

# Generel konkurrenceretlig ramme for Forsikrings- selskabernes Markedsføringsforenings virke

## **1 Indledning**

Når konkurrenter mødes, skal der udvises særlig agtpågivenhed for at sikre, at konkurrencereglerne iagttages.

Forsikrings-selskabernes Markedsføringsforening har bl.a. til formål at give medlemmerne adgang til indbyrdes drøftelse af generelle markedsføringsforhold inden for forsikringsbranchen gennem afholdelse af arrangementer med eksterne oplægsholdere og inddragelse af medlemmernes generelle erfaringer. Dette indebærer risiko for udveksling af følsomme, fortrolige og ikke-historiske oplysninger, hvilket kan være i strid med konkurrencereglerne.

Med henblik på at sikre, at Forsikrings-selskabernes Markedsføringsforenings medlemmer altid i foreningens virke agerer i overensstemmelse med konkurrencereglerne, er nærværende konkurrenceretlige ramme udarbejdet. Der er tale om generelle retningslinjer, og der vil altid skulle foretages en konkret vurdering af en given informationsudveksling i hvert enkelt tilfælde. I denne vurdering indgår ligeledes markedsstrukturen, oplysningernes omfang og detaljeringsgrad samt udvekslingernes hyppighed.

## **2 Retsreglerne**

Konkurrencelovens § 6 og EF-traktatens artikel 81 forbyder aftaler, vedtagelser og samordnet praksis mellem virksomheder, der direkte eller indirekte har til formål eller til følge at begrænse konkurrencen.

Virksomheder er ikke som følge af forbudet mod konkurrencebegrænsende aftaler berøvet muligheden for at agere intelligent i markedet, herunder i forhold til konkurrenter. Det er imidlertid en forudsætning, at hver virksomhed fastlægger

sin fremtidige strategi i forhold til leverandører, konkurrenter og kunder uafhængigt af sine konkurrenter.

Dette indebærer, at udveksling af information mellem konkurrenter, hvorved usikkerheden om de andres markedsadfærd fjernes eller mindskes væsentligt, vil være omfattet af forbudet mod konkurrencebegrænsende aftaler m.v.

### **3 Generelle retningslinjer**

Konkurrenters generelle udveksling af information krænker ikke i sig selv konkurrencereglerne. Kun hvis udvekslingen frembyder visse karakteristiske træk falder de inden for forbudets anvendelsesområde. Forretningsmæssigt følsomme oplysninger, der normalt anses for fortrolige oplysninger og som ikke historisk ligger nogen tid tilbage, kan således som udgangspunkt ikke udveksles.

Forretningsmæssig følsom information er bl.a. oplysninger, hvorved deltagerne direkte eller indirekte oplyser om egen produktion, salg, salgspriser, omkostninger eller markedsføringsplaner, der gør det muligt for konkurrenterne at inddrage denne adfærd i egen beslutningsproces og handle afhængigt heraf.

Fortrolig information er information, der ikke er gjort offentlig tilgængelig, f.eks. via virksomhedens hjemmeside, i årsrapporter eller lignende. Udveksling af allerede kendte oplysninger vil kunne krænke konkurrencereglerne, hvis dette letter adgangen til oplysningerne eller hvis formålet med udvekslingen har været at etablere eller opretholde en samordnet praksis.

På et tidspunkt overgår information fra at være relevant forretningsmæssig følsom og fortrolig information til at være historisk information, som ikke i konkurrenceretlig forstand har nogen direkte indflydelse på den fremtidige adfærd. Jo mere specifik og aktuel informationen er, desto større indflydelse på den fremtidige adfærd formodes informationen at have. Den tidsmæssige ramme kan være fra et par måneder eller flere år afhængig af den konkrete information. Såfremt udvekslingen sker vedvarende over en længere periode, anses information som hovedregel ikke historisk.

Hvert medlem skal sikre, at hverken vedkommende selv eller andre medlemmer i Forsikringsselskabernes Markedsføringsforenings virke udveksler oplysninger, der direkte eller indirekte afslører deres nuværende eller fremtidige markedsføringsplaner eller markedsføringsstrategi. Dette omfatter også oplysninger om

udgifter til reklamer, branding og generel markedsføring samt information om, hvem markedsføringen er rettet mod.

#### **4 Mistanke om krænkelse af konkurrencereglerne**

Ved mistanke om krænkelse af konkurrencereglerne i forbindelse med Forsikringsselskabernes Markedsføringsforenings møder, skal bestyrelsen skriftligt og uden ugrundet ophold underrettes.