

**ASOCIĀCIJAS IETEIKUMI**

**BIEDRIEM UN ASOCIĒTAJIEM BIEDRIEM**

**PAR**

**PATĒRĒTĀJU KREDITĒŠANAS REKLĀMU**

**PATĒRĒTĀJU TIESĪBU AIZSARDZĪBAS LIKUMA 8.<sup>3</sup> PANTS**

2019. gads

## PATĒRĒTĀJU TIESĪBU AIZSARDZĪBAS LIKUMS

### 8.<sup>3</sup> pants. Patērētāju kreditēšanas reklāmas ierobežojumi

(1) Aizliegts reklamēt kreditēšanas pakalpojumus, izņemot gadījumus, kad:

1) to īsteno kredīta devējs vai kredīta starpnieks telpās, kurās tas veic saimniecisko darbību;

2) to īsteno kredīta devēja vai kredīta starpnieka mājaslapā internetā vai tiešsaistes sistēmā, kuru pēc autentifikācijas veikšanas kredīta devējs izmanto pakalpojumu saņemšanai;

3) to īsteno kredīta devēja vai kredīta starpnieka mobilajā lietotnē, kuru pēc autentifikācijas veikšanas patērētājs izmanto kredīta devēja pakalpojumu saņemšanai;

4) to īsteno, personiski uzrunājot iespējamo klientu klātienē vai telefoniski, ja patērētājs tam piekrīt;

5) to īsteno pasta vai elektroniskos sūtījumos patērētājam, ja patērētājs nepārprotami iepriekš piekritis tos saņemt;

6) ar kreditēšanu nesaistītas preces vai pakalpojuma reklāmā, izņemot reklāmu televīzijā vai radio, persona, kas nav kredīta devējs vai kredīta starpnieks, sniedz informāciju par iespēju apmaksu finansēt ar kreditēšanas līguma starpniecību.

(2) Šā panta pirmā daļa neattiecas uz kreditēšanas pakalpojumu sniedzēja zīmolvārda reklāmu. Kreditēšanas pakalpojumu sniedzēju zīmolvārda, tai skaitā sponsorēšanas, reklāma ir aizliegta sabiedriskā pasūtījuma ietvaros radio vai televīzijā īstenotos projektos, kas finansēti no valsts vai pašvaldības budžeta līdzekļiem.

*(04.10.2018. likuma redakcijā, kas stājas spēkā 01.01.2019. Pants stājas spēkā 01.07.2019. Sk. Pārejas noteikumu 34. punktu)*

## A. Vispārīgi apsvērumi

Finanšu nozares asociācija (turpmāk – Asociācija) apzinās, ka atbildīga patērētāju kreditēšana ietver sevī virkni principu, kuri attiecas arī uz patērētāju kreditēšanas reklāmu. Tā ne tikai nedrīkst veicināt bezatbildīgu aizņemšanos, bet likumdevējs, pieņemot Patērētāju tiesību aizsardzības likuma (turpmāk – PTAL) 8.<sup>3</sup> pantu, ir atzinis nepieciešamību ierobežot kreditēšanas reklāmu pat neatkarīgi no tā, vai tā veicina bezatbildīgu aizņemšanos, vai ne.

Asociācija apzinās, ka PTAL 8.<sup>3</sup> pants ir nepilnīga tiesību norma, tomēr atbilstoši juridiskajai metodei un obstrukcijas aizlieguma principam tiesību normas interpretācijā ir jāizmanto saprātīgā likumdevēja prezumpcija un jāvadās no tādas interpretācijas, kas, saglabājot likuma mērķi, nepamatoti neierobežo citu personu, tostarp pašu patērētāju, tiesības un likumiskās intereses, kā arī nodrošina konkurences iespējas kreditēšanas pakalpojumu tirgū. **Šaubu gadījumā tiek izvēlēta piesardzīgākā interpretācija.**

PTAL 8.<sup>3</sup> pants paredz vispārēju kreditēšanas pakalpojumu reklāmas aizliegumu, tālāk tekstā paredzot izņēmumus no tā. Ja nav atbilstības izņēmumam, reklāma nav atļauta.

Nav aizliegta tādu kreditēšanas pakalpojumu reklāma, kas nav adresēta patērētājiem.

Nav ieteicams reklamēt kredītmaksājumu apdrošināšanu ārpus PTAL 8.<sup>3</sup> pantā noteiktā, jo tas netieši veicinātu kredītu izmantošanu.

Likumdevēja mērķis ir bijis atļaut patērētāju kreditēšanas pakalpojumu reklāmu kredīta devēja kontrolētos kanālos (mājaslapa, telpas, tiešā komunikācija), bet ierobežot medijos, vides reklāmās, lai novērstu situācijas, kad patērētājs saskaras ar šo reklāmu nejauši vai bez izteiktas gribas.

Vietās, kurās ir aizliegta konkrētu kreditēšanas produktu reklāma, ir atļauta kredīta devēja zīmolvārda (logo, preču zīme) izvietošana, izņemot sabiedriskos medijus vai medijus tajos gadījumos, kad tie īsteno sabiedrisko pasūtījumu. Asociācija iesaka kredīta devējiem neizmantojot zīmolvārdus, kuri atklāti paredz kreditēšanas pakalpojumu reklāmu, un neizmantojot kredītu reklāmu par it kā personu saimniecisko darbību vai citu darbību, faktiski reklamējot patērētājiem adresētus kreditēšanas produktus.

Asociācija apzinās, ka pastāv kredīta devēju logo, kurus izmanto citu finanšu pakalpojumu sniegšanai. Ja tos izmanto skaidri jānorāda, kāda finanšu pakalpojuma (piemēram, apdrošināšana, ieguldījumi, pensiju fondi) sniegšanai tie tiek reklamēti. Tas nozīmē – ja dažādu finanšu pakalpojumu sniegšanai, tostarp patērētāja kreditēšanas pakalpojumu sniegšanai, izmanto vienu zīmolu, tad reklamēt citus finanšu pakalpojumus ar šo zīmolu var arī sabiedriskajos medijos.

PTAL 8.<sup>3</sup> pants neierobežo saukļus, kas tieši nesatur formulējumus par kreditēšanu vai tieši neaicina uz kreditēšanu, bet, piemēram, reklamē pašu kredīta devēju kā uzņēmumu, tā logo, savukārt izmantojot saukļus, kuros nav tieša aicinājuma

patērētājiem izmantot kredītēšanas pakalpojumus, var tikai gadījumos, ja šādi saukļi neraisa asociācijas ar kredītēšanas pakalpojumu.

Tomēr ir jāņem vērā arī aspekts, ka arī **netiešas norādes uz patērētāju kredītēšanu** ir vērtējamas kā patērētāja kredītēšanas pakalpojuma reklāma, piemēram par netiešām norādēm var uzskatīt šādus saukļus: *“kredīta devējs atbalstīs tavus mērķus”*, *“noskaidro savas kredīspējas”*, *“piedāvā iespējas, kad nepieciešams”*, *“finanšu risinājumi bez pārsteigumiem”*.

Kredīta devēju Sociālo tīklu konti ir atļauti, tomēr tajos nedrīkst reklamēt kredītēšanas pakalpojumus. Ja patērētājs pats patīko ziņu vai sociālo tīklu kontu, tas nedod tiesības sūtīt viņam reklāmu par kredītēšanu.

Privātpersonu dalīšanās ar saitēm uz mājaslapu vai dalīšanās ar saitēm nevar tikt ierobežota, ja vien tā nav ar kredīta devēju saistīta persona vai neveic to saimnieciskās darbības ietvaros kredīta devēja labā. Tā šādā gadījumā nav kredīta devēja, bet pašas privātpersonas atbildība un PTAC spēja to kontrolēt. Asociācija aicina kredīta devējus **instruēt savus darbiniekus atturēties no darbības, kas rada neskaidrību par to, kādā statusā viņi rīkojas sociālajos tīklos.**

Kredītkarte visupirms ir maksājuma karte, kurai parasti, bet ne vienmēr, tiek piesaistīts kredītlimits. Tomēr šāda produkta reklamēšanā pastāv ļoti augsts risks, ka šo atzīst par faktisku kredītu izmantošanas veicināšanas reklāmu. Tādēļ maksājumu karšu kā maksāšanas līdzekļa reklāma nav aizliegta. Kredītiestāde kā maksāšanas līdzekli drīkst reklamēt tikai tādu kredītkarti, kurai **netiek piesaistīts kredīta limits.**

**Norēķināšanās iespēja ar maksājumu karti vai karšu grupu kā tāda nav kredītēšanas reklāma.** Sniegt informāciju, ka, maksājot ar maksājumu karti, ir lētāk, ir pieļaujams, ja netiek akcentēta kredītkarte.

Reklāma ārpus kredīta devēja telpām vai mājaslapas nedrīkst veicināt kredītkartes kā kredītēšanas produkta izmantošanu maksājumu veikšanai (šāda reklāma tiek uzskatīta par aicinājumu izmantot kredītlīdzekļus un uz to attiecināmi visi kredītēšanas reklāmu ierobežojošie noteikumi) veikšanai.

Ar kredītēšanu nesaistītas preces vai pakalpojuma reklāmā, izņemot reklāmu televīzijā vai radio (gan sabiedriskajā, gan komerciālajā), var ietvert norādi par to, ka šīs preces vai pakalpojuma iegādi var apmaksāt ar kredīta starpniecību, tomēr šajā gadījumā vizuāli prioritāra ir pati prece vai pakalpojums, kā arī pati informācija ir tulkojama maksimāli šauri – nevis visi aizdevuma būtiskie noteikumi, bet gan tikai iespēja saņemt aizdevumu, tostarp pie konkrēta kredīta devēja.

Patērētāju kredītēšanas reklāma **drīkst ietvert arī kredītu kalkulatorus tirgotāju vai tirdzniecības platformu mājaslapās**, kurās šo precī vai pakalpojumu piedāvā. Kredītu kalkulators ir patērētāja kredītēšanas pakalpojuma reklāma, kuru savā mājas lapā, piemēram, interneta veikalā pie konkrētas preces, drīkst iekļaut preču pārdevēji, vienlaikus norādot sadarbības partnera (kredīta devēja) zīmolvārdu. Kredītu kalkulatorā jābūt iekļautai visai būtiskai skaitliskai informācijai atbilstoši Ministru kabineta 2016. gada 25. oktobra noteikumu Nr. 691 “Noteikumi par patērētāja kredītēšanu” 14.1. - 14.6. apakšpunkta prasībām.

## B. Reklāma ir atļauta, ja

“to īsteno kredīta devējs vai kredīta starpnieks telpās, kurās tas veic saimniecisko darbību.” (1.punkts).

Ar telpām, kurās veic saimniecisko darbību, saprot vietu, kura pieder kredīta devējam/kredīta starpniekam vai ko tas uz cita tiesiskā pamata izmanto saimnieciskās darbības veikšanai pastāvīgi vai īslaicīgi. **Saimnieciskās darbības vieta ir tāda, kurā var iesniegt pieteikumu vai pat noslēgt līgumu kredīta saņemšanai, vai saņemt citus kredītiestādes pakalpojumus, kas nav saistīti kredītēšanu, bet tā nav vieta, kurā sniedz tikai kredītēšanas konsultācijas īslaicīgi.** Tās var būt arī kredīta devēja “back office” telpas. Tās nav telpas, kurās tiek sniegti tieši kredītēšanas pakalpojumi, bet jebkura finanšu iestādes saimnieciskā darbība.

Asociācija neiesaka izmantot kredītēšanas standus tirdzniecības vietās, kas neatrodas norobežotā telpā vai tādā ārtelpā, kas **nav norobežota**, ņemot vērā pieeju, ka patērētājs saskaras ar kredītēšanas reklāmu tad, kad to vēlas, nevis viņam ar šo reklāmu “traucē”. Svarīgs kritērijs ir tieši šis un patērētāja paša interese uzzināt, nevis tas, ka patērētājs nejauši saskaras ar patēriņa kredītu reklāmu.

**Vides reklāma**, tāpat kā uz ārtelpu vērsta reklāma skatlogos, **nav atļauta**, izņemot gadījumu, kad tā atbilst PTAL 8.<sup>3</sup> panta 6. punkta vai otrās daļas prasībām – tirgotājs reklamē preces iegādi ar kredīta starpniecību vai tiek izvietots kredīta devēja zīmolvārds. Informācija bankomāta ekrānā nebūtu uzskatāma par vides reklāmu, bet gan pielīdzināma reklāmai kredīta devēja pakalpojumu saņemšanas vietā. Bankomātu aplīmēšana ar kredītu reklāmām nav pieļaujama, tāpat kā nav pieļaujams, ka banka savā bankomātā izvietotu citu kredīta devēju reklāmu.

Kredīta devēja filiālēs, kurās ir stikla sienas, caur tām var būt redzama telpu iekšienē izvietota patērētāju kredītēšanas pakalpojumu reklāma (pēc iespējas atturoties no šāda pieejas, ka netieši varētu liecināt par likuma pārkāpumu), tomēr tā nedrīkst būt izvietota tā, lai no loga, skatloga vai sienas tā būtu **tieši vērsta uz ārtelpu**.

Tirgotāju telpās izvietot preces iegādi ar kredīta (nomaksas) starpniecību var tikai tad, ja tas atbilst PTAL 8.<sup>3</sup> panta 6. punkta vai otrās daļas prasībām.

### C. Reklāma ir atļauta, ja

**“to īsteno kredīta devēja vai kredīta starpnieka mājaslapā internetā vai tiešsaistes sistēmā, kuru pēc autentifikācijas veikšanas kredīta devējs izmanto pakalpojumu saņemšanai ...**

**... to īsteno kredīta devēja vai kredīta starpnieka mobilajā lietotnē, kuru pēc autentifikācijas veikšanas patērētājs izmanto kredīta devēja pakalpojumu saņemšanai”.**

Kredīta devēja mājaslapa un mobilā lietotne ir primārie reklāmas kanāli elektroniskajā vidē. **Autentifikācija tajās nav obligāta** (bet var tikt piemērota), jo šī prasība attiecas uz tiešsaistes sistēmām, kurām var piekļūt tikai ar autentifikāciju un kuras nav uzskatāmas par mājaslapām, proti, internetbankām. Tādēļ likumdevējs ir ietvēris šo atrunu. Ja ir atļauta reklāma, piemēram, filiālē, tā ir atļauta arī mājaslapā (filiāles informācija elektroniskajā vidē).

Ja nerunājam par internetbankām, likumdevējs nav izvirzījis īpašas prasības autentifikācijas līmenim, tomēr autentifikācijai jāļauj atšķirt unikālais lietotājs.

Mājaslapu vai lietotni var uzskatīt par kredīta devējam piederošu, ja tajā ir skaidri norādīta saistība ar konkrēto kredīta devēju. To var uzturēt arī cita persona.

Citu tiesību subjektu – tirgotāju – mājaslapās izvietotā patērētāju kreditēšanas pakalpojumu reklāma ir pieļaujama tikai tad, ja tā izriet no PTAL 8.<sup>3</sup> panta pirmās daļas 6. punkta vai otrās daļas.

Kredīta starpnieku un tirgotāju mājaslapās, kas nav kredīta devēja mājaslapa un kurā reklamē patērētāju kreditēšanu, nevar ievietot (pārnest) visu kredīta devēja mājas lapas logu, bet gan tikai zīmolvārdu. Tur drīkst ievietot tikai norādi uz iespēju preces/pakalpojuma finansējumu ar kreditēšanas līguma starpniecību, norādot konkrētu/-us kredītu devēju zīmolvārdus. Arī kredīta starpnieki kā informāciju par savu sadarbības partneri var norādīt kredītu devēju zīmolvārdu.

**Salīdzināšanas platformu mājaslapas ir atļautas, ja tās ir kredīta devēji, kredīta starpnieki, nevis jebkura trešā persona.**

**Par reklāmu uzskatāma arī reklāmas apmaksā meklēšanas platformās (google, yandex).** Meklētāju rezultātu saturs un secība, par ko kredīta devējs nemaksā un ko viņš pats tur neievieto, bet to atspoguļo meklētājs kā jebkuru citu mājaslapu, nav regulēta ar PTAL 8.<sup>3</sup> pantu. Kredīta devējs nedrīkst veikt darbības, lai šīs platformas pielāgotu tādā veidā, ka tā ir informācijas sniegšana vairāk nekā tikai tā izrietētu no parastas platformas algoritma darbības bez kredīta devēja iejaukšanās.

Ja kreditēšanas pakalpojumus savā rakstā min **viedokļu līderis (influenceri)**, tad tā ir atļauta tikai tad, ja pašu darbību klasificē kā reklāmu, kurā tiek reklamēta prece, kuru var iegādāties ar kredīta starpniecību. Citādi nedrīkstētu būt ietverta tieša atsauce izmantot tieši kādu konkrētu kreditēšanas pakalpojumu vai minēt tā nosacījumus. Ja šāda sadarbība notiek, tai jābūt skaidri un atklāti definētai, norādot uz kredīta devēja zīmolvārdu.

**Blogā ietverta reklāma** (nevis tikai viedoklis vai pētniecība, kas nav reklāma) pakļaujas PTAL 8.<sup>3</sup> panta noteikumiem, proti, kāda trešā persona blogā, kas nav kredīta devēja mājaslapa vai lietotne, nevar reklamēt patērētāju kreditēšanas

pakalpojumus. Ja tas notiek minētajās vietās vai tikai no tām, tad šādi blogi un reklāma ir pieļaujama.

**Partnermārketing**s ir atļauts, ja tiek izmantota saite ar logo, tostarp maksājot partneriem par to, ka saite tiek izmantota pēc iespējas biežāk. Materiālam, saistībā ar kuru partneris izvieto saiti, pašam jāatbilst ierobežojumiem, ko un kā drīkst reklamēt saistībā ar patērētāju kreditēšanas pakalpojumus reklāmu. Piemēram, šajās lapās, ja viņi nav kredīta starpnieki, nedrīkst ietvert detalizētu informāciju par kredīta nosacījumiem.

Nav ieteicams, ka kredīta devējs apmaksā rakstus publicēšanai medijos par viņa piedāvātajiem patērētājiem paredzētajiem kredītiem, statistiku par tiem tieši viena kredīta devēja kontekstā. Ja statistiski dati vai novērojumu par patērētāju kreditēšanu un konkrētiem produktiem tirgū kopumā tiek publicēti kā **nozares datu apkopojums** vai **žurnālista veikta darba rezultāts** (parasti – neatkarīga redakcijas politika un kredīta devēju pārstāvju atbildes uz žurnālista jautājumiem), šo darbību neierobežo PTAL 8.<sup>3</sup> pants.

#### D. Reklāma ir atļauta, ja

“to īsteno, personiski uzrunājot iespējamo klientu klātienē vai telefoniski, ja patērētājs tam piekrīt...

... to īsteno pasta vai elektroniskos sūtījumos patērētājam, ja patērētājs nepārprotami iepriekš piekritis tos saņemt

Pasta vai elektronisku sūtījumu gadījumā iepriekš jābūt saņemtai patērētāja piekrišanai saņemt komerciālus paziņojumus par kredīta devēja pakalpojumiem, un šai piekrišanai jābūt sniegtai tieši kredīta devējam vai kredīta starpniekam, nevis elektroniskā pasta pakalpojumu sniedzējam. Saziņas pa telefonu gadījumā piekrišana šāda veida reklāmas saņemšanai jau ir sniegta iepriekš, bet patērētājs var atteikties uzturēt sarunu. **“Auksto zvanu” piemērošana ir diskutabla, tāpēc nav ieteicama.** Piekrišanas saņemšana pati par sevi nav reklāma, jo tajā tiek jautāts “vai”, nevis sniegta informācija par pašu kreditēšanas pakalpojumu saturu.



## E. Reklāma ir atļauta

“ar kreditēšanu nesaistītas preces vai pakalpojuma reklāmā, izņemot reklāmu televīzijā vai radio, persona, kas nav kredīta devējs vai kredīta starpnieks, sniedz informāciju par iespēju apmaksāt finansēt ar kreditēšanas līguma starpniecību” (6.punkts).

Ar kreditēšanu nesaistītas preces vai pakalpojuma reklāmā, izņemot reklāmu televīzijā vai radio (gan sabiedriskajā, gan komerciālajā), var ietvert norādi par to, ka šīs preces vai pakalpojuma iegādi var apmaksāt ar kredīta starpniecību, tomēr šajā gadījumā vizuāli prioritāra ir pati prece vai pakalpojums. **Šī reklāma var ietvert kredītu kalkulatorus tirgotāju mājaslapās, kurās šo precī vai pakalpojumu piedāvā.**

Jāņem vērā, ka vārdi “informācija par iespēju” **jātulko pēc iespējas šauri**, proti, tie drīkst piemēroti tikai šādos veidos: norāda zīmolu (piemēram, autosalonā pie pārdodamās mašīnas norāda pieejamo kredīta devēju zīmolus, bet papildu informāciju var iegūt, jautājot pēc papildu bukleta, vai sekojot saitei mājaslapā uz kredīta devēja mājaslapu). Nav pieļaujama reklāma, kurā tirgotājs norādītu, ka *“visām precēm 0% kredīts”*. Informācija ir individualizēta un sasaistīta tikai ar kādu precī. Prece vai pakalpojums ir prioritārs šajā reklāmā iepretim kreditēšanai, kas ir sekundāra.

Ja tirgotājs norāda, ka iespējams piesaistīt kredītu preces cenas apmaksai, tad interneta vidē tas ir kredīta devēja logo, saite uz kredīta devēja mājaslapu un/vai kredīta kalkulators mājaslapā internetā. **Tirgotāja tirdzniecības telpās kredīta mēneša maksājuma cena vai procentu likmes pie preces vai skatlogā nenorāda, bet tās ir pieejamas, ja klients par tām vēlas uzzināt.** Tirdzniecības vietā un/vai pie preces var būt informācija par faktu, ka to var iegādāties ar kredīta starpniecību, tostarp kredīta devēja logo veidolā.

Patērētāju kreditēšanā ir svarīga studentu un studējošo kreditēšana, ko veic saskaņā ar valsts noteiktu īpašu kārtību. PTAL 8.<sup>3</sup> panta pirmās daļas 6. punkts ir attiecināms arī uz gadījumiem, kad jebkura **augstskola vai vidējās izglītības mācību iestāde aicina kredīta devējus sniegt studentiem un skolēniem informāciju konkrētā telpā, kā tie var sākt vai turpināt studijas (pakalpojums) ar attiecīga kredīta starpniecību.**

**F. Reklāmas aizliegums neattiecas uz kreditēšanas pakalpojumu sniedzēja zīmolvārda reklāmu (panta otrā daļa).**

**Jēdziens zīmolvārds** ir lietots Maksājumu pakalpojumu un elektriskās naudas likumā. Atbilstoši Eiropas Parlamenta un Padomes 2015. gada 29. aprīļa regulas (ES) Nr. 2015/751 par starpbanku komisijas maksām, ko piemēro kartēm piesaistītiem maksājumu darījumiem tas aptver jebkuru materiālu vai digitālu nosaukumu, jēdzienu, zīmi, simbolu vai to kombināciju, tostarp logo vai preču zīmi (ne visi logo var būt reģistrēti kā preču zīmes). Kredīta devēji drīkst izvietot savus logo banneros interneta mājaslapās, kas tālāk ved uz viņu mājaslapām. Pie šī logo var būt teksts, kas nesatur aicinājumu kreditēt vai vārdu kreditēšana jebkādā tā formā.

**G. Kreditēšanas pakalpojumu sniedzēju zīmolvārda, tai skaitā sponsorēšanas, reklāma ir aizliegta sabiedriskā pasūtījuma ietvaros radio vai televīzijā īstenotos projektos, kas finansēti no valsts vai pašvaldības budžeta līdzekļiem.**

Aizliegums aptver gan sponsorēšanu (logo izvietojumu kā pateicību par atbalstu pasākumam), gan reklāmu, kas apmaksāta tieši medijam.

Aizliegums neattiecas uz gadījumu, kad televīzijas raidījuma ierakstā vai tiešraidē attiecīgajā vidē redzams kāds kredīta devēja zīmolvārds, tomēr tas nav iekļauts kā reklāma vai sponsorēšanas pasākums tieši pašam medijam (piemēram, kultūras raidījumā par jaunu koncertzāli uz AB dambja redzama arī *Swedbank* ēka, vai sporta sacensībās uz sportistu krekla ir kādas bankas logo).

Aizliegums neattiecas uz kredītiestāžu zīmolvārdiem, kas ietverti atvasinātos nosaukumos (*piemēram, "Swedbank apdrošināšana"*).

Aizliegums neattiecas uz sabiedriskajiem un komerciālajiem medijiem, kad tie neīsteno sabiedrisko pasūtījumu.

Ja kredīta devējs tomēr sponsorē raidījumu sabiedriskajā medijā, sabiedriskajam medijam ir pienākums norādīt to, ka raidījums ir sponsorēts. Savukārt PTAL aizliedz izmantot zīmolvārdu šādam mērķim. No tā izriet, ka arī sponsorēšana nebūtu pieļaujama, ja medijs nevar izpildīt pienākumu informēt par sponsorētāju.

Izstrādājot kreditēšanas pakalpojuma reklāmu, vizuālais atainojums jāizstrādā kopsakarā ar tekstuālo daļu, piemēram, ja kredītiestāde vēlas reklamēt sevi kā profesionāli nozarē ar ilggadēju pieredzi, kas piedāvā dažādus pakalpojumus un, piemēram, izdevīgus nosacījumus juridiskām personām, tad fonā nebūtu jāatspoguļo remonts, ceļojumi, seniori, bērni, jo šis ir vizuālais saturs, kas tiek adresēts fizisku personu kreditēšanai personīgajam patēriņam nevis saimnieciskai darbībai vai juridiskai personai. Tāpat jāatzīmē, ka, ja tiek veidota **juridiskas personas kreditēšanas reklāma**, tad adresātam jābūt tikpat izceltam un pamanāmam kā īpašajam piedāvājumam, nevis norādītam maziem, nepamanāmiem burtiem piedāvājuma beigās.