



Coletânea da Jurisprudência

ACÓRDÃO DO TRIBUNAL DE JUSTIÇA (Quinta Secção)

14 de novembro de 2024*

«Reenvio prejudicial — Proteção dos consumidores — Diretiva 2005/29/CE — Artigo 2.º, alínea j), artigos 5.º, 8.º e 9.º — Conceito de “consumidor médio” — Práticas comerciais desleais das empresas em relação aos consumidores — Conceito de “prática comercial agressiva” — Venda associada de um empréstimo pessoal e de um produto de seguros não ligado a esse empréstimo — Orientação das informações prestadas ao consumidor — Conceito de “*framing*” (enquadramento) — Práticas comerciais que consistem em propor simultaneamente a um consumidor um empréstimo pessoal e um produto de seguro não ligado a esse empréstimo — Prazo de reflexão de sete dias entre a assinatura do contrato de mútuo e do contrato de seguro — Inexistência de um período de reflexão entre a data de assinatura dos contratos de mútuo e do contrato de seguro — Diretiva (UE) 2016/97 — Artigo 24.º»

No processo C-646/22

que tem por objeto um pedido de decisão prejudicial apresentado, nos termos do artigo 267.º TFUE, pelo Consiglio di Stato (Conselho de Estado, em formação jurisdicional, Itália), por Decisão de 10 de outubro de 2022, que deu entrada no Tribunal de Justiça em 13 de outubro de 2022, no processo

Compass Banca SpA

contra

Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato,

sendo intervenientes:

Metlife Europe Dac,

Metlife Europe Insurance Dac,

Europ Assistance Italia SpA,

O TRIBUNAL DE JUSTIÇA (Quinta Secção),

composto por: I. Jarukaitis, presidente da Quarta Secção, exercendo funções de presidente da Quinta Secção, E. Regan e Z. Csehi (relator), juízes,

advogado-geral: N. Emiliou,

* Língua do processo: italiano.

secretário: A. Calot Escobar,

vistos os autos,

vistas as observações apresentadas:

- em representação da Compass Banca SpA, por F. Caronna, D. Gallo, E. A. Raffaelli, M. Siragusa, E. Teti, G. Vercillo e A. Zoppini, avvocati,
- em representação da Europ Assistance Italia SpA, por P. Fattori, A. Lirosi e A. Pera, avvocati,
- em representação do Governo Italiano, por G. Palmieri, na qualidade de agente, assistida por A. Collabolletta e P. Gentili, avvocati dello Stato,
- em representação da Comissão Europeia, por D. Recchia, N. Ruiz García e H. Tserepa-Lacombe, na qualidade de agentes,

ouvidas as conclusões do advogado-geral na audiência de 25 de abril de 2024,

profere o presente

Acórdão

- 1 O pedido de decisão prejudicial tem por objeto a interpretação do artigo 2.º, alínea j), e os artigos 8.º e 9.º da Diretiva 2005/29/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 11 de maio de 2005, relativa às práticas comerciais desleais das empresas face aos consumidores no mercado interno e que altera a Diretiva 84/450/CEE do Conselho, as Diretivas 97/7/CE, 98/27/CE e 2002/65/CE do Parlamento Europeu e do Conselho e o Regulamento (CE) n.º 2006/2004 do Parlamento Europeu e do Conselho («Diretiva relativa às práticas comerciais desleais») (JO 2005, L 149, p. 22), e do artigo 24.º, n.º 3, da Diretiva (UE) 2016/97 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 20 de janeiro de 2016, sobre a distribuição de seguros (JO 2016, L 26, p. 19).
- 2 Este pedido foi apresentado no âmbito de um litígio que opõe a Compass Banca SpA à Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (Autoridade da Concorrência e do Mercado, Itália) (a seguir «AGCM»), a respeito da anulação das decisões da AGCM relativas a uma prática comercial dessa sociedade.

Quadro jurídico

Direito da União

Diretiva 2005/29

3 Os considerandos 7, 11, 13, 14, 17, 18 e 21 da Diretiva 2005/29 enunciam:

«(7) A presente diretiva refere-se a práticas comerciais relacionadas com o propósito de influenciar diretamente as decisões de transação dos consumidores em relação a produtos. [...]

[...]

(11) O elevado nível de convergência atingido pela aproximação das disposições nacionais através da presente diretiva cria um elevado nível comum de defesa dos consumidores. A presente diretiva estabelece uma proibição geral única das práticas comerciais desleais que distorcem o comportamento económico dos consumidores. Também prevê disposições sobre práticas comerciais agressivas, que não estão atualmente reguladas ao nível da Comunidade.

[...]

(13) A fim de realizar os objetivos comunitários através da supressão dos entraves ao mercado interno, é necessário substituir as cláusulas gerais e princípios jurídicos divergentes em vigor nos Estados-Membros. Deste modo, a proibição geral comum e única estabelecida na presente diretiva abrange as práticas comerciais desleais que distorcem o comportamento económico dos consumidores. A fim de estimular a confiança dos consumidores, a proibição geral deverá aplicar-se da mesma forma a práticas comerciais desleais que ocorram fora de qualquer relação contratual entre um profissional e um consumidor, ou na sequência da celebração de um contrato e durante a sua execução. A proibição geral é concretizada por disposições sobre os dois tipos de práticas comerciais que são de longe as mais comuns, ou seja, as práticas comerciais enganosas e as práticas comerciais agressivas.

(14) Seria desejável que as práticas comerciais enganosas abrangessem aquelas práticas, incluindo a publicidade enganosa, que, induzindo em erro o consumidor, o impedem de efetuar uma escolha esclarecida e, deste modo, eficiente. [...] A abordagem de harmonização plena definida na presente diretiva não obsta a que os Estados-Membros especifiquem nas respetivas legislações nacionais as características principais de determinados produtos como, por exemplo, os artigos de coleção ou artigos elétricos, cuja omissão seria substancial num convite a contratar. [...]

[...]

(17) É desejável que essas práticas comerciais consideradas desleais em quaisquer circunstâncias sejam identificadas por forma a proporcionar segurança jurídica acrescida. Por conseguinte, o anexo I contém uma lista exaustiva dessas práticas. Estas são as únicas práticas comerciais que podem ser consideradas desleais sem recurso a uma avaliação casuística nos termos dos artigos 5.º a 9.º A lista só poderá ser alterada mediante revisão da presente diretiva.

- (18) É conveniente proteger todos os consumidores das práticas comerciais desleais. Todavia, o Tribunal de Justiça considerou necessário, nas decisões sobre casos de publicidade após a aprovação da Diretiva 84/450/CEE [do Conselho, de 10 de setembro de 1984, relativa à aproximação das disposições legislativas, regulamentares e administrativas dos Estados-Membros em matéria de publicidade enganosa (JO 1984, L 250, p. 17)], analisar quais são os efeitos produzidos num consumidor ideal típico. De acordo com o princípio da proporcionalidade, e a fim de possibilitar a aplicação efetiva das proteções previstas na mesma, a presente diretiva utiliza como marco de referência o critério do consumidor médio, normalmente informado e razoavelmente atento e [avisado], tendo em conta fatores de ordem social, cultural e linguística, tal como interpretado pelo Tribunal de Justiça, mas prevê também disposições que têm por fim evitar a exploração de consumidores que pelas suas características são particularmente vulneráveis a práticas comerciais desleais. [...] O critério do consumidor médio não é estatístico. Os tribunais e as autoridades nacionais terão de exercer a sua faculdade de julgamento, tendo em conta a jurisprudência do Tribunal de Justiça, para determinar a reação típica do consumidor médio num determinado caso.

[...]

- (21) As pessoas ou organizações, que, de acordo com a legislação nacional, tenham um interesse legítimo na matéria, devem poder reagir contra as práticas comerciais desleais, quer perante um tribunal, quer perante uma autoridade administrativa competente para decidir as queixas ou para mover os procedimentos legais adequados. Embora caiba à legislação nacional determinar o ónus da prova, é conveniente permitir que os tribunais e as autoridades administrativas possam exigir que os profissionais apresentem provas respeitantes à exatidão dos factos que tenham alegado.»

- 4 O artigo 1.º desta diretiva, sob a epígrafe «Objetivo», dispõe:

«A presente diretiva tem por objetivo contribuir para o funcionamento correto do mercado interno e alcançar um elevado nível de defesa dos consumidores através da aproximação das disposições legislativas, regulamentares e administrativas dos Estados-Membros relativas às práticas comerciais desleais que lesam os interesses económicos dos consumidores.»

- 5 Nos termos do artigo 2.º da referida diretiva, sob a epígrafe «Definições»:

«Para efeitos do disposto na presente diretiva, entende-se por:

[...]

- b) “Profissional”: qualquer pessoa singular ou coletiva que, no que respeita às práticas comerciais abrangidas pela presente diretiva, atue no âmbito da sua atividade comercial, industrial, artesanal ou profissional e quem atue em nome ou por conta desse profissional;

[...]

- d) “Práticas comerciais das empresas face aos consumidores” (a seguir designadas também por ‘práticas comerciais’): qualquer ação, omissão, conduta ou afirmação e as comunicações comerciais, incluindo a publicidade e o *marketing*, por parte de um profissional, em relação direta com a promoção, a venda ou o fornecimento de um produto aos consumidores;

e) “Distorcer substancialmente o comportamento económico dos consumidores”: utilização de uma prática comercial que prejudique sensivelmente a aptidão do consumidor para tomar uma decisão esclarecida, conduzindo-o, por conseguinte, a tomar uma decisão de transação que não teria tomado de outro modo;

[...]

j) “Influência indevida”: a utilização pelo profissional de uma posição de poder para pressionar o consumidor, mesmo sem recurso ou ameaça de recurso à força física, de forma que limita significativamente a capacidade de o consumidor tomar uma decisão esclarecida;

k) “Decisão de transação”: a decisão tomada por um consumidor sobre a questão de saber se, como e em que condições adquirir, pagar integral ou parcialmente, conservar ou alienar um produto ou exercer outro direito contratual em relação ao produto, independentemente de o consumidor decidir agir ou abster-se de agir;

[...]»

6 O artigo 3.º da mesma diretiva, sob a epígrafe «Âmbito de aplicação», prevê, nos seus n.ºs 4 e 9:

«4. Em caso de conflito entre as disposições da presente diretiva e outras normas comunitárias que regulem aspetos específicos das práticas comerciais desleais, estas últimas prevalecem, aplicando-se a esses aspetos específicos.

[...]

9. Em relação aos “serviços financeiros”, tal como definidos na Diretiva 2002/65/CE [do Parlamento Europeu e do Conselho, de 23 de setembro de 2002, relativa à comercialização à distância de serviços financeiros prestados a consumidores e que altera as Diretivas 90/619/CEE do Conselho, 97/7/CE e 98/27/CE (JO 2002, L 271, p. 16)], e bens imóveis, os Estados-Membros podem impor requisitos mais restritivos ou prescritivos do que os previstos na presente diretiva no domínio que é objeto de aproximação por esta.

[...]»

7 O artigo 4.º da Diretiva 2005/29, sob a epígrafe «Mercado interno», dispõe:

Os Estados-Membros não podem restringir a livre prestação de serviços nem a livre circulação de mercadorias por razões ligadas ao domínio que é objeto de aproximação por força da presente diretiva.»

8 O artigo 5.º desta diretiva, sob a epígrafe «Proibição de práticas comerciais desleais», que figura no capítulo 2 da mesma, intitulado «Práticas comerciais desleais», tem a seguinte redação:

«1. São proibidas as práticas comerciais desleais.

2. Uma prática comercial é desleal se:

a) For contrária às exigências relativas à diligência profissional;

e

b) Distorcer ou for suscetível de distorcer de maneira substancial o comportamento económico, em relação a um produto, do consumidor médio a que se destina ou que afeta, ou do membro médio de um grupo quando a prática comercial for destinada a um determinado grupo de consumidores.

[...]

4. Em especial, são desleais as práticas comerciais:

a) Enganosas, tal como definido nos artigos 6.º e 7.º;

ou

b) Agressivas, tal como definido nos artigos 8.º e 9.º

5. O anexo I inclui a lista das práticas comerciais que são consideradas desleais em quaisquer circunstâncias. A lista é aplicável em todos os Estados-Membros e só pode ser alterada mediante revisão da presente diretiva.»

9 A secção 1, intitulada «Práticas comerciais enganosas», desse capítulo 2, inclui os artigos 6.º e 7.º desta diretiva. Esse artigo 6.º, sob a epígrafe «Ações enganosas», prevê, no seu n.º 1, alínea e):

«É considerada enganosa uma prática comercial se contiver informações falsas, sendo inverídicas ou que por qualquer forma, incluindo a sua apresentação geral, induza ou seja suscetível de induzir em erro o consumidor médio, mesmo que a informação seja factualmente correta, em relação a um ou mais dos elementos a seguir enumerados e que, em ambos os casos, conduza ou seja suscetível de conduzir o consumidor médio a tomar uma decisão de transação que este não teria tomado de outro modo:

[...]

e) A necessidade de um serviço, [...]»

10 O artigo 7.º da mesma diretiva, sob a epígrafe «Omissões enganosas», refere, nos seus n.ºs 1 e 2:

«1. Uma prática comercial é considerada enganosa quando, no seu contexto factual, tendo em conta todas as suas características e circunstâncias e as limitações do meio de comunicação, omita uma informação substancial que, atendendo ao contexto, seja necessária para que o consumidor médio possa tomar uma decisão de transação esclarecida, e, portanto, conduza ou seja suscetível de conduzir o consumidor médio a tomar uma decisão de transação que este não teria tomado de outro modo.

2. Também é considerada uma omissão enganosa a prática comercial em que o profissional, tendo em conta os aspetos descritos no n.º 1, oculte a informação substancial referida no mesmo número ou a apresente de modo pouco claro, ininteligível, ambíguo ou tardio, ou quando não refira a intenção comercial da prática em questão, se esta não se puder depreender do contexto e, em qualquer dos casos, conduza ou seja suscetível de conduzir o consumidor médio a tomar uma decisão de transação que este não teria tomado de outro modo.

[...]»

- 11 A secção 2, intitulada «Práticas comerciais agressivas», do capítulo 2 da Diretiva 2005/29, contém os artigos 8.º e 9.º desta diretiva.
- 12 Nos termos do artigo 8.º desta diretiva, sob a epígrafe «Práticas comerciais agressivas»:

«Uma prática comercial é considerada agressiva se, no caso concreto, tendo em conta todas as suas características e circunstâncias, prejudicar ou for suscetível de prejudicar significativamente, devido a assédio, coação — incluindo o recurso à força física — ou influência indevida, a liberdade de escolha ou o comportamento do consumidor médio em relação a um produto, e, por conseguinte, o conduza ou seja suscetível de o conduzir a tomar uma decisão de transação que este não teria tomado de outro modo.»
- 13 O artigo 9.º desta diretiva, sob a epígrafe «Utilização do assédio, da coação e da influência indevida», dispõe:

«A fim de determinar se uma prática comercial utiliza o assédio, a coação — incluindo o recurso à força física — ou a influência indevida, são tomados em consideração os seguintes elementos:

 - a) O momento e o local em que a prática é aplicada, a sua natureza e a sua persistência;
 - b) O recurso à ameaça ou a linguagem ou comportamento injuriosos;
 - c) O aproveitamento pelo profissional de qualquer infortúnio ou circunstância específica de uma gravidade tal que prejudique a capacidade de decisão do consumidor, de que o profissional tenha conhecimento, com o objetivo de influenciar a decisão do consumidor em relação ao produto;
 - d) Qualquer entrave extracontratual oneroso ou desproporcionado imposto pelo profissional, quando o consumidor pretenda exercer os seus direitos contratuais, incluindo o de resolver um contrato, ou o de trocar de produto ou de profissional;
 - e) Qualquer ameaça de intentar uma ação quando tal não seja legalmente possível.»
- 14 O artigo 11.º, n.º 1, da mesma diretiva, sob a epígrafe «Aplicação», prevê, no seu n.º 1, primeiro parágrafo:

«Os Estados-Membros devem assegurar a existência de meios adequados e eficazes para lutar contra as práticas comerciais desleais, a fim de garantir o cumprimento das disposições da presente diretiva no interesse dos consumidores.»
- 15 Os pontos 24 a 31 do anexo I da Diretiva 2005/29, intitulado «Práticas comerciais consideradas desleais em quaisquer circunstâncias», enumeram e definem as «[p]ráticas comerciais agressivas» como:

«24. Criar a impressão de que o consumidor não poderá deixar o estabelecimento sem que antes tenha sido celebrado um contrato.

25. Contactar o consumidor através de visitas ao seu domicílio, ignorando o pedido daquele para que o profissional parta ou não volte, exceto em circunstâncias e na medida em que haja que fazer cumprir uma obrigação contratual, nos termos do direito nacional.

26. Fazer solicitações persistentes e não solicitadas, por telefone, *fax*, e-mail ou qualquer outro meio de comunicação à distância exceto em circunstâncias e na medida em que haja que fazer cumprir uma obrigação contratual, nos termos do direito nacional. Esta disposição não prejudica o artigo 10.º da Diretiva 97/7/CE [do Parlamento Europeu e do Conselho de 20 de maio de 1997, relativa à proteção dos consumidores em matéria de contratos à distância (JO 1997, L 144, p. 19)] nem as Diretivas 95/46/CE [do Parlamento Europeu e do Conselho, de 24 de outubro de 1995, relativa à proteção das pessoas singulares no que diz respeito ao tratamento de dados pessoais e à livre circulação desses dados (JO 1995, L 281, p. 31)] e 2002/58/CE [do Parlamento Europeu e do Conselho, de 12 de julho de 2002, relativa ao tratamento de dados pessoais e à proteção da privacidade no setor das comunicações eletrónicas (Diretiva relativa à privacidade e às comunicações eletrónicas) (JO 2002, L 201, p. 37)].
27. Obrigar um consumidor que pretenda solicitar uma indemnização ao abrigo de uma apólice de seguro a apresentar documentos que, de acordo com um critério de razoabilidade, não possam ser considerados relevantes para estabelecer a validade do pedido, ou deixar sistematicamente sem resposta a correspondência pertinente, com o objetivo de dissuadir o consumidor do exercício dos seus direitos contratuais.
28. Incluir num anúncio publicitário uma exortação direta às crianças no sentido de estas comprarem ou convencerem os pais ou outros adultos a comprar-lhes os produtos anunciados. Esta disposição não prejudica o artigo 16.º da Diretiva 89/552/CEE [do Conselho, de 3 de outubro de 1989, relativa à coordenação de certas disposições legislativas, regulamentares e administrativas dos Estados-Membros relativas ao exercício de atividades de radiodifusão televisiva (JO 1989, L 298, p. 23)].
29. Exigir o pagamento imediato ou diferido ou a devolução ou a guarda de produtos fornecidos pelo profissional que o consumidor não tinha solicitado, exceto no caso de produtos de substituição fornecidos em conformidade com o n.º 3 do artigo 7.º da Diretiva 97/7/CE (fornecimento não solicitado).
30. Informar explicitamente o consumidor de que a sua recusa em comprar o produto ou serviço põe em perigo o emprego ou a subsistência do profissional.
31. Transmitir a impressão falsa de que o consumidor já ganhou, vai ganhar ou, mediante um determinado ato, irá ganhar um prémio ou outra vantagem quando:
 - não existe qualquer prémio nem vantagem, ou
 - a prática de atos para reclamar o prémio ou a vantagem implica, para o consumidor, pagar um montante em dinheiro ou incorrer num custo.»

Diretiva 2016/97

- 16 O artigo 24.º da Diretiva 2016/97, que tem por epígrafe «Vendas associadas», dispõe, nos seus n.ºs 3 e 7:
 - «3. Caso um produto de seguros seja acessório de um bem ou serviço que não seja um seguro, como parte de um pacote ou do mesmo acordo, o distribuidor de seguros oferece ao cliente a

possibilidade de comprar o bem ou o serviço separadamente. O presente número não se aplica quando um produto de seguros for acessório de um serviço ou atividade de investimento na aceção do artigo 4.º, n.º 1, ponto 2, da Diretiva 2014/65/UE [do Parlamento Europeu e do Conselho, de 15 de maio de 2014, relativa aos mercados de instrumentos financeiros e que altera a Diretiva 2002/92/CE e a Diretiva 2011/61/UE (JO 2014, L 173, p. 349)], um acordo de crédito na aceção do artigo 4.º, ponto 3, da Diretiva 2014/17/UE do Parlamento Europeu e do Conselho[, de 4 de fevereiro de 2014, relativa aos contratos de crédito aos consumidores para imóveis de habitação e que altera as Diretivas 2008/48/CE e 2013/36/UE e o Regulamento (UE) n.º 1093/2010 (JO 2014, L 60, p. 34)] ou uma conta de pagamento na aceção do artigo 2.º, ponto 3, da Diretiva 2014/92/UE do Parlamento Europeu e do Conselho[, de 23 de julho de 2014, relativa à comparabilidade das comissões relacionadas com as contas de pagamento, à mudança de conta de pagamento e ao acesso a contas de pagamento com características básicas (JO 2014, L 257, p. 214)].

[...]

7. Os Estados-Membros podem manter ou adotar medidas adicionais mais rigorosas ou intervir numa base casuística para proibir a venda de seguros, juntamente com um serviço ou produto acessório que não seja um seguro como parte de um pacote ou do mesmo acordo, sempre que possam demonstrar que essas práticas são prejudiciais para os clientes.»

Direito italiano

Código do Consumo

- 17 O artigo 20.º do decreto legislativo n. 206, recante codice del consumo a norma dell'articolo 7 della legge di 29 luglio 2003, n. 229 (Decreto legislativo n.º 206, que aprova o Código do Consumo na Aceção do Artigo 7.º da Lei n.º 229 de 29 de julho de 2003), de 6 de setembro de 2005 (suplemento ordinário da GURI n.º 235, de 8 de outubro de 2005, a seguir «Código do Consumo»), que transpõe a Diretiva 93/13/CEE do Conselho, de 5 de abril de 1993, relativa às cláusulas abusivas nos contratos celebrados com os consumidores (JO 1993, L 95, p. 29), dispõe:

«Uma prática comercial é desleal se for contrária às exigências relativas à diligência profissional e distorcer ou for suscetível de distorcer de maneira substancial o comportamento económico, em relação a um produto, do consumidor médio a que se destina ou que afeta, ou do membro médio de um grupo quando a prática comercial for destinada a um determinado grupo de consumidores.»

- 18 O artigo 24.º deste código, sob a epígrafe «Práticas comerciais agressivas», que transpõe os requisitos contidos no artigo 8.º da Diretiva 2005/29, prevê:

«1. Uma prática comercial é considerada agressiva se, no caso concreto, tendo em conta todas as suas características e circunstâncias, prejudicar ou for suscetível de prejudicar significativamente, devido a assédio, coação — incluindo o recurso à força física — ou influência indevida, a liberdade de escolha ou o comportamento do consumidor médio em relação a um produto, e, por conseguinte, o conduza ou seja suscetível de o conduzir a tomar uma decisão de transação que este não teria tomado de outro modo.

[...]»

Decreto Legislativo n.º 209, de 7 de setembro de 2005

- 19 O artigo 120.º-*quinquies* do decreto legislativo n. 209 — codice delle assicurazioni private (Decreto legislativo n.º 209, que aprova o Código de Seguros Privados), de 7 de setembro de 2005 (suplemento ordinário da GURI n.º 239, de 13 de outubro de 2005), sob a epígrafe «Vendas associadas», tem a seguinte redação:

«1. O distribuidor que oferece um produto de seguros juntamente com um produto ou um serviço acessório que não seja um seguro, como parte de um pacote ou do mesmo acordo, deve informar o cliente se é possível adquirir separadamente os diferentes componentes e, em caso afirmativo, prestar-lhe uma descrição adequada dos diferentes componentes do acordo ou pacote, bem como fornecer-lhe separadamente documentação sobre os custos e os encargos associados a cada um dos componentes.

2. Nas circunstâncias referidas no n.º 1, e caso o risco ou a cobertura resultante do referido acordo ou pacote oferecido a um contratante sejam distintos dos componentes considerados separadamente, o distribuidor de seguros fornece uma descrição adequada dos diferentes componentes do acordo ou pacote e do modo como a respetiva interação modifica o risco ou a cobertura.

3. Caso um produto de seguros seja acessório de um bem ou serviço que não seja um seguro, como parte de um pacote ou do mesmo acordo, o distribuidor de seguros oferece ao cliente a possibilidade de comprar o bem ou o serviço separadamente. O presente número não se aplica quando um produto de seguros for acessório de um serviço ou atividade de investimento na aceção do artigo 1.º, n.º 5, do testo unico dell'intermediazione finanziaria (Texto Unificado da Intermediação Financeira), de um acordo de crédito na aceção do artigo 120.º, n.º 1, alínea c), do testo unico bancario (Texto Unificado Bancário), ou de uma conta de pagamento na aceção do artigo 126.º-*decies* do testo unico bancario.

4. Nos casos referidos nos n.ºs 1 e 3, os distribuidores de seguros especificam ao contratante as razões pelas quais se considera que o produto de seguro que constitui parte integrante do pacote global ou do próprio satisfaz as exigências e as necessidades desse contratante.

5. Nos casos referidos nos n.ºs 1 e 3, tendo em conta o objetivo de proteção dos segurados, o [Istituto per la vigilanza sulle assicurazioni IVASS (Instituto de Supervisão dos Seguros, Itália)] pode, no que respeita à atividade de distribuição de seguros, aplicar as medidas cautelares e proibitivas previstas no presente código, incluindo o poder de proibir a venda, como parte de um pacote ou do mesmo acordo, de um seguro juntamente com um serviço ou um produto diferente do seguro, independentemente do facto de o carácter acessório abranja o seguro ou o serviço ou produto diferente do seguro, quando essa prática for prejudicial para os consumidores. No que se refere aos produtos de investimento de seguros, os poderes referidos são exercidos pelo IVASS e pela [Commissione Nazionale per le Società e la Borsa (Consob) (Comissão Nacional das Sociedades e da Bolsa, Itália)], em conformidade com as respetivas competências.

6. As disposições do presente artigo não se aplicam à distribuição de produtos de seguros que cubram vários tipos de riscos.

7. As presentes disposições anteriores aplicam-se sem prejuízo das previsões do Código do Consumo [...], quando aplicável.»

Litígio no processo principal e questões prejudiciais

- 20 Entre janeiro de 2015 e julho de 2018, a Compass Banca, estabelecida em Itália, propôs aos seus clientes a subscrição de vários tipos de empréstimos pessoais, produtos de seguros que previam a cobertura de determinados riscos não necessariamente ligados a esses empréstimos. Resulta da decisão de reenvio que, mesmo que a subscrição de um seguro não fosse uma condição prévia para a concessão de um empréstimo pessoal, ainda assim era proposta conjuntamente com esse empréstimo.
- 21 Em 13 de setembro de 2018, a AGCM abriu um inquérito para determinar se esta prática comercial era «desleal» na aceção da Diretiva 2005/29.
- 22 No decurso desse inquérito, a Compass Banca apresentou uma proposta de compromissos relativa a uma série de medidas específicas destinadas a tornar mais claro para os consumidores o caráter não obrigatório da subscrição de um seguro não ligado a um empréstimo pessoal. Estas medidas incluíam o alargamento, a todos os clientes, de um direito incondicional de rescisão do contrato de seguro, sem afetar o contrato de mútuo. Em contrapartida, a Compass Banca rejeitou o pedido da AGCM de conceder aos clientes um período de reflexão de sete dias entre a data de assinatura do contrato de mútuo e do contrato de seguro. Considerou que essa medida era desproporcionada e assimétrica, na medida em que não se aplicava a todos os concorrentes.
- 23 Em 11 de março de 2019, a Compass Banca apresentou uma nova proposta de compromissos, que continha outras medidas destinadas, na sua opinião, a produzir um efeito semelhante à estipulação do período de sete dias pedido pela AGCM, tais como a obrigação de contactar os seus clientes sete dias após a assinatura do seu contrato de seguro para lhes pedir que confirmassem se pretendiam manter a apólice de seguro subscrita ao abrigo desse contrato, acrescentando que cobriria o custo do prémio de seguro durante o período correspondente a esses sete dias.
- 24 Por Decisão de 2 de abril de 2019, confirmada em 3 de julho de 2019, a AGCM rejeitou essa proposta de compromissos.
- 25 Por Decisão de 27 de novembro de 2019, comunicada à Compass Banca em 23 de dezembro de 2019, a AGCM declarou que essa sociedade tinha implementado uma prática comercial «agressiva» e, portanto, «desleal», na aceção da Diretiva 2005/29, que consistia na «combinação obrigatória de contratos de empréstimo pessoal com produtos de seguros não relacionados com o crédito». Proibiu a continuação dessa prática e aplicou à Compass Banca uma coima no montante de 4 700 000 euros.
- 26 A Compass Banca interpôs no Tribunale Amministrativo Regionale per il Lazio (Tribunal Administrativo Regional para o Lácio, Itália), recurso das decisões da AGCM referidas nos n.ºs 24 e 25 do presente acórdão, que, pela Sentença n.º 9516/2021, negou provimento ao recurso.
- 27 A Compass Banca interpôs recurso dessa sentença para o Consiglio di Stato (Conselho de Estado, em formação jurisdicional, Itália), que é o órgão jurisdicional de reenvio.
- 28 A Compass Banca alega que a AGCM considerou a sua prática comercial «agressiva» e, portanto, «desleal», na aceção da Diretiva 2005/29, pelo simples facto de consistir na venda associada de empréstimos pessoais e de produtos de seguro, sem apresentar provas concretas do seu caráter «agressivo» à luz das características específicas dessa prática ou das circunstâncias do caso. A

Compass Banca concluiu que a AGCM inverteu de forma injustificada e inaceitável o ónus da prova ao obrigá-la a demonstrar que a sua prática comercial, na realidade, não é «agressiva» na aceção da diretiva.

- 29 A AGCM alega que, ao efetuar vendas associadas de créditos pessoais e produtos de seguros, a Compass Banca influenciou e limitou significativamente a liberdade de escolha dos seus clientes. Considera que a Compass Banca, nomeadamente, não prestou informações aos seus clientes sobre o caráter facultativo do produto de seguro e acrescenta que essa prática não teria sido considerada «agressiva» se tivesse sido concedido aos clientes em causa um prazo de reflexão de sete dias entre a data de assinatura do contrato de empréstimo pessoal e do contrato relativo ao produto de seguros.
- 30 O órgão jurisdicional de reenvio interroga-se, em primeiro lugar, sobre a questão de saber se o conceito de «consumidor médio», na aceção da Diretiva 2005/29, dá peso suficiente à teoria da «racionalidade limitada», que exige a necessidade de uma maior proteção dos consumidores. Segundo esta teoria, as pessoas agem muitas vezes sem dispor de todas as informações necessárias. Assim, e na medida em que estivessem sujeitos nomeadamente a distorções referidas nas ciências cognitivas como de «enquadramento» (*framing*), os consumidores seriam suscetíveis de alterar as suas preferências em função das modalidades de apresentação das ofertas contratuais lhes são feitas e, consequentemente, de tomar decisões irracionais face às que seriam tomadas por uma pessoa normalmente informada e razoavelmente atenta e avisada.
- 31 Em seguida, interroga-se sobre a questão de saber se a prática em causa no processo principal deve ser considerada uma prática comercial «agressiva» e, por conseguinte, «desleal», na aceção da Diretiva 2005/29, na medida em que as propostas comerciais feitas aos consumidores para um contrato de mútuo e para um produto de seguros seriam apresentadas de forma a basearem-se, em substância, numa distorção de «enquadramento» (*framing*) e a levá-los, assim, a acreditar que a concessão do empréstimo pessoal está sujeita à subscrição de um seguro.
- 32 Por último, interroga-se sobre a questão de saber se o artigo 24.º, n.º 3, da Diretiva 2016/97, relativo à venda associada de produtos de seguros com outros produtos, se opõe a que a AGCM proíba uma prática comercial como a da Compass Banca.
- 33 Nestas condições, o Consiglio di Stato (Conselho de Estado, em formação jurisdicional) decidiu suspender a instância e submeter ao Tribunal de Justiça as seguintes questões prejudiciais:
- «1) Deve o conceito de consumidor médio a que se refere a Diretiva [2005/29], entendido como um consumidor normalmente informado e razoavelmente atento e avisado, tendo em conta a sua flexibilidade e a sua indeterminação, ser formulado à luz da melhor ciência e experiência e, por conseguinte, remeter não só para o conceito clássico do *homo oeconomicus* mas também para os contributos das mais recentes [da teoria] sobre a racionalidade limitada que demonstr[ou] o modo como as pessoas atuam, muitas vezes reduzindo as informações necessárias através de decisões “irrazoáveis”, se comparadas com as que seriam tomadas por um sujeito hipoteticamente atento e avisado, contributos que impõem uma maior exigência de proteção dos consumidores no caso, cada vez mais recorrente na moderna dinâmica do mercado, de perigo de influência cognitiva?

- 2) Pode considerar-se agressiva, por si só, uma prática comercial em que, devido ao enquadramento das informações [*framing* (enquadramento)], uma escolha pode parecer imposta e sem alternativa, tendo em conta o artigo 6.º, n.º 1, da Diretiva 2005/29, que considera enganosa uma prática comercial que, seja de que modo for, “incluindo a sua apresentação geral”, induza ou seja suscetível de induzir em erro o consumidor médio?
- 3) A [Diretiva 2005/29] justifica o poder da autoridade nacional da concorrência [depois de observado o perigo de influência psicológica relacionada com: (em primeiro lugar,) a situação de necessidade em que normalmente se encontra quem pede um financiamento (em segundo lugar,) a complexidade dos contratos submetidos à assinatura do consumidor (em terceiro lugar,) o caráter simultâneo das ofertas associadas (em quarto lugar,) a brevidade dos prazos concedidos para a subscrição da oferta], de prever uma derrogação ao princípio que permite fazer ofertas associadas de venda de produtos de seguros e de venda de produtos financeiros sem ligação entre si, impondo um prazo [de reflexão] de 7 dias entre as assinaturas dos dois contratos?
- 4) Relativamente a este poder repressivo das práticas comerciais agressivas, a Diretiva [2016/97], em especial o seu artigo 24.º, n.º 3, opõe-se à adoção de uma decisão da [AGCM] com base nos artigos 2.º, alíneas d) e j), 4.º, 8.º e 9.º da Diretiva 2005/29/CE e da legislação nacional que a transpôs [...] após a rejeição de um pedido de compromisso na sequência da recusa de uma sociedade de serviços de investimento, no caso de venda associada de um produto financeiro e de um produto de seguro sem ligação com o primeiro, e havendo um perigo de influência sobre o consumidor ligado às circunstâncias do caso concreto que resultam também da complexidade da documentação a examinar, em conceder ao consumidor um período de reflexão de 7 dias entre a formulação da oferta associada e a subscrição do contrato de seguro?
- 5) Pode o facto de se considerar que a mera associação de dois produtos financeiros e de seguros é uma prática agressiva, resultar num ato de regulação não permitido e que acaba por impor ao profissional (e não à AGCM, como deveria acontecer) o ónus (difícil de cumprir) de demonstrar que não se trata de uma prática agressiva em violação da Diretiva [2005/29] (tanto mais que a referida diretiva não permite aos Estados-Membros adotar medidas mais restritivas do que as nela definidas, nem sequer para assegurar um nível mais elevado de defesa do consumidor) ou, pelo contrário, essa inversão do ónus da prova não se verifica, desde que, com base em elementos objetivos, se admita um perigo de influência concreta sobre o consumidor que necessita de obter um financiamento perante uma oferta associada complexa?»

Quanto às questões prejudiciais

Quanto à primeira questão

Quanto à admissibilidade

- 34 A Compass Banca manifesta dúvidas quanto à admissibilidade da primeira questão, na medida em que, nessa questão, o conceito de «consumidor médio» é definido de forma diferente da habitualmente adotada, uma vez que toma em consideração o risco de influência cognitiva em detrimento dos consumidores, o que torna a questão hipotética. Com efeito, uma vez que as

decisões impugnadas no processo principal foram adotadas com base nas disposições nacionais que transpõem o artigo 8.º da Diretiva 2005/29 e não o seu artigo 6.º, a consideração desse risco é irrelevante.

- 35 A este respeito, importa recordar que, segundo jurisprudência constante, no âmbito da cooperação entre o Tribunal de Justiça e os órgãos jurisdicionais nacionais instituída pelo artigo 267.º TFUE, o juiz nacional, a quem foi submetido o litígio e que deve assumir a responsabilidade pela decisão judicial a tomar, tem competência exclusiva para apreciar, tendo em conta as especificidades do processo, tanto a necessidade de uma decisão prejudicial para poder proferir a sua decisão como a pertinência das questões que submete ao Tribunal. Consequentemente, desde que as questões submetidas tenham por objeto a interpretação do direito da União, o Tribunal de Justiça é, em princípio, obrigado a pronunciar-se [Acórdão de 7 de fevereiro de 2023, *Confédération paysanne e o. (Mutagénese aleatória in vitro)*, C-688/21, EU:C:2023:75, n.º 32].
- 36 O Tribunal de Justiça só pode recusar pronunciar-se sobre uma questão prejudicial submetida por um órgão jurisdicional nacional se for manifesto que a interpretação do direito da União solicitada não tem nenhuma relação com a realidade ou com o objeto do litígio no processo principal, quando o problema for hipotético ou ainda quando o Tribunal não dispuser dos elementos de facto e de direito necessários para dar uma resposta útil às questões que lhe são submetidas [Acórdão de 7 de fevereiro de 2023, *Confédération paysanne e o. (Mutagénese aleatória in vitro)*, C-688/21, EU:C:2023:75, n.º 33].
- 37 No caso em apreço, com a sua primeira questão, o órgão jurisdicional de reenvio pede ao Tribunal de Justiça a interpretação do conceito de «consumidor médio», para determinar se uma prática comercial considerada de «enquadramento» (*framing*), que consiste em apresentar simultaneamente uma proposta de empréstimo pessoal e uma proposta de um produto de seguro não ligada a esse empréstimo, sem dar ao consumidor um prazo de reflexão entre a data de assinatura dos contratos ligados a essas propostas, o que, devido à distorção de enquadramento, pode dar a impressão a um consumidor médio que tem de subscrever obrigatoriamente essas duas propostas (a seguir «prática comercial de “enquadramento”»), deve ser considerada uma prática comercial agressiva, na aceção, nomeadamente, dos artigos 8.º e 9.º da Diretiva 2005/29 e, por conseguinte, desleal na aceção do artigo 5.º desta diretiva.
- 38 Ora, para determinar se uma prática comercial é «agressiva» na aceção da referida diretiva, o seu artigo 8.º faz expressamente referência ao conceito de «consumidor médio».
- 39 Por conseguinte, não se afigura manifestamente que a interpretação do direito da União pedida não tem nenhuma relação com a realidade ou com o objeto do litígio no processo principal ou que o problema suscitado pelo órgão jurisdicional de reenvio é de natureza hipotética. Por outro lado, o Tribunal de Justiça dispõe de todos os elementos de facto e de direito necessários para responder utilmente à primeira questão
- 40 Daí resulta que a primeira questão prejudicial é admissível.

Quanto ao mérito

- 41 A título preliminar, importa recordar que, segundo jurisprudência constante, no âmbito do processo de cooperação entre os órgãos jurisdicionais nacionais e o Tribunal de Justiça, instituído pelo artigo 267.º TFUE, cabe a este dar ao juiz nacional uma resposta útil que lhe

permita decidir o litígio que lhe foi submetido. Nesta ótica, incumbe ao Tribunal, se necessário, reformular as questões que lhe são submetidas (Acórdão de 8 de setembro de 2022, IRnova, C-399/21, EU:C:2022:648, n.º 22).

- 42 No caso em apreço, resulta da sua decisão que, com a sua primeira questão, o órgão jurisdicional de reenvio pretende saber se, para efeitos da interpretação do conceito de «consumidor médio», conforme utilizado na Diretiva 2005/29, nomeadamente no seu artigo 8.º, há que tomar como referência não só o *homo oeconomicus*, ou seja, em substância, um ator económico perfeitamente racional na sua decisão, mas também os estudos mais recentes sobre a teoria da «racionalidade limitada», segundo a qual a capacidade de decisão de um consumidor «colide com os limites impostos à capacidade cognitiva pelo número de estímulos recebidos, pela capacidade de manter a atenção ao longo do tempo e pela capacidade de reter na memória todas as informações recebidas».
- 43 Nestas condições, há que considerar que, com a sua primeira questão, o órgão jurisdicional de reenvio pergunta, em substância, se a Diretiva 2005/29 deve ser interpretada no sentido de que o conceito de «consumidor médio», na aceção desta diretiva, deve ser definido não só por referência a um consumidor normalmente informado e razoavelmente atento e avisado, mas também tendo em conta o facto de a capacidade de decisão de um sujeito ser prejudicada por condicionalismos como as distorções cognitivas.
- 44 A título preliminar, há que recordar que o artigo 5.º, n.º 2, da Diretiva 2005/29 faz referência ao conceito de «consumidor médio» para determinar se uma prática comercial, que seja contrária às exigências da diligência profissional, é suscetível de produzir efeitos suficientes para justificar a sua proibição como prática comercial desleal ou se, sendo apenas suscetível de induzir em erro um consumidor muito crédulo ou ingenuo, está excluída dessa proibição.
- 45 Este mesmo conceito é seguidamente reproduzido nos artigos 6.º a 8.º desta diretiva que, como decorre do seu artigo 5.º, n.º 4, especificam a forma como os dois critérios previstos no artigo 5.º, n.º 2, da referida diretiva, para qualificar uma prática de desleal, se aplicam a determinadas formas específicas de práticas comerciais desleais.
- 46 Ora, quanto à interpretação a dar a este conceito, resulta do considerando 18 da mesma diretiva que, embora todos os consumidores devam ser protegidos das práticas comerciais desleais, o Tribunal de Justiça considerou necessário, nos processos de publicidade, a partir da transposição da Diretiva 84/450/CEE, que deviam ser analisados os efeitos práticos comerciais num «consumidor ideal típico».
- 47 Decorre igualmente do referido considerando que, de acordo com o princípio da proporcionalidade, e a fim de possibilitar a aplicação efetiva das proteções nela previstas, a Diretiva 2005/29 utiliza como marco de referência o critério do consumidor médio, normalmente informado e razoavelmente atento e avisado, tendo em conta fatores de ordem social, cultural e linguística.
- 48 Daqui resulta que, como o Tribunal de Justiça declarou no contexto da Diretiva 93/13, esta referência ao consumidor médio constitui um critério objetivo e que o conceito de «consumidor médio» é independente dos conhecimentos concretos que a pessoa em questão possa ter ou das informações de que realmente dispõe. Por outro lado, não correspondem a esse critério objetivo

nem o consumidor menos avisado do que esse consumidor médio nem o consumidor mais avisado do que este último [v., a este respeito, Acórdão de 21 de setembro de 2023, mBank (Registo polaco das cláusulas ilícitas), C-139/22, EU:C:2023:692, n.ºs 60, 61 e 66].

- 49 No entanto, importa recordar que a Diretiva 2005/29 visa assegurar um nível elevado de proteção dos consumidores, aproximando as disposições dos Estados-Membros relativas a práticas comerciais desleais que prejudiquem os interesses económicos dos consumidores (Acórdão de 19 de dezembro de 2013, Trento Sviluppo e Centrale Adriatica, C-281/12, EU:C:2013:859, n.º 31). Esse objetivo é corroborado pelos considerandos 7, 11, 13 e 14 da referida diretiva, segundo os quais são proibidas as práticas comerciais que visem diretamente influenciar as decisões comerciais dos consumidores, que alterem os seus comportamentos económicos ou os impeçam de fazer uma escolha esclarecida e, portanto, de modo eficaz.
- 50 Por outro lado, embora o considerando 18 da referida diretiva esclareça o conceito de «consumidor médio», decorre também deste considerando que esse conceito não é estatístico e que os órgãos jurisdicionais e as autoridades nacionais terão de exercer a sua faculdade de julgamento, tendo em conta a jurisprudência do Tribunal de Justiça, para determinar a reação típica do consumidor médio num determinado caso.
- 51 Por conseguinte, como salientou o advogado-geral, em substância, no n.º 40 das suas conclusões, a determinação da reação do consumidor médio, em relação a uma prática comercial específica «não deve ser um exercício meramente teórico». Devem também ser tidas em conta considerações mais realistas, desde que sejam compatíveis com as especificações dadas sobre este conceito no considerando 18 da Diretiva 2005/29.
- 52 É certo que, segundo este considerando, o consumidor médio é uma pessoa, por um lado, normalmente informada e, por outro, razoavelmente atenta e avisada. Todavia, uma vez que, de acordo com o artigo 7.º da Diretiva 2005/29, cabe ao profissional fornecer aos consumidores as informações substanciais de que necessitam, tendo em conta o contexto, para tomarem a sua decisão, esse caráter «normalmente informado» do consumidor médio deve ser entendido no sentido de que se refere às informações sobre as quais se possa razoavelmente presumir que são do conhecimento de qualquer consumidor, tendo em conta fatores relevantes de ordem social, cultural e linguística, e não às informações específicas da operação em causa. Por conseguinte, esta qualidade não exclui a possibilidade de uma prática comercial distorcer de forma substancial o comportamento económico desse consumidor fictício devido à falta de informações deste último.
- 53 Do mesmo modo, o facto de o conceito de «consumidor médio» dever ser entendido por referência a um consumidor «razoavelmente atento e [avisado]» não exclui que seja tida em conta a influência de distorções cognitivas nesse consumidor médio, desde que se demonstre que tais distorções são suscetíveis de afetar uma pessoa normalmente informada e razoavelmente atenta e avisada e em proporções tais que o seu comportamento seria alterado de maneira substancial.
- 54 Além disso, o Tribunal de Justiça já observou que um consumidor médio pode ser induzido em erro e que, por conseguinte, não pode fazer as suas escolhas comerciais nem com pleno conhecimento de causa nem de forma eficaz (v., neste sentido, Acórdão de 19 de dezembro de 2013, Trento Sviluppo e Centrale Adriatica, C-281/12, EU:C:2013:859, n.ºs 34 e 38).

- 55 Além disso, o Tribunal de Justiça declarou, no domínio do direito das marcas da União Europeia, que há que importa tomar em consideração o facto de o nível de atenção do consumidor médio ser suscetível de variar em função da categoria de produtos ou serviços em causa (v., neste sentido, Acórdão de 22 de junho de 1999, *Lloyd Schuhfabrik Meyer*, C-342/97, EU:C:1999:323, n.ºs 25 e 26).
- 56 Por outro lado, teve a ocasião de declarar que pode ser sugerida ao consumidor médio uma perceção errada de uma informação (v., neste sentido, Acórdão de 26 de outubro de 2016, *Canal Digital Danmark*, C-611/14, EU:C:2016:800, n.ºs 40 e 41) e que é improvável que, em certos domínios, o consumidor médio disponha dos conhecimentos técnicos necessários para compreender todos os elementos de uma oferta, a fim de efetuar uma escolha plenamente racional (v., neste sentido, Acórdão de 13 de setembro de 2018, *Wind Tre e Vodafone Italia*, C-54/17 e C-55/17, EU:C:2018:710, n.ºs 50 a 52).
- 57 Contudo, embora a capacidade de decisão de um consumidor possa ser alterada por um conjunto de condicionalismos, como as distorções cognitivas, isso não significa que se deva necessariamente considerar que qualquer risco de distorção cognitiva resultante de uma prática comercial é suscetível de alterar, de forma substancial, o comportamento desse consumidor ideal. É ainda necessário que seja devidamente demonstrado que, nas circunstâncias específicas de uma situação concreta, essa prática é suscetível de afetar o consentimento de uma pessoa normalmente informada e razoavelmente atenta e avisada, e em proporções tais que o seu comportamento será alterado de forma substancial.
- 58 Com efeito, cabe, em todo o caso, aos órgãos jurisdicionais nacionais determinar a reação típica do consumidor médio numa determinada situação (v., neste sentido, Acórdão de 26 de outubro de 2016, *Canal Digital Danmark*, C-611/14, EU:C:2016:800, n.º 39).
- 59 Em face de todas estas considerações, há que responder à primeira questão que a Diretiva 2005/29/CE deve ser interpretada no sentido de que o conceito de «consumidor médio», na aceção desta diretiva, deve ser definido por referência a um consumidor normalmente informado e razoavelmente atento e avisado. No entanto, esta definição não exclui o facto de a capacidade de decisão de um sujeito poder ser alterada por condicionalismos, tais como distorções cognitivas.

Quanto à segunda questão

- 60 A título preliminar, refira-se que, como resulta do pedido de decisão prejudicial, o órgão jurisdicional de reenvio pretende saber, com a sua segunda questão, se uma prática comercial de «enquadramento» pode ser considerada «agressiva» em todas as circunstâncias, na aceção da Diretiva 2005/29, e, assim, ser contrária a esta só por isso. Contudo, nessa segunda questão, o órgão jurisdicional de reenvio refere-se também ao conceito de prática comercial «enganosa». Ora, tal como resulta do artigo 5.º, n.º 2, desta diretiva, as práticas comerciais agressivas e enganosas constituem duas categorias de práticas comerciais desleais. Por outro lado, o conceito de prática comercial considerada desleal em quaisquer circunstâncias é introduzido no artigo 5.º, n.º 5, da referida diretiva.
- 61 Consequentemente e de acordo com a jurisprudência constante do Tribunal de Justiça referida no n.º 41 do presente acórdão, há que considerar que, pela segunda questão, o órgão jurisdicional de reenvio pergunta, em substância, se o artigo 2.º, alínea j), o artigo 5.º, n.ºs 2 e 5, e os artigos 8.º e 9.º da Diretiva 2005/29 devem ser interpretados no sentido de que uma prática comercial de propor simultaneamente ao consumidor um empréstimo pessoal e um produto de seguros não ligado a

esse empréstimo constitui uma prática comercial agressiva em quaisquer circunstâncias ou, pelo menos, uma prática comercial considerada desleal em quaisquer circunstâncias, aceção desta diretiva.

- 62 Em primeiro lugar, há que lembrar que o capítulo 2 da Diretiva 2005/29, intitulado «Práticas comerciais desleais», contém duas secções, a saber, a secção 1, relativa às práticas comerciais enganosas, e a secção 2, relativa às práticas comerciais agressivas.
- 63 O artigo 5.º desta diretiva, que figura no seu capítulo 2, proíbe, no n.º 1, as práticas comerciais desleais e fixa, no n.º 2, os critérios que permitem determinar se uma prática comercial é desleal.
- 64 Este artigo 5.º especifica, no n.º 4, que são desleais, em especial, as práticas comerciais que são «enganosas», na aceção dos artigos 6.º e 7.º da Diretiva 2005/29, e as que são «agressivas», na aceção dos artigos 8.º e 9.º da referida diretiva.
- 65 O n.º 5 do referido artigo 5.º prevê, além disso, que o anexo I da Diretiva 2005/29 inclui a lista das práticas comerciais que são consideradas desleais em quaisquer circunstâncias e que essa lista, que é aplicável em todos os Estados-Membros, só pode ser alterada mediante revisão desta diretiva.
- 66 A este respeito, o considerando 17 da Diretiva 2005/29 precisa que, por forma a proporcionar segurança jurídica acrescida, só as práticas enumeradas nesse anexo I são consideradas desleais em quaisquer circunstâncias, sem que seja necessária uma avaliação casuística nos termos dos artigos 5.º a 9.º desta diretiva.
- 67 Uma vez que o anexo I da Diretiva 2005/29 constitui uma lista completa e taxativa das práticas comerciais consideradas desleais em quaisquer circunstâncias, uma prática comercial como a prática comercial de «enquadramento» em causa no processo principal só pode ser qualificada de prática comercial agressiva em quaisquer circunstâncias, ou mesmo, mais genericamente, de prática comercial considerada desleal em quaisquer circunstâncias, na aceção desta diretiva, na condição de corresponder a uma das situações enumeradas nesse anexo.
- 68 Ora, uma leitura do referido anexo permite constatar a inexistência dessa correspondência, aliás não alegada no processo principal.
- 69 Há que considerar, portanto, que uma prática comercial como a de «enquadramento» em causa no processo principal, que consiste em propor simultaneamente ao consumidor um empréstimo pessoal e um produto de seguro não ligado a esse empréstimo, não constitui uma prática suscetível de ser qualificada de «prática comercial agressiva em quaisquer circunstâncias», ou mesmo de «prática comercial considerada desleal em quaisquer circunstâncias», na aceção da referida diretiva.
- 70 Contudo, uma vez que, tendo em conta os elementos dos autos comunicados ao Tribunal de Justiça, não se pode excluir a possibilidade de a AGCM ter qualificado a prática em causa no processo principal de «agressiva» no seguimento de uma análise aprofundada da mesma levada a cabo tendo em conta as circunstâncias do caso, há que verificar, em segundo lugar, e para dar uma resposta útil do órgão jurisdicional de reenvio, se uma prática comercial de «enquadramento» pode constituir uma prática comercial agressiva, na aceção da Diretiva 2005/29, pelo simples facto de consistir em propor simultaneamente a um consumidor um empréstimo pessoal e um produto de seguro não ligado a esse empréstimo, sem que seja dado ao consumidor um período de reflexão entre a assinatura dos dois contratos relativos a essas propostas, mesmo que essa

prática seja suscetível de gerar uma distorção de enquadramento, dando assim a esse consumidor a impressão de que tem obrigatoriamente de subscrever um seguro para obter um empréstimo pessoal.

- 71 Resulta do artigo 8.º da Diretiva 2005/29 que uma prática comercial é considerada agressiva se prejudicar ou for suscetível de prejudicar significativamente, devido a assédio, coação, incluindo o recurso à força física, ou influência indevida, a liberdade de escolha ou o comportamento do consumidor médio em relação a um produto, e, por conseguinte, o conduza ou seja suscetível de o conduzir a tomar uma decisão de transação que não teria tomado de outro modo.
- 72 Ora, na falta de definição dos conceitos de «assédio» e de «coação», na aceção desse artigo 8.º, importa, para os definir, remeter para o sentido habitual que estes termos têm na linguagem corrente, o qual exclui a possibilidade de uma prática comercial induzir uma forma de assédio ou coação pelo simples facto de apresentar as características de uma prática comercial de enquadramento.
- 73 Quanto à possibilidade de tal prática comercial induzir uma «influência indevida» na aceção do referido artigo 8.º, importa recordar que este último conceito, que é definido no artigo 2.º, alínea j), da Diretiva 2005/29, abrange a utilização de uma posição de poder de forma a fazer pressão sobre o consumidor, mesmo sem recurso ou ameaça de recurso à força física, pelo que limita significativamente a sua capacidade de tomar uma decisão esclarecida. Como resulta da jurisprudência do Tribunal de Justiça, a influência indevida não é necessariamente uma influência ilícita, mas sim uma influência que, independentemente da sua licitude, comporta de modo ativo, através de uma certa pressão, o condicionamento forçado da vontade do consumidor (Acórdão de 12 de junho de 2019, *Orange Polska*, C-628/17, EU:C:2019:480, n.º 33).
- 74 Assim, a utilização pelo profissional de um modo de celebração ou de alteração dos contratos pode ser qualificada de «prática comercial agressiva» devido ao exercício de uma influência indevida através da adoção de comportamentos desleais que tenham por efeito pressionar o consumidor de tal forma que a sua liberdade de escolha é significativamente alterada, tais como comportamentos suscetíveis de incomodar um consumidor médio ou de perturbar a sua reflexão (v., neste sentido, Acórdão de 12 de junho de 2019, *Orange Polska*, C-628/17, EU:C:2019:480, n.º 47).
- 75 Ora, uma prática que consiste em apresentar simultaneamente a um consumidor uma proposta de empréstimo pessoal e uma proposta de um produto de seguro não ligada a esse empréstimo, sem lhe conceder um prazo de reflexão entre a assinatura dos contratos relativos a essas propostas, não implica, enquanto tal, a existência de atos de pressão, ainda que essa prática seja suscetível de gerar uma distorção de enquadramento. Por conseguinte, tal prática não pode, por si só, constituir uma «influência indevida», na aceção do artigo 8.º da Diretiva 2005/29.
- 76 Contudo, há que recordar que a Diretiva 2005/29 refere, entre as práticas comerciais desleais, não só as práticas comerciais agressivas, mas também as práticas comerciais enganosas que são definidas no seu artigo 6.º, n.º 1, alínea e), no sentido de que incluem as práticas comerciais que, por qualquer forma, induzam ou sejam suscetíveis de induzir em erro o consumidor médio no que diz respeito, nomeadamente, à necessidade de um serviço e que o conduzam ou sejam suscetíveis de o conduzir a tomar uma decisão de transação que de outro modo não teria tomado.

- 77 Por conseguinte, no processo principal, só se, por ocasião da prática em causa, o profissional, não só não tiver dado ao consumidor um prazo de reflexão entre a assinatura do contrato de mútuo e do contrato de seguro, mas também tiver recorrido a assédio, coação ou influência indevida, poderá tal prática ser qualificada de agressiva na aceção do artigo 8.º da Diretiva 2005/29. Em contrapartida, mesmo na falta de assédio, coação ou influência indevida, a referida prática poderá ser qualificada de «prática comercial enganosa» e, por conseguinte, de «prática comercial desleal», se preencher, nomeadamente, os pressupostos de aplicação deste conceito, definidos nos artigos 6.º e 7.º dessa mesma diretiva.
- 78 A este respeito, há que lembrar que resulta da jurisprudência que é essencial fornecer ao consumidor, mesmo antes da celebração do contrato, informações claras e adequadas (v., neste sentido, Acórdão de 12 de junho de 2019, *Orange Polska*, C-628/17, EU:C:2019:480, n.º 34, e jurisprudência referida).
- 79 Ora, a apresentação simultânea de duas propostas de serviços distintos, mesmo que essas propostas não estejam juridicamente ligadas, pode exigir a prestação de informações suplementares ao consumidor, precisamente para que este não seja induzido em erro sobre a inexistência de ligação entre as referidas propostas.
- 80 No caso, resulta da decisão de reenvio a apresentação das duas propostas em causa no processo principal poderia ter feito o consumidor acreditar que não era possível obter o empréstimo sem subscrever o produto de seguro em causa no processo principal, tanto mais que certos riscos relativos ao empréstimo estavam cobertos por essa apólice de seguro, tais como, nomeadamente, a deterioração do estado de saúde, que pode impedir o cumprimento das obrigações contratuais relativas ao empréstimo.
- 81 Por outro lado, o órgão jurisdicional de reenvio refere-se, na sua terceira questão, à situação de necessidade em que normalmente se encontra quem pede um financiamento, à complexidade dos contratos submetidos à assinatura do consumidor, à apresentação simultânea das ofertas associadas e à brevidade dos prazos concedidos para a subscrição da proposta em causa.
- 82 No entanto, resulta igualmente da decisão de reenvio que a Compass Banca alega ter informado devidamente os consumidores em causa de que o produto de seguros em causa no processo principal não estava ligado ao empréstimo pessoal e ter entregado a esses consumidores os documentos relevantes, incluindo na fase pré-contratual.
- 83 Em última análise, cabe ao órgão jurisdicional de reenvio verificar se a prática comercial em causa no processo principal é suscetível de constituir uma «prática comercial desleal», nomeadamente na medida em que possa ser qualificada de «prática comercial enganosa», na aceção dos artigos 6.º e 7.º da Diretiva 2005/29, ou de «prática comercial agressiva», na aceção dos artigos 8.º e 9.º desta diretiva.
- 84 Tendo em conta todas estes fundamentos, há que responder à segunda questão que o artigo 2.º, alínea j), o artigo 5.º, n.ºs 2 e 5, e os artigos 8.º e 9.º da Diretiva 2005/29 devem ser interpretados no sentido de que a prática comercial de propor simultaneamente ao consumidor um empréstimo pessoal e um produto de seguro não ligado a esse empréstimo não constitui uma prática comercial agressiva em quaisquer circunstâncias nem mesmo uma prática comercial considerada desleal em quaisquer circunstâncias, na aceção desta diretiva.

Quanto à terceira questão

- 85 Com a sua terceira questão, o órgão jurisdicional de reenvio pergunta, em substância, se a Diretiva 2005/29 deve ser interpretada no sentido de que se opõe a uma medida nacional que permite a uma autoridade nacional, uma vez declarado o caráter «agressivo» ou, mais genericamente, o caráter «desleal» de uma prática comercial adotada por um determinado profissional impor a esse profissional que proporcione a esse consumidor um prazo de reflexão razoável entre as datas de assinatura do contrato de seguro e do contrato de empréstimo.
- 86 Refira-se, a este respeito, que, nos termos do seu artigo 1.º, a Diretiva 2005/29 tem por objetivo contribuir para o funcionamento correto do mercado interno e alcançar um elevado nível de defesa dos consumidores através da aproximação das disposições legislativas, regulamentares e administrativas dos Estados-Membros relativas às práticas comerciais desleais que lesam os interesses económicos dos consumidores.
- 87 Como resulta do considerando 14 da Diretiva 2005/29, uma vez que esta abordagem se traduz na harmonização plena das referidas disposições dos Estados-Membros, há que observar que a referida diretiva proíbe esses mesmos Estados-Membros de manterem ou adotarem medidas no âmbito desse domínio harmonizado que a Diretiva 2005/29 não preveja ou não autorize, ainda que essas medidas se destinem a assegurar um nível mais elevado de proteção dos consumidores (v., neste sentido, Acórdão de 9 de novembro de 2010, *Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag*, C-540/08, EU:C:2010:660, n.º 38).
- 88 Ora, tal como resulta da resposta à segunda questão, uma prática comercial como a prática comercial de «enquadramento» em causa no processo principal não constitui «uma prática comercial agressiva em quaisquer circunstâncias» nem mesmo «uma prática desleal em quaisquer circunstâncias», na aceção da Diretiva 2005/29.
- 89 É certo que, nos termos do artigo 3.º, n.º 9, desta diretiva, em relação aos serviços financeiros, na aceção da Diretiva 2002/65/CE, que incluem qualquer serviço relativo a crédito ou a seguros, os Estados-Membros podem impor requisitos mais restritivos ou prescritivos do que os previstos na Diretiva 2005/29 no domínio que é objeto de aproximação por esta.
- 90 Todavia, por um lado, essa faculdade deve ser exercida na observância das disposições imperativas do direito da União, se for o caso, em qualquer outro instrumento relevante. Por outro lado, para que uma autoridade possa, com base nessa faculdade, impor requisitos mais restritivos ou mais prescritivos do que os previstas na Diretiva 2005/29, essa faculdade deve ter sido exercida pelo Estado-Membro em causa com a especificidade, a precisão e a clareza necessárias para cumprir a exigência de segurança jurídica [v., por analogia, Acórdão de 3 de setembro de 2020, *Subdelegación del Gobierno en Barcelona (Residentes de longa duração)*, C-503/19 e C-592/19, EU:C:2020:629, n.º 35 e jurisprudência referida].
- 91 Consequentemente, a Diretiva 2005/29 opõe-se a que uma autoridade nacional possa impor, para efeitos de proteção dos consumidores, uma obrigação geral ou preventiva de respeitar um determinado período de reflexão no caso de uma prática comercial de apresentação simultânea de uma proposta para um produto de seguro e de uma proposta para um contrato de empréstimo, quando nem essa obrigação nem, pelo menos, a competência dessa autoridade para impor tal obrigação tenham sido expressamente previstas na lei nacional.

- 92 Em contrapartida, a Diretiva 2005/29 não se opõe a que os Estados-Membros prevejam na sua legislação nacional que as autoridades competentes possam exercer, uma vez declarado, nos termos de um exame circunstanciado da prática comercial de um determinado profissional, que essa prática é «agressiva» e, portanto, mais genericamente, «desleal» na aceção desta diretiva, um poder de injunção relativamente a esse profissional.
- 93 Com efeito, nos termos do artigo 11.º, n.º 1, primeiro parágrafo, da Diretiva 2005/29, os Estados-Membros devem assegurar a existência de meios adequados e eficazes para lutar contra as práticas comerciais desleais, a fim de garantir o cumprimento das disposições desta diretiva.
- 94 No entanto, importa nomeadamente salientar que, por um lado, o artigo 4.º da Diretiva 2005/29 enuncia expressamente que os Estados-Membros não podem restringir a livre prestação de serviços por razões ligadas ao domínio que é objeto de aproximação por força da mesma diretiva. Por outro lado, de acordo com o artigo 51.º, n.º 1, da Carta dos Direitos Fundamentais da União Europeia, quando aplicam o direito da União, os Estados-Membros devem respeitar os direitos garantidos por este.
- 95 Ora, uma medida de uma autoridade nacional que, para fazer cessar uma prática comercial agressiva, impõe o respeito de um prazo razoável de reflexão entre as datas de assinatura de um contrato de empréstimo e de um contrato de seguro é suscetível de violar a livre prestação de serviços e de restringir a liberdade de empresa do profissional em causa.
- 96 Por conseguinte, segundo o princípio da proporcionalidade, uma autoridade nacional só pode recorrer a tal medida se se demonstrar que, tendo em conta as razões que levaram essa autoridade a qualificar de «agressiva» ou, pelo menos, de «desleal», a prática comercial em causa, não existem outros meios igualmente eficazes para pôr fim a essa prática que sejam menos atentatórios da livre prestação de serviços e da liberdade de empresa do profissional em causa.
- 97 Tendo em conta todas estas considerações, há que responder à terceira questão que a Diretiva 2005/29 deve ser interpretada no sentido de que não se opõe a uma medida nacional que permite a uma autoridade nacional, uma vez declarado o carácter «agressivo» ou, mais genericamente, o carácter «desleal» de uma prática comercial adotada por um dado profissional, impor a esse profissional que proporcione a esse consumidor um prazo de reflexão razoável entre as datas de assinatura do contrato de seguro e do contrato de mútuo, a menos que existam outros meios menos atentatórios da liberdade de empresa que sejam igualmente eficazes para pôr termo ao carácter «agressivo» ou, mais genericamente, «desleal» dessa prática.

Quanto à quarta questão

- 98 Com a sua quarta questão, o órgão jurisdicional de reenvio pergunta, em substância, se o artigo 24.º, n.º 3, da Diretiva 2016/97 deve ser interpretado no sentido de que se opõe a que uma autoridade nacional exija que o profissional, cuja prática comercial de enquadramento é considerada «agressiva», na aceção dos artigos 8.º e 9.º da Diretiva 2005/29 ou, mais genericamente, «desleal», na aceção do artigo 5.º, n.º 2, desta diretiva, que, para pôr termo a essa prática, proporcione ao consumidor um prazo de reflexão razoável entre as datas de assinatura dos contratos em causa.
- 99 Antes de mais, há que observar que a quarta questão está ligada à subscrição associada de um empréstimo pessoal e de um produto de seguros e que a distribuição dos produtos de seguro se rege pela Diretiva 2016/97.

- 100 A esse respeito, há que recordar que, nos termos do artigo 3.º, n.º 4, da Diretiva 2005/29, em caso de conflito entre as disposições desta diretiva e outras normas da União que regulem aspetos específicos das práticas comerciais desleais, estas últimas prevalecem, aplicando-se a esses aspetos específicos.
- 101 O artigo 24.º da Diretiva 2016/97 sujeita os distribuidores de produtos de seguros vendidos de forma associada com outros produtos a obrigações específicas.
- 102 Nos termos do artigo 24.º, n.º 3, da Diretiva 2016/97, que é a única disposição referida pelo órgão jurisdicional de reenvio na quarta questão, quando um produto de seguros seja um produto acessório de um bem ou serviço que não seja um seguro como parte de um pacote ou do mesmo acordo, o distribuidor de seguro deve oferecer ao cliente a possibilidade de comprar o bem ou o serviço separadamente.
- 103 Ora, de acordo com o artigo 24.º, n.º 7, da Diretiva 2016/97, os Estados-Membros podem manter ou adotar medidas adicionais mais rigorosas ou intervir numa base casuística para proibir a venda de seguros, juntamente com um serviço ou produto acessório que não seja um seguro como parte de um pacote ou do mesmo acordo, sempre que possam demonstrar que essas práticas são prejudiciais para os consumidores. Como sublinhou o advogado-geral no n.º 92 das suas conclusões, esta disposição só se aplica se, por um lado, o produto de seguro puder ser considerado o produto «central» ou «principal» e o outro produto ou serviço for «conexo» ou «acessório» desse produto, e, por outro, se os dois produtos forem «[oferecidos] como parte de um pacote ou do mesmo acordo».
- 104 Refira-se, porém, que a norma do artigo 24.º, n.º 3, da Diretiva 2016/97 não regula aspetos específicos das práticas comerciais desleais, limitando-se a exigir, independentemente de qualquer consideração relativa à lealdade da prática comercial em causa, que, se esses produtos e/ou serviços forem objeto de uma «venda associada» aos consumidores, estes devem ter a possibilidade de os comprar separadamente.
- 105 Assim, esse artigo 24.º, n.º 3, não impõe às autoridades nacionais competentes que vão além do que é exigido pela Diretiva 2005/29. De facto, esta disposição limita-se a exigir que, se tais produtos e/ou serviços forem objeto de uma «venda associada», os consumidores tenham também a opção de os comprar separadamente.
- 106 Além disso, como observou o advogado-geral no n.º 95 das suas conclusões, esta disposição também não exige que essas autoridades façam menos do que estão autorizadas à luz da Diretiva 2005/29.
- 107 Tendo em conta todos estes fundamentos, há que responder à quarta questão que o artigo 24.º, n.º 3, da Diretiva 2016/97 deve ser interpretado no sentido de que não se opõe a que uma autoridade nacional possa exigir a um profissional, cuja prática comercial de enquadramento de um determinado profissional seja considerada «agressiva», na aceção dos artigos 8.º e 9.º da Diretiva 2005/29, ou, mais genericamente, «desleal», na aceção do artigo 5.º, n.º 2, dessa diretiva, que, para pôr termo a essa prática, proporcione ao consumidor um prazo de reflexão razoável entre as datas de assinatura dos contratos em causa.

Quanto à quinta questão prejudicial

- 108 Com a sua quinta questão, o órgão jurisdicional de reenvio interroga-se, em substância, se a Diretiva 2005/29 deve ser interpretada no sentido de que a qualificação de um tipo de prática comercial como «agressiva» em quaisquer circunstâncias, na aceção dos artigos 8.º e 9.º desta diretiva ou, mais genericamente, «desleal» em quaisquer circunstâncias, na aceção do artigo 5.º, n.º 2, desta diretiva, conduz a uma inversão do ónus da prova sobre o profissional contrária ao direito da União.
- 109 Como resulta da resposta à segunda questão, tal como dada no n.º 84 do presente acórdão, uma prática comercial como a que está em causa no processo principal não pode ser qualificada de prática comercial agressiva em quaisquer circunstâncias ou, de forma mais geral, de prática comercial desleal em quaisquer circunstâncias, na aceção da Diretiva 2005/29.
- 110 Tendo em conta essa resposta, não cabe responder à quinta questão.

Quanto às despesas

- 111 Revestindo o processo, quanto às partes na causa principal, a natureza de incidente suscitado perante o órgão jurisdicional de reenvio, compete a este decidir quanto às despesas. As despesas efetuadas pelas outras partes para a apresentação de observações ao Tribunal de Justiça não são reembolsáveis.

Pelos fundamentos expostos, o Tribunal de Justiça (Quinta Secção) declara:

- 1) A Diretiva 2005/29/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 11 de maio de 2005, relativa às práticas comerciais desleais das empresas face aos consumidores no mercado interno e que altera a Diretiva 84/450/CEE do Conselho, as Diretivas 97/7/CE, 98/27/CE e 2002/65/CE do Parlamento Europeu e do Conselho e o Regulamento (CE) n.º 2006/2004 do Parlamento Europeu e do Conselho («Diretiva relativa às práticas comerciais desleais»),

deve ser interpretada no sentido de que

o conceito de «consumidor médio», na aceção desta diretiva, deve ser definido por referência a um consumidor normalmente informado e razoavelmente atento e avisado. No entanto, esta definição não exclui o facto de a capacidade de decisão de um sujeito poder ser alterada por condicionalismos, tais como distorções cognitivas.

- 2) O artigo 2.º, alínea j), o artigo 5.º, n.ºs 2 e 5, bem como os artigos 8.º e 9.º da Diretiva 2005/29

devem ser interpretados no sentido de que:

a prática comercial de propor simultaneamente ao consumidor um empréstimo pessoal e um produto de seguro não ligado a esse empréstimo não constitui uma prática comercial agressiva em quaisquer circunstâncias nem mesmo uma prática comercial considerada desleal em quaisquer circunstâncias, na aceção desta diretiva.

3) A Diretiva 2005/29

deve ser interpretada no sentido de que:

não se opõe a uma medida nacional que permite a uma autoridade nacional, uma vez declarado o carácter «agressivo» ou, mais genericamente, o carácter «desleal» de uma prática comercial adotada por um dado profissional, impor a esse profissional que proporcione a esse consumidor um prazo de reflexão razoável entre as datas de assinatura do contrato de seguro e do contrato de mútuo, a menos que existam outros meios menos atentatórios da liberdade de empresa que sejam igualmente eficazes para pôr termo ao carácter «agressivo» ou, mais genericamente, «desleal» dessa prática.

4) O artigo 24.º, n.º 3, da Diretiva (UE) 2016/97 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 20 de janeiro de 2016, sobre a distribuição de seguros,

deve ser interpretado no sentido de que:

não se opõe a que uma autoridade nacional possa exigir a um profissional, cuja prática comercial de enquadramento de um determinado profissional seja considerada «agressiva», na aceção dos artigos 8.º e 9.º da Diretiva 2005/29, ou, mais genericamente, «desleal», na aceção do artigo 5.º, n.º 2, desta diretiva, que, para pôr termo a essa prática, proporcione ao consumidor um prazo de reflexão razoável entre as datas de assinatura dos contratos em causa.

Assinaturas