

Közel másfélszeresére emelkedett a versenyfelügyeleti bírság az Időskori Biztonság biztosítást népszerűsítő reklámok miatt

Egy korábbi versenyhatósági döntés felülvizsgálatát követően a Gazdasági Versenyhivatal jelentősen megemelte az időskorúakat célzó megtévesztő reklámok miatt kiszabott bírságot, amelyet a biztosítás ügynökének, illetve a terméket nyújtó biztosítótársaságnak kell megfizetnie.

A Gazdasági Versenyhivatal 2015 decemberében úgy döntött, hogy a gibraltári székhelyű Red Sands Life Company (Europe) Limited által nyújtott és a 4Life Direct Kft. által közvetített Időskori Biztonság életbiztosítás reklámkampányával a két vállalkozás megtévesztette a megcélzott időskorú fogyasztókat 2012 decembere és 2015 májusa között, mert félretájékoztatta őket a biztosítást nyújtó vállalkozás kilétét tekintve (azt a látszatot keltette, hogy a szolgáltatást a 4Life Direct Kft. nyújtja, és nem a Magyarországon képviselettel és fiókkal sem rendelkező Red Sands Life Assurance Company (Europe) Limited.), illetve arról is, hogy a biztosítás minden konstrukciója érdemi anyagi segítséget jelenthet-e a temetési és egyéb költségek fedezéséhez.

A reklámozó társaságok fellebbezése nyomán a Kúria megalapozottnak ítélte a Versenyhivatal döntését, ám arra kötelezte a Hivatalt, hogy új eljárásban külön vizsgáljon minden egyes reklámeszközt és értékelje, hogy azok megtévesztők voltak-e.

A megismételt eljárásban a GVH újfent megállapította, hogy a legtöbb, jelentős költségekkel közzétett reklám („*Akár 3,5 millió forint készpénz, ami segíthet a temetkezési vagy más váratlan kiadásokban... már napi 100 Ft-tól...*”) megtévesztően sugallta, hogy a biztosítás minden konstrukcióban érdemi segítséget jelent a temetési és egyéb költségek fedezéséhez, miközben az alacsonyabb havi díjakkal elérhető 50.000, illetve 100.000 Ft-os kifizetések nem voltak arányosak a hirdetésekben hivatkozott akár milliós nagyságrendű temetési és egyéb ráfordításokkal.

A GVH új döntésében ugyanakkor nem találta jogsértőnek néhány rövidebb, kisebb költségű televíziós reklám, valamint SMS-ek, e-DM levelek, teletext szövegek, Google Adwords hirdetések, szórólapok üzeneteit, mert azok nem tartalmaztak ígéretet hasonló nagyságrendű érdemi segítségre minden biztosított után.

A megismételt eljárásban a GVH mintegy 50 millió forinttal magasabb bírságot rótt ki: a függő ügynök 4Life Direct Kft.-vel szemben 61.500.000 Ft-ot, a Red Sands Life Assurance Company (Europe) Limited biztosítóval szemben pedig 88.500.000 Ft-ot. A kirótt összegek növekedését indokolta, hogy

- a hatóságnak – figyelemmel a Kúria iránymutatására – magasabb reklámköltségeket kellett figyelembe vennie a bírságok számításánál,
- a GVH bírságolási gyakorlatát rögzítő, jelenleg hatályos ún. bírságközlemény a korábbinál pontosabban rögzíti az enyhítő és súlyosító körülmények körét, valamint azok figyelembe vehető mértékeit,
- az érintett termék sajátosságainak köszönhetően időközben nőtték a vállalkozások bevételei és azok aránya is változott, így kétszeresére nőtt a bírság maximálisan kiszabható összege a négy évvel korábbihoz képest.

Az ügy hivatali nyilvántartási száma: **VJ/1/2019.**

Budapest, 2020. január 10.

Gazdasági Versenyhivatal

Információ a sajtó részére:

sajto@gvh.hu

<http://www.gvh.hu>

tel: (+36-30) 180-2060

További információk:

GVH Ügyfélszolgálat

tel: (+36-1) 472-8851

e-mail: ugyfelszolgalat@gvh.hu

<http://www.gvh.hu>