

Na osnovu člana 35, stav 1, tačka 1.1, i člana 65, stavovi 1 i 2, Zakona br. 03/L-209 o Centralnoj Banci Republike Kosovo (Službeni list Republike Kosovo, br. 77/16. avgust 2010), člana 85. i 114. Zakona br. 04/L-093 o bankama, mikrofinansijskim institucijama i nebankarskim finansijskim institucijama (Službeni list Republike Kosovo/br. 11/11. maj 2012), i člana 4, stav 3, Zakona br. 05/L-045 o osiguranju (Službeni list Republike Kosovo/br. 38/24. decembar 2015. godine) Odbor Centralne Banke Republike Kosovo, je na sastanku održanom 30. januara 2020. godine, odobrio je:

## UREDBU O REKLAMIRANJU FINANSIJSKIH USLUGA

### Član 1.

#### Cilj i delokrug

1. Ova Uredba utvrđuje opšte i posebne uslove za reklamiranje finansijskih usluga, obaveze i odgovornosti pružaoca finansijskih usluga u vezi sa reklamnim porukama i drugim pitanjima koja se odnose na ovu vrstu reklamiranja kao i reguliše reklamiranje koje direktno promoviše pružaoca finansijskih usluga i/ili njegovu čitavu delatnost a ne samo njegove pojedinačne finansijske usluge koje pruža.
2. Ova Uredba primenjuje se na sve banke, mikrofinansijske institucije i nebankarske finansijske institucije, osiguravače, uključujući podružnice stranih banaka, podružnice stranih mikrofinansijskih institucija i podružnice stranih nebankarskih finansijskih institucija, kao i filijala stranih osiguravača, licenciranih od strane Centralne banke Republike Kosovo (CBK) za obavljanje finansijske delatnosti na teritoriji Republike Kosovo.
3. Član 5. ove Uredbe ne primenjuje se na strane osiguravače i filijale stranih osiguravača.

### Član 2.

#### Definicije

1. Svi izrazi korišćeni u ovoj Uredbi imaju isti značaj sa izrazima definisanim u članu 3. Zakona br. 04/L-093 o bankama, mikrofinansijskim institucijama i nebankarskim finansijskim institucijama (u daljem tekstu: Zakon o bankama, MFI i NBFI), članu 3. Zakona 05/L-045 o osiguranju i/ili kako je definisano u nastavku za potrebe ove Uredbe:
  - 1.1 **finansijska usluga** - znači finansijske delatnosti dozvoljene pružiocima finansijskih usluga prema Zakonu o bankama, MFI i NBFI ili klasama osiguranja dozvoljenim Zakonom o osiguranju;
  - 1.2 **pružalac finansijskih usluga** - znači svaka banka, osiguravač, mikrofinansijska institucija i nebankarska finansijska institucija ili njihove filijale licencirana/registrovana od strane CBK-a;

- 1.3 **klijent** - znači svako lice koje koristi ili ima koristi od finansijskih usluga koje pružaju pružaoci finansijskih usluga;
- 1.4 **reklamiranje u elektronskim medijima** - znači reklamiranje na radio i televizijskim programima, kao i na programima po mogućnosti i zahtevu, preko elektronskih komunikacionih mreža u zamenu za plaćanje ili druge oblike nadoknade;
- 1.5 **reklamiranje u pisanim medijima** – znači reklamiranje u dnevnoj i periodičnoj štampi i drugim štampanim sredstvima javnog informisanja kao i digitalnim izdanjima ovih medija i/ili drugim sredstvima informisanja – koja su identična štampanom izdanju i dostupna klijentima na internetu;
- 1.6 **reklamiranje na terenu** – znači reklamiranje putem odgovarajućih sredstava za prenošenje reklamne poruke javnosti, postavljene u otvorenom prostoru i dostupne javnosti, i/ili i neodređenom broju korisnika informacije (reklamni pano - table, banderole, ekran, svetleće oznake, itd.);
- 1.7 **online/virtualno reklamiranje** - znači reklamiranje na internet stranici, društvenoj mreži, u raznim aplikacijama ili putem drugog vida online/virtualne komunikacije;
- 1.8 **unutrašnje reklamiranje** - znači prenošenje reklamne poruke putem plakata, panoa, brošura, knjižica, letaka itd., koji se postavljaju i/ili distribuiraju u kancelarijama pružaoca finansijskih usluga i njegovih poslovnih partnera (npr. povezane finansijske institucije, trgovci, itd.) i/ili drugim zatvorenim javnim prostorima (npr. trgovački centri, aerodromi, autobuske stanice, sredstva javnog prevoza, itd.);
- 1.9 **direktno reklamiranje** - znači prenošenje reklamne poruke određenoj grupi klijenata ili individualno određenom klijentu putem nekoliko oblika kao što su: reklamiranje na daljinu, putem dostave poštanskog pisma kući ili u određenim stambenim ili poslovnim prostorijama, elektronskom poštom ili bilo kojim drugim oblikom direktne elektronske komunikacije (korišćenje aplikacija kao što su Viber, WhatsApp itd.) ili direktnim kontaktom, dostavljanjem materijala koji sadrži reklamnu poruku ili na drugi način, putem lične komunikacije (prezentacija, promocija, putem telefona, SMS poruka, itd.);
- 1.10 **reklamna poruka** - znači informativni sadržaj reklamiranja, bez obzira na oblik, način ili sredstvo prenošenja;
- 1.11 **prenosilac reklamne poruke:** znači entitet koji distribuira reklamnu poruku sredstvima koja poseduje, medijima preko kojih objavljuje ili domenom kojeg je registrovao, ili entitet koji ima pravo korišćenja ili neko drugo pravo nad tim sredstvima i oblastima na osnovu kojih je ovlašćen da distribuira reklamne poruke, kao i organizator javnih događaja i događaja na kojima se reklamne poruke distribuiraju;
- 1.12 **reklamna izjava** - znači dokument koji sadrži podatke koji identifikuju pružaoca finansijskih usluga kao oglašivača njihovih reklamiranja, prenosioca reklamne poruke, sadržaj reklamne poruke i predviđeni period i način reklamiranja koju oglašivač podnosi prenosiocu reklamne poruke.

### Član 3.

#### Opšti uslovi i načela reklamiranja

1. Finansijske usluge moraju se jasno i razumno reklamirati klijentima i reklamiranje ne treba sadržati netačne informacije i/ili informacije koje mogu zavesti i/ili dezorijentirati klijenta u pogledu uslova i specifičnosti korišćenja takvih usluga.
2. Radi ispunjenja obaveza iz stava 1. ovog člana, pružalac finansijskih usluga mora se pridržavati sledećih načela reklamiranja finansijskih usluga:
  - 2.1 jasna identifikacija pružaoca finansijskih usluga;
  - 2.2 istinitost informacija u reklamnoj poruci;
  - 2.3 transparentnost informacija u reklamnoj poruci;
  - 2.4 usklađivanje informacije u reklamnoj poruci;
  - 2.5 prikladnost sadržaja i poštovanje profesionalne etike.
3. Načelo *jasne identifikacije pružaoca finansijskih usluga* znači da reklamna poruka mora jasno i nedvosmisleno identifikovati pružaoca finansijskih usluga čije se usluge promovišu tom porukom navodeći naziv njegovog poslovanja, njegovu skraćenicu, naziv kompanije i/ili logo ili znak trgovačke marke.
4. Načelo *istinitosti informacija u reklamnoj poruci* znači da informacije sadržane u reklamnoj poruci moraju biti tačne i ažurne, a njihovo prezentovanje ne sme da obmanjuje, dezorijentira ili da ima priliku da obmanjuje klijenta i/ili da iskrivi činjenice. Sledeće će se posebno smatrati u suprotnosti sa ovim načelom:
  - 4.1 uticaj na pogled klijenata o finansijskim uslugama ili pružaocu finansijskih usluga promovisanih u reklami izazivajući nejasnoću, preuveličavanja ili isključenja prilikom predstavljanja informacija;
  - 4.2 predstavljanje, u reklamnoj poruci, prava klijenta kao posebne pogodnosti ili prednosti koje se klijentu pruža od strane pružaoca finansijskih usluga;
  - 4.3 izjava (čak i ako je tačna) da će promovisana finansijska usluga biti dostupna na ograničeno vreme, ili da će biti dostupna pod određenim uslovima na ograničeno vreme, što stvara utisak koji obmanjuje ili je verovatno da će obmanuti klijenta o dostupnosti usluge sa istim ili sličnim karakteristikama kako bi uticao na klijenta da odmah odluči da zaključi sporazum za takvu uslugu;
  - 4.4 izjava da će promovisana finansijska usluga biti dostupna na ograničeno vreme, ili da će biti dostupna pod posebnim uslovima na određeno vreme, tako da se klijentu ne pruža mogućnost da ima dovoljno vremena da izvrši izbor na osnovu informacije dobijene pre odlučivanja da zaključi sporazum za takvu uslugu.
5. Načelo *transparentnosti informacije u reklamnoj poruci* znači da poruka ne sme da zaobilazi ili sakrije informacije potrebne za jasno ocenjivanje, u svakom posebnom slučaju, karakteristike finansijskih usluga koje je u toj poruci istaknuo pružalac finansijskih usluga.
  - 5.1 Informacija na koju se odnosi ovaj stav znači naročito:
    - 5.1.1 Informacija o kriterijumima koje treba ispuniti za zaključivanje sporazuma o finansijskoj usluzi sa karakteristikama navedenim u reklamnoj poruci (npr. obavezna kupovina drugih finansijskih ili platnih usluga, minimalni period

verodostojnosti za klijente ili drugi kriterijumi koji, ako nisu ispunjeni, mogu ograničiti pristup finansijskoj usluzi sa tako istaknutim karakteristikama);

5.1.2 informacija o zabranama i ograničenjima i/ili ograničenjima u pogledu pružanja finansijske usluge, npr. u pogledu iznosa koji se može posuditi ili deponovati prema uslovima promocije.

5.2 U suprotnosti sa načelom utvrđenom u ovom stavu, posebno će se smatrati reklama koja:

5.2.1 sa stanovišta klijenta ne uspeva da objasni vrstu finansijske usluge i/ili njenu prirodu ili svrhu;

5.2.2 promovise određene finansijske usluge sa različitim karakteristikama (takozvani paketi usluga) sa malim razlikama koje onemogućavaju klijenta da jasno razlikuje te usluge i/ili određuje koje su usluge uključene u paket usluga;

5.2.3 pruža promocione uslove, ali isključuje ili prikriva važnost takve ponude;

5.2.4 pruža finansijsku uslugu koja omogućava klijentu da smanji mesečnu ratu za određeni period (bilo u „grejs“ periodu, produženju roka otplate itd.), ali isključuje ili prikriva informacije o načinu kako se dobija takvo sniženje;

5.2.5 pruža finansijsku uslugu čija nabavka omogućava klijentu pristup dodatnim uslugama pružaoca finansijskih usluga ili pribavljanje određenih pogodnosti, ali isključuje ili prikriva informacije o tarifama i provizijama vezanim za takve dodatne usluge ili isključuje ili prikriva informacije koje bi klijent trebalo da u slučaju prestanka korišćenja takvih dodatnih usluga, vrati dobit i/ili nadoknadi pružaocu finansijskih usluga u slučaju prevremenog raskida sporazuma pre isteka minimalnog roka lojalnosti dogovorenog sa pružaocem finansijskih usluga.

6. Načelo *usklađivanja informacije u reklamnoj poruci* znači da informacija iz stava 5.1 ovog člana mora se što više uskladiti sa karakteristikama finansijske usluge navedene od strane pružaoca finansijskih usluga u toj poruci.

7. Načelo *prikladnosti sadržaja i poštovanja profesionalne etike* znači da reklamna poruka ne bi trebala da sadrži vizuelne izjave ili prezentacije koje se mogu smatrati uvredljivim, diskriminatorskim ili suprotnim sa dobrim poslovnim praksama za pravilnu konkurenciju i profesionalnu etiku.

7.1 U suprotnosti sa dobrim praksama poslovanja za pravilnu konkurenciju i profesionalnu etiku posebno će se smatrati vizuelne izjave i prezentacije koje:

7.1.1 pozivaju na bojkotovanje drugog pružaoca finansijskih usluga i/ili prekidanju ili uspostavljanju odnosa sa drugim takvim pružaocem;

7.1.2 zloupotrebljavaju ugled drugog pružaoca finansijskih usluga ili prezentaciju oznaka koji identifikuju ili izdvajaju takvog pružaoca, ili sadrže vizuelne izjave ili prezentacije koje su štetne ili bi mogle biti štetne za pružaoca sličnih finansijskih usluga;

7.1.3 otkrivaju ili obezvređuju oznake, proizvode, usluge ili aktivnosti koje identifikuju drugog pružaoca finansijskih usluga kao i okolnosti u kojima je taj pružalac finansijskih usluga;

- 7.1.4 otkrivaju činjenice ili okolnosti koje se odnose na pružaoca finansijskih usluga promovisanih u reklamnoj poruci (kao što je zemlja porekla osnivača ili njegovog vlasnika, nepoverenje u prethodni period, članstvo u grupi koju nadgleda strani regulatorni organ) tako da klijentu mogu dati utisak da su drugi pružaoci finansijskih usluga i/ili njihovi proizvodi i usluge manje pouzdani ili sigurni;
- 7.1.5 predstavljaju finansijsku uslugu na zbunjujući način i/ili na način koji sprečava njeno razlikovanje od finansijskih usluga, trgovačkih marki i oznaka drugog pružaoca finansijskih usluga.

#### **Član 4.**

##### **Uslovi za posebne oblike reklamiranja**

1. Emitovanje reklamne poruke u elektronskim medijima treba da traje toliko da klijentu omogući pravilno čitanje i/ili slušanje sadržaja poruke.
2. Reklamiranje reklamne poruke na internetu putem vizuelne i/ili audio slike ili oboje zajedno treba da traje dovoljno da klijentu omogući pravilno čitanje i/ili slušanje sadržaja poruke.
3. Za reklame na internetu koje imaju isključivo sadržaj kratkog oblika (npr. parole, obaveštenja itd.) informacije iz člana 3. tačka 5.1 ove Uredbe mogu se ukloniti iz reklamne poruke pod uslovom da poruka sadrži direktnu vezu na službenu stranicu koja sadrži takve informacije koje su istaknutije od karakteristika finansijskih usluga koje je u toj poruci istakao pružalac finansijskih usluga.
4. Tekst sadržan u reklamnoj poruci koja se prenosi na elektronskim medijima ili internetu kao i reklamna poruka objavljena u štampanim medijima i distribuirana u reklamama na otvorenom, zatvorenom prostoru ili putem direktnog reklamiranja, mora biti napisan slovima (ili drugim znakovima) u skladu sa članom 6. ove Uredbe.
5. Tekst na koji se odnose stavovi 3. i 4. ovog člana treba da sadrži sledeći format:
  - 5.1 Dodatne informacije dostupne su na (zvaničnoj veb stranici pružaoca finansijskih usluga)", "Za dodatne informacije molimo vas pozovite (broj telefona pružaoca finansijskih usluga)", "Za dodatne informacije posetite (naziv pružaoca finansijskih usluga)", "Saznajte više putem (zvanične veb stranice pružaoca finansijskih usluga i/ili broja telefona pružaoca finansijskih usluga)" ili slično.
  - 5.2 Reklamna poruka i/ili tekst na koji se odnose stavovi ovog člana može sadržati izraze navedene u nastavku samo prema uslovima:
    - 5.2.1 "*bez kamate*", "*0% kamate*" ili slične fraze, mogu se koristiti samo ako klijent ne plaća kamatu i ako se svi uslovi sporazuma o kreditu ili drugih finansijskih usluga i sve naknade i provizije (gde efektivna kamatna stopa nije 0%), trebaju reklamirati davajući im jednak značaj;
    - 5.2.2 "*bez troškova*", "*besplatno*", "*nula tarifa*", "*nula troškova*", ili slične fraze, mogu se koristiti samo ako se od klijenta ne naplaćuje nikakva kamata, tarifa ili druga provizija i ako pristup kreditu ili drugim sporazumima finansijskih usluga nije uslovljen zaključenjem bilo kojeg drugog sporazuma ili događaja koji uzrokuju naknade ili stvaraju druge obaveze za klijenta;

- 5.2.3 *"bez početnog depozita"* ili slične fraze, mogu se koristiti samo ako se nijedno prethodno plaćanje ne plaća od strane klijenta kao uslov za korišćenje kredita ili druge finansijske usluge;
- 5.2.4 *"garantovano odobrenje"* ili slično, mogu se koristiti samo ako pristup jednom kreditu ili drugom sporazumu o finansijskim uslugama nije uslovljen kreditnim izveštajem zajmoprimca ili drugim zahtevima;
- 5.2.5 *"ponuda"*, *"poklon"* ili slične fraze, mogu se koristiti samo ako ne postoje uslovi ili okolnosti koji zahtevaju od klijenta da nadoknadi ili vrati korist koja mu je stavljena na raspolaganje tokom završetka sporazuma o finansijskoj usluzi;
- 5.2.6 *"vrat ćemo vam novac"* ili slične fraze, mogu se koristiti samo ako se sredstva uplaćena od strane klijenta u potpunosti vraćaju;
- 5.2.7 *"na naš trošak"*, *"mi ćemo platiti"* ili slične fraze, mogu se koristiti samo ako pružaoc finansijskih usluga u potpunosti snosi troškove ili snosi deo troškova, pod uslovom da se troškovi koje snosi klijent reklamiraju davajući im isti značaj;
- 5.2.8 *"novi klijent"* ili slične fraze, bez dodatnih informacija, mogu se koristiti samo ako je jedini uslov za zaključivanje sporazuma o finansijskim uslugama da klijent nema postojeći sporazum o finansijskim uslugama i/ili platnim uslugama sa tim pružaocem finansijskih usluga u trenutku zaključivanja sporazuma;
- 5.2.9 *"najniža na tržištu"*, *"najviša na tržištu"*, *"najbolji uslovi na tržištu"* ili slične fraze, mogu se koristiti samo ako se opravdavaju od strane pružaoca finansijskih usluga.

## **Član 5.**

### **Uslovi reklamiranja za specifične finansijske usluge**

1. Reklamna poruka kojom se promovišu finansijske usluge pružene na osnovu sporazuma o kreditu, izdavanju i korišćenju kreditnih kartica, odobrenju o dozvoljenom prekoračenju i drugih kreditnih usluga, koje sadrže kamatnu stopu ili bilo koji drugi numerički podatak koji se odnosi na cenu ili prihod, takođe treba da sadrži jedan primer sa jasnim i tačnim podacima i o:
  - 1.1 vrsti kredita;
  - 1.2 nivou i promenljivosti godišnje nominalne kamatne stope;
  - 1.3 efektivnoj kamatnoj stopi (koja se treba prikazati jasnije od drugih podataka);
  - 1.4 valuti u kojoj je dozvoljen kredit;
  - 1.5 vremenski period za koji se dozvoljava kredit;
  - 1.6 ukupnom iznosu kredita koji će klijent vratiti na kraju ugovornog perioda;
  - 1.7 svim troškovima koje će platiti klijent.
2. Stav 1. ovog člana sprovodiće se i na reklamnu poruku koja promovise usluge davanja zajma, izdavanja kreditnih kartica ili ovlašćenja o dozvoljenom prekoračenju pruženih od strane pružaoca platnih usluga ili izdavalaca elektronskog novca – osim banaka.

3. Reklamna poruka koja promovise bankarske usluge osigurane sporazumom o depozitu, koja sadrži kamatnu stopu ili druge numeričke podatke koji se odnose na cenu ili prihode, takođe treba da sadrži jedan reprezentativni primer sa jasnim i tačnim podacima o:
  - 1.1 vrsti depozita;
  - 1.2 nivou i promenljivosti godišnje nominalne kamatne stope;
  - 1.3 efektivnoj kamatnoj stopi (koja se treba prikazati jasnije od drugih podataka);
  - 1.4 valuti u kojoj je postignut sporazum o depozitu;
  - 1.5 vremenskom periodu za koji je postignut sporazum o depozitu;
  - 1.6 ukupnom iznosu koji će klijent dobiti do kraja ugovornog perioda;
  - 1.7 svim troškovima koji će se platiti od strane klijenta, uključujući i troškove koji bi nastali u slučaju prevremenog povlačenja depozita.
4. Reklamna poruka navedena u stavu 3. ovog člana neće sadržati kamatnu stopu koja nije garantovana i/ili koja ne dozvoljava kapitalizaciju kamate tokom celog roka depozita.
5. Reklamna poruka koja promovise usluge lizinga pružene na osnovu sporazuma o lizingu, koja sadrži kamatnu stopu ili druge numeričke podatke koje se odnose na cenu, takođe treba da sadrži jedan reprezentativni primer sa jasnim i tačnim podacima o:
  - 5.1 sredstvima lizinga;
  - 5.2 nivou i promenljivosti godišnje nominalne kamatne stope;
  - 5.3 efektivnoj kamatnoj stopi (koja se treba prikazati jasnije od drugih podataka);
  - 5.4 valuti u kojoj je postignut sporazum o lizingu;
  - 5.5 vremenskom periodu za koji je postignut sporazum o lizingu;
  - 5.6 ukupnom iznosu kupovine sredstva lizinga iznosu pretplate i iznosu neto finansiranja;
  - 5.7 broju i iznosu rata lizinga, kao i periodu u kome se trebaju otplatiti (mesečno, tromesečno i sl.);
  - 5.8 svim troškovima koji se trebaju platiti od strane klijenta.
6. Izuzetno od odredbe u stavovima 1. do 5. ovog člana, kod reklamiranja na internetu koji isključivo ima sadržaj u kratkom obliku (npr. baneri, saopštenja itd.), reprezentativni primer sa podacima prema gore navedenim stavovima ne mora nužno biti prikazan u samom tekstu reklamne poruke, pod uslovom da takva poruka sadrži direktan link sa zvaničnom veb stranicom koja sadrži odgovarajući primer.
7. U slučajevima o kojima se odnosi stav 6. ovog člana, tekst reklamne poruke mora sadržati frazu: "reprezentativni primer možete pronaći na (zvaničnoj veb stranici pružaoca finansijskih usluga)" ili slično, gde slova (ili drugi karakteri) trebaju biti u skladu sa veličinom slova prema članu 6. ove Uredbe i trebaju biti uočljiviji od karakteristika finansijske usluge istaknute u toj poruci od strane pružaoca finansijskih usluga.

## **Član 6.** **Veličina slova**

1. Pružalac finansijskih usluga treba se osigurati da veličina slova koja se koristi u svim oblicima reklamiranja pruženih klijentima bude:
  - 1.1 jasno čitljiva;
  - 1.2 odgovarajuća vrsti dokumenta i informacije korišćene u tom dokumentu.
2. Pružalac usluga treba uzeti u obzir format i medijum koji se koristi za reklamiranje, kao i treba biti svestan da će se predložena reklama pojaviti u svom konačnom formatu. To je zato što se u nekim slučajevima veličina slova može biti prikazana dosta vidljivo u nekoliko formata jedne reklame, ali može biti teško čitljiva od strane drugih. Na primer, jedna reklama na jednoj reklamnoj tabli ili javnom prevozu može zahtevati da se glavna informacija prikaže istaknutije nego što je potrebno za istu reklamu u štampanom medijumu.

## **Član 7.**

### **Obaveze i odgovornosti pružaoca finansijskih usluga u vezi sa reklamnom porukom**

1. Pružaoci finansijskih usluga trebaju imati dovoljno resursa i procesa kako bi osigurali sprovođenje odredbi ove Uredbe, uključujući i kontinuirano nadgledanje reklamiranja, redovnu procenu kampanji reklamiranja i vođenje dokumentovanih beleški o obavljanju ovih procena.
2. Pružalac finansijskih usluga biće odgovoran za sve radnje prenosioca poruke reklamiranja, kao i za svaki njegov propust u vezi sa reklamiranjem finansijskih usluga pružaoca koji je predmet ove Uredbe.
3. Pružalac finansijskih usluga treba se osigurati da ugovor zaključen sa prenosiocem reklamne poruke jasno i precizno definiše obaveze ugovornih strana u cilju osiguranja poštovanja odredbi ove Uredbe od strane pružaoca, i svaki takav ugovor treba da sadrži odredbu koja omogućava pružaoцу finansijskih usluga jednostrano ukidanje ugovora, ako se to zahteva od strane CBK-a.
4. Ako se tokom postupka nadzora od strane CBK-a utvrdi da pružalac finansijskih usluga nije poštovao ovu Uredbu, CBK može postupati u skladu sa članom 8. ove Uredbe za preduzimanje mera ili izricanje kazni.
5. Pružalac finansijskih usluga treba čuvati tekst i podatke reklamiranja do tri godine nakon završetka reklamiranja i da bude u mogućnosti da ih u bilo kom trenutku predstavi na zahtev CBK-a.

## **Član 8.**

### **Povrede, korektivne mere**

Svaka povreda odredbi ove Uredbe biće predmet korektivnih mera, administrativnih kazni i civilnih kazni, kao što je utvrđeno Zakonom o Centralnoj banci Republike Kosovo, Zakonu o bankama, mikrofinansijskim institucijama i nebankarskim finansijskim institucijama i Zakonom o osiguranju.



**Član 9.**  
**Stupanje na snagu**

Ova Uredba stupa na snagu 15 dana nakon usvajanja od strane CBK-a.

Flamur Mrasori  
Predsednik Odbora Centralne banke Republike Kosovo