojë që informacioni kryesor të paraqitet më dukshëm se sa kërkohej për të njëjtën reklamë në mediumin e printuar.

## **Neni 7**

### **Detyrimet dhe përgjegjësitë e ofruesit të shërbimeve financiare në lidhje me mesazhin reklamues**

1. Ofruesit e shërbimeve financiare duhet të kenë resurse dhe procese të mjaftueshme për të siguruar zbatimin e dispozitave të kësaj Rregulloreje duke përfshirë monitorimin e vazhdueshëm të



reklamimit, vlerësimin e rregullt të fushatave reklamuese dhe mbajtjen e shënimeve të dokumentuara të kryerjes së këtyre vlerësimeve.

2. Ofruesi i shërbimeve financiare do të jetë përgjegjës për të gjitha veprimet e transmetuesit të mesazhit reklamues, si dhe për çdo lëshim të tij në lidhje me reklamimin e shërbimeve financiare të ofruesit i cili është subjekt i kësaj Rregulloreje.
3. Ofruesi i shërbimeve financiare duhet të sigurohet se kontrata e lidhur me transmetuesin e mesazhit reklamues përcakton qartë dhe saktësisht detyrimet e palëve kontraktuese në mënyrë që të sigurohet respektimi i dispozitave të kësaj Rregulloreje nga ana e ofruesit, si dhe çdo kontratë e tillë duhet të përmbajë një dispozitë që i mundëson ofruesit të shërbimeve financiare anulimin e njëanshëm të kontratës, nëse një gjë e tillë kërkohet nga BQK.
4. Nëse gjatë procesit të mbikëqyrjes nga BQK konstatohet se ofruesi i shërbimeve financiare nuk ka respektuar këtë Rregullore, BQK mund të veprojë në pajtim me nenin 8 të kësaj Rregulloreje për ndërmarrjen e masave apo shqiptimin e ndëshkimeve.
5. Ofruesi i shërbimeve financiare duhet të ruajë tekstin dhe të dhënat e reklamimit deri në tre vjet pas përfundimit të reklamës dhe të jetë në gjendje ta paraqesë atë në çdo kohë sipas kërkesës së BQK-së.

## **Neni 8**

### **Shkeljet, masat përmirësuese**

Çdo shkelje e dispozitave të kësaj Rregulloreje do të jetë subjekt i masave përmirësuese, ndëshkimeve administrative dhe dënimeve civile, siç përcaktohet në Ligjin për Bankën Qendrore të Republikës së Kosovës, Ligjin për Bankat, Institucione Mikrofinanciare dhe Institucione Financiare Jobankare si dhe Ligjin për Sigurime.

## **Neni 9**

### **Hyrja në fuqi**

Kjo Rregullore hyn në fuqi 15 ditë pas miratimit nga Bordi i BQK-së.

Flamur Mrasori

Kryetar i Bordit të Bankës Qendrore të Republikës së Kosovës