



## FINANTSINSPEKTSIOON

Kõik Kindlustusseltsid  
Kõik Kindlustusmaaklerid  
Eesti Kindlustusseltside Liit  
Eesti Kindlustusmaaklerite Liit

04.11.2014 nr 4.11-3.3/3719

### Märgukiri

Lugupeetud äriühingu esindaja,

Reklaamiseaduse (RekS) § 30 lg 2 punkti 4 kohaselt teostab Finantsinspeksioon järelevalvet reklaamiseaduse 2. peatükis ja §-s 29 sätestatud nõuete järgimise üle Finantsinspeksiooni seaduses nimetatud finantsjärelevalve subjektide poolt klientidele osutatavate finantsteenuste reklaami osas.

Kindlustustegevuse seaduse (KindlTS) § 167 lg 1 kohaselt teostab Finantsinspeksioon järelevalvet Eestis kindlustustegevusega ning vahendusega tegeleva isiku, samuti kindlustusandjas olulist osalust omava isiku ning kolmanda isiku, kellele on vastavalt käesoleva seaduse §-le 65 kindlustustegevusega seotud tegevused edasi antud, tegevuse vastavuse üle käesolevale seadusele ja muudele nende tegevust reguleerivatele õigusaktidele.

Finantsinspeksiooni pöördumise ajendiks on asjaolu, et viimasel ajal on kindlustussektoris (nii kindlustusandjate kui ka kindlustusvahendajate puhul) täheldatud mitmeid puudusi reklaamimisel. Siikohal toome üldistatud kujul mõned näited, mis Finantsinspeksiooni hinnangul kvalifitseeruvad kui näited *halvast praktikast*.

#### 1. Finantsteenuste reklaamis puuduvad kohustuslikud elemendid:

- i. Finantsteenuste reklaamis puudub RekS § 29 lg-st 2 nõutav üleskutse tutvuda finantsteenuse tingimustega ning vajaduse korral konsulteerida asjatundjaga.
- ii. Finantsteenuste reklaamis puudub RekS § 3 lg-st 2 nõutav reklaami tellija nimi, tema registreerimisel olev või registreeritud Eesti või Euroopa Ühenduse kaubamärk või domeeninimi.

Eelpool välja toodud elemendid on kohustuslikud igas reklaamis, mis kvalifitseerub RekS § 29 lg 1 tähenduses finantsteenuste reklaamiks. Tulenevalt reklaamiseadusest mitte reklaamina käsitatakse vaid reklaami, mis vastab RekS § 2 lg-s 2 nimetatud tingimustele.

Täiendavad selgitused üleskutse avalikustamise osas on käsitletud Tarbijakaitseametis juhendis „Juhend finantsteenuse reklaami nõuete täitmiseks“, mille:

- punkti 5.2.1 kohaselt tuleb üleskutse lisada igasugusele finantsteenuse reklaamile ning variatsioonid üleskutse sõnastuses on lubatavad juhul, kui kasutatav sõnastus täidab üleskutse eesmärki;

- punkti 5.1.3 kohaselt tuleb eraldi etappidena ilmutada reklaamide puhul arvestada sellega, et finantsteenuse reklaami kohustuslik teave on vajalik esitada kõikidel etappidel ning kohustuslik teave peab olema tuvastatav esimesest reklaamikandjast alates.

2. Kindlustusmaaklerite turundustegevus kindlustusvahenduse ja/või kindlustustoodete reklaamimisel:
  - i. Reklaamlausete stiilis *Võidad kuni X%* - reklaamis kasutamise korral ei selgu, millest pakutav soodustus tekib, kas kindlustusteenuselt või kindlustusvahenduselt ning millega võrreldes soodustus tekib;
  - ii. Reklaamlausete stiilis *soodsam* või isegi *soodsaim kindlustusleping* – reklaamis kasutamise korral ei selgu, millega võrreldes soodustus tekib ning kuidas on *soodsaima* puhul see kliendile tagatud.

Finantsinspeksioon soovib juhtida tähelepanu, et hinna osas pakutavate soodustuste ning võrdluste reklaamid peavad olema kontrollitavad, vastasel juhul kannavad need eksitavuse ohtu RekS § 4 tähenduses. Reklaamitava soodustuse alus ja ulatus peab olema kontrollitav ja läbipaistev. Kindlustusmaakler peab reklaamimisel arvestama, et ta ei pruugi kontrollida kindlustusseltsi poolt pakutavat lõpphinda, samuti kindlustusmaakler ei pruugi vahendada kõiki turul tegutsevaid kindlustusandjaid, mis ei luba maakleril oma vahenduskanalit reklaamida, kui "soodsaim" või maakleril tuleb sellega arvestada vmt. Samuti peab maakler oma tegevuses arvestama, et tema poolt vahendatavad kindlustusteenused lähtuvad kindlustushuvi väljaselgitamise ja sellega arvestamise kohustusest, st pakkumused on personaalsed ning lõplik teenuse hind on sellest sõltuv. Käesolevas punktis näitena esitatud reklaamsõnumite kasutamine Finantsinspeksiooni hinnangul ei ole üldjuhul lubatav, va juhul kui kindlustusmaakler suudab tagada reklaamsõnumi absoluutse kooskõla tegelikkusega.

Igasugused võrdlusomadustega reklaamid peavad vastama RekS §-le 5 sätestatud nõuetele, st ei tohi kahjustada konkurenti ning tulenevalt RekS § 5 lg-st 3 täitma ka muid nõudeid: reklaamis sisalduv kauba või teenuse tavapärasest erinevale pakkumisele viitav võrdlus peab sisaldama teavet sellise pakkumise lõppkuupäeva, teenuse kättesaadavuse ning pakkumise muude eritingimuste kohta. Kui reklaami avalikustamisel tavapärasest erinev pakkumine ei ole veel alanud, peab reklaamis sisalduma ka sellise pakkumise algkuupäev.

Finantsinspeksioon on ka varasemalt juhtinud kindlustusmaaklerite reklaamitegevuses tähelepanu järgmistele asjaoludele:

- i. Kindlustusmaakleri poolt klientidele osutatud teenus on vastavalt KindITS § 129 lg-le 1 kindlustuslepingute vahendamine, mistõttu võib ja peab seda ka iga reklaami koostamisel silmas pidama.
- ii. Kindlustustoodete parimast hinnast lähtuv reklaamimine võib kindlustusmaakleri tegevuse puhul olla vastuolus KindITS § 129 lg 1 ja § 141 nõuetega. KindITS § 141 sätestab kindlustuslepingu vahendamisele esitatavad nõuded. Vastavalt nimetatud sätte sisule ja mõttele ning ka KindITS § 129 lg-le 1 peab kindlustusmaakler oma tegevuses lähtuma kindlustusvõtja kindlustushuvist ja nõudmistest kindlustuslepingule. Parima kindlustuspakkumuse väljavalimise aluseks on seega eelkõige kindlustusvõtja kindlustushuvi, millise väljaselgitamine peab olema toimunud sõltumatult ja objektiivselt. Parima pakkumuse soovimine peab olema toimunud kindlustushuvi väljaselgitamise järgselt ja pakkumus peab arvestama kõiki kindlustuslepingu olulisi tingimusi. Vastasel juhul on kindlustusmaakleri kaalutus reklaamimisel hinna alusel vaid enda turundustegevusest lähtuv ja kliendi huvid parimale kindlustuslepingule võivad olla kallutatud ja tegelikke huve mitte arvestavad. Seetõttu ei pruugi kindlustusmaakleri tegevus olla vastavuses temale seadusega sätestatud hoolekohustuse nõuetega.

### 3. Kompleksreklaamid, sh koostöös partneritega avalikustatud reklaamid.

Kompleksreklaam on käesoleva kirja tähenduses reklaam, kus on avalikustatud mitme erineva teenuse osutaja poolt osutatavad finantsteenused (nt laenu ja kodukindlustuse reklaam) ning reklaam, mis on avalikustatud muu koostööpartneri vahendusel (nt reisikindlustuse reklaam koostöös reisibürooga).

Finantsinspeksioon soovib juhtida tähelepanu asjaolule, et ükskõik mis formaadis ja/või kelle algatusel finantsteenuse reklaam avalikustatud on, peab see vastama reklaamiseaduses sätestatud nõuetele, eelkõige peab ka kompleksreklaamidest selguma, kes on teenuse osutaja (RekS § 3 lg 2) ning reklaam peab sisaldama üleskutset (RekS § 29 lg 2).

Kokkuvõtvalt soovis Finantsinspeksioon veelkord juhtida tähelepanu finantsteenuste reklaamile reklaamiseaduses kehtestatud nõuetele ning viidata näidete ning täiendavate selgituste kaudu seni kindlustussektoris avalikustatud reklaamides esinenud puudustele.

Juhime tähelepanu, et vastutus reklaamiseaduse nõuete rikkumise eest tuleneb RekS 6. peatükis sätestatust. RekS § 33 lg 1 kohaselt on reklaami üldnõudeid rikkuva reklaami tellimise, teostamise või avalikustamise eest ettenähtud karistus rahatrahviga kuni 300 trahviühikut ning RekS § 33 lg 2 kohaselt on juriidilise isiku rahatrahvi suuruseks kuni 3200 eur. Alates 01.01.2015. a muutub juriidilise isiku rahatrahvi suuruseks 10 000 eurot.

Lugupidamisega

/allkirjastatud digitaalselt/

Andres Kurgpõld  
Juhatuse liige

Julia Bezrukova 6680 526  
[julia.bezrukova@fi.ee](mailto:julia.bezrukova@fi.ee)

