

Edición provisional

SENTENCIA DEL TRIBUNAL DE JUSTICIA (Sala Quinta)

de 14 de noviembre de 2024 (*)

« Procedimiento prejudicial — Protección de los consumidores — Directiva 2005/29/CE — Artículos 2, letra j), 5, 8 y 9 — Concepto de “consumidor medio” — Prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores — Concepto de “práctica comercial agresiva” — Venta cruzada de un préstamo personal y de un producto de seguro no vinculado — Orientación de la información facilitada al consumidor — Concepto de “framing” (encuadramiento) — Práctica comercial consistente en ofrecer simultáneamente a un consumidor una oferta de préstamo personal y una de un producto de seguro no vinculado a ese préstamo — Inexistencia de período de reflexión entre las fechas de firma del contrato de préstamo y la del contrato seguro — Directiva (UE) 2016/97 — Artículo 24 »

En el asunto C-646/22,

que tiene por objeto una petición de decisión prejudicial planteada, con arreglo al artículo 267 TFUE, por el Consiglio di Stato (Consejo de Estado, Italia), mediante resolución de 10 de octubre de 2022, recibida en el Tribunal de Justicia el 13 de octubre de 2022, en el procedimiento entre

Compass Banca SpA

y

Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato,

con intervención de:

Metlife Europe Dac,

Metlife Europe Insurance Dac,

Europ Assistance Italia SpA,

EL TRIBUNAL DE JUSTICIA (Sala Quinta),

integrado por el Sr. I. Jarukaitis, Presidente de la Sala Cuarta, en funciones de Presidente de la Sala Quinta, y por los Sres. E. Regan y Z. Csehi (Ponente), Jueces;

Abogado General: Sr. N. Emiliou;

Secretario: Sr. A. Calot Escobar;

habiendo considerado los escritos obrantes en autos;

consideradas las observaciones presentadas:

- en nombre de Compass Banca SpA, por los Sres. F. Caronna, D. Gallo, E. A. Raffaelli y M. Siragusa, la Sra. E. Teti y los Sres. G. Vercillo y A. Zoppini, avvocati;
- en nombre de Europ Assistance Italia SpA, por los Sres. P. Fattori, A. Lirosi y A. Pera, avvocati;
- en nombre del Gobierno italiano, por la Sra. G. Palmieri, en calidad de agente, asistida por la Sra. A. Collabolletta y el Sr. P. Gentili, avvocati dello Stato;

– en nombre de la Comisión Europea, por la Sra. D. Recchia, el Sr. N. Ruiz García y la Sra. H. Tserepa-Lacombe, en calidad de agentes;

oídas las conclusiones del Abogado General, presentadas en audiencia pública el 25 de abril de 2024;

dicta la siguiente

Sentencia

- 1 La petición de decisión prejudicial tiene por objeto la interpretación de los artículos 2, letra j), 8 y 9 de la Directiva 2005/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de mayo de 2005, relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores en el mercado interior, que modifica la Directiva 84/450/CEE del Consejo, las Directivas 97/7/CE, 98/27/CE y 2002/65/CE del Parlamento Europeo y del Consejo y el Reglamento (CE) n.º 2006/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo (Directiva sobre las prácticas comerciales desleales) (DO 2005, L 149, p. 22), y el artículo 24, apartado 3, de la Directiva (UE) 2016/97 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de enero de 2016, sobre la distribución de seguros (DO 2016, L 26, p. 19).
- 2 Esta petición se ha presentado en el contexto de un litigio entre Compass Banca SpA y la Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (Autoridad de Defensa de la Competencia y del Mercado, Italia; en lo sucesivo, «AGCM») en relación con las decisiones de esta última relativas a una práctica comercial de dicha sociedad.

Marco jurídico

Derecho de la Unión

Directiva 2005/29

- 3 Los considerandos 7, 11, 13, 14, 17, 18 y 21 de la Directiva 2005/29 enuncian:

«(7) La presente Directiva aborda las prácticas comerciales que influyen directamente en las decisiones de los consumidores sobre transacciones relacionadas con productos. [...]

[...]

(11) El alto grado de convergencia conseguido con la aproximación de las disposiciones nacionales a través de esta Directiva crea un elevado nivel común de protección de los consumidores. La Directiva establece una única prohibición general de aquellas prácticas comerciales desleales que distorsionan el comportamiento económico de los consumidores. Establece también normas sobre las prácticas comerciales agresivas, que en la actualidad no están reguladas a escala comunitaria.

[...]

(13) A fin de conseguir los objetivos comunitarios mediante la eliminación de los obstáculos al mercado interior, es preciso reemplazar las cláusulas generales y principios jurídicos divergentes de los Estados miembros. La prohibición general común establecida por la presente Directiva abarca por ello las prácticas comerciales desleales que distorsionan el comportamiento económico de los consumidores. Para fomentar la confianza del consumidor, la prohibición general debe aplicarse también a las prácticas comerciales desleales que se produzcan fuera de cualesquiera relaciones contractuales existentes entre un comerciante y un consumidor o tras la celebración de un contrato y durante su ejecución. Esta prohibición general se desarrolla mediante normas sobre dos tipos de prácticas comerciales que son, con mucho, las más comunes: las prácticas comerciales engañosas y las prácticas comerciales agresivas.

(14) Es conveniente que se consideren prácticas comerciales engañosas aquellas prácticas, incluida la publicidad engañosa, que al inducir a engaño al consumidor, le impiden elegir con el debido

conocimiento de causa y, en consecuencia, de manera eficiente. [...] El enfoque de plena armonización adoptado en la presente Directiva no excluye la posibilidad de que los Estados miembros especifiquen en su legislación nacional las principales características de determinados productos como, por ejemplo, los objetos de colección o los materiales eléctricos, cuya omisión sería sustancial cuando se hiciera una invitación a la compra. [...]

[...]

(17) Para incrementar la seguridad jurídica, es importante que estén identificadas aquellas prácticas comerciales que se consideran desleales en cualquier circunstancia. Ese tipo de prácticas se enumeran exhaustivamente en la lista del anexo I. Se trata exclusivamente de las prácticas comerciales que pueden considerarse desleales sin necesidad de un examen pormenorizado de que se dan en cada caso concreto los supuestos contemplados en los artículos 5 a 9. La lista solo puede modificarse mediante una revisión de la presente Directiva.

(18) Es importante que todos los consumidores estén protegidos de las prácticas comerciales desleales[.] [S]in embargo, el Tribunal de Justicia ha considerado necesario, al fallar sobre casos relacionados con la publicidad desde la entrada en vigor de la Directiva 84/450/CEE [del Consejo, de 10 de septiembre de 1984, relativa a la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros en materia de publicidad engañosa (DO 1984, L 250, p. 17; EE 15/05, p. 55)], estudiar los efectos de dichas prácticas en la figura teórica del consumidor típico. Atendiendo al principio de proporcionalidad, la presente Directiva, con objeto de permitir la aplicación efectiva de las disposiciones de protección que contiene, toma como referencia al consumidor medio, que, según la interpretación que ha hecho de este concepto el Tribunal de Justicia, está normalmente informado y es razonablemente atento y perspicaz, teniendo en cuenta los factores sociales, culturales y lingüísticos, pero incluye además disposiciones encaminadas a impedir la explotación de consumidores cuyas características los hacen especialmente vulnerables a las prácticas comerciales desleales. [...] La referencia del consumidor medio no es una referencia estadística. Los tribunales y autoridades nacionales deben aplicar su propio criterio, teniendo en cuenta la jurisprudencia del Tribunal de Justicia, para determinar la reacción típica del consumidor medio en un caso concreto.

[...]

(21) Las personas u organizaciones que, conforme al Derecho nacional, tengan un interés legítimo en la cuestión deben poder contar con el recurso jurídico de ejercitar acciones contra las prácticas comerciales desleales, ya sea ante un tribunal o ante un órgano administrativo competente para dirimir reclamaciones o para entablar las acciones judiciales pertinentes. Si bien corresponde al Derecho nacional determinar sobre quien recae la carga de la prueba, conviene que los tribunales o los órganos administrativos estén facultados para exigir a los comerciantes que aporten pruebas de la exactitud de las afirmaciones de hecho realizadas.»

4 El artículo 1 de esta Directiva, titulado «Objeto», dispone lo siguiente:

«La presente Directiva tiene por objeto contribuir al buen funcionamiento del mercado interior y alcanzar un elevado nivel de protección de los consumidores mediante la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros sobre las prácticas comerciales desleales que perjudican a los intereses económicos de los consumidores.»

5 A tenor del artículo 2 de dicha Directiva, bajo la rúbrica «Definiciones»:

«A efectos de la presente Directiva, se entenderá por:

[...]

b) “comerciante”: cualquier persona física o jurídica que, en las prácticas comerciales contempladas por la presente Directiva, actúe con un propósito relacionado con su actividad económica, negocio, oficio o profesión, así como cualquiera que actúe en nombre del comerciante o por cuenta de este;

[...]

- d) “prácticas comerciales de las empresas en sus relaciones con los consumidores” (en lo sucesivo “prácticas comerciales”): todo acto, omisión, conducta o manifestación, o comunicación comercial, incluidas la publicidad y la comercialización, procedente de un comerciante y directamente relacionado con la promoción, la venta o el suministro de un producto a los consumidores;
- e) “distorsionar de manera sustancial el comportamiento económico de los consumidores”: utilizar una práctica comercial para mermar de manera apreciable la capacidad del consumidor de adoptar una decisión con pleno conocimiento de causa haciendo así que este tome una decisión sobre una transacción que de otro modo no hubiera tomado;

[...]

- j) “influencia indebida”: utilización de una posición de poder en relación con el consumidor para ejercer presión, incluso sin usar fuerza física ni amenazar con su uso, de una forma que limite de manera significativa la capacidad del consumidor de tomar una decisión con el debido conocimiento de causa;
- k) “decisión sobre una transacción”: toda decisión por la que un consumidor opta por comprar o no un producto y resuelve de qué manera y en qué condiciones efectúa la compra, si realiza un pago íntegro o parcial, si conserva un producto o se deshace de él y si ejerce un derecho contractual en relación con dicho producto, tanto si el consumidor opta por actuar como por abstenerse de actuar;

[...]».

6 El artículo 3 de la misma Directiva, titulado «Ámbito de aplicación», establece en sus apartados 4 y 9:

«4. En caso de conflicto entre las disposiciones de la presente Directiva y otras normas comunitarias que regulen aspectos concretos de las prácticas comerciales desleales, estas últimas prevalecerán y serán aplicables a esos aspectos concretos.

[...]

9. Por lo que respecta a los “servicios financieros” definidos en la Directiva 2002/65/CE [del Parlamento Europeo y del Consejo, de 23 de septiembre de 2002, relativa a la comercialización a distancia de servicios financieros destinados a los consumidores, y por la que se modifican la Directiva 90/619/CEE del Consejo y las Directivas 97/7/CE y 98/27/CE (DO 2002, L 271, p. 16)] y a los bienes inmuebles, los Estados miembros podrán imponer requisitos más exigentes o más restrictivos que los previstos en la presente Directiva en el ámbito objeto de la aproximación que esta realiza.»

7 Artículo 4 de la Directiva 2005/29, titulado «Mercado interior», prevé:

«Los Estados miembros no restringirán la libre prestación de servicios ni la libre circulación de mercancías por razones pertinentes al ámbito objeto de la aproximación que lleva a cabo esta Directiva.»

8 El artículo 5 de tal Directiva, bajo la rúbrica «Prohibición de las prácticas comerciales desleales», que figura en el capítulo 2 de aquella, titulado «Prácticas comerciales desleales», dispone:

«1. Se prohibirán las prácticas comerciales desleales.

2. Una práctica comercial será desleal si:

a) es contraria a los requisitos de la diligencia profesional,

y

- b) distorsiona o puede distorsionar de manera sustancial, con respecto al producto de que se trate, el comportamiento económico del consumidor medio al que afecta o al que se dirige la práctica, o del miembro medio del grupo, si se trata de una práctica comercial dirigida a un grupo concreto de consumidores.

[...]

4. En particular, serán desleales las prácticas comerciales que:

- a) sean engañosas según lo establecido en los artículos 6 y 7,
o
- b) sean agresivas según lo establecido en los artículos 8 y 9.

5. En el anexo I figura una lista de las prácticas comerciales que se considerarán desleales en cualquier circunstancia. La misma lista única se aplicará en todos los Estados miembros y solo podrá modificarse mediante una revisión de la presente Directiva.»

- 9 La sección 1 de este capítulo 2, titulada «Prácticas comerciales engañosas», incluye los artículos 6 y 7 de dicha Directiva. El artículo 6, titulado «Acciones engañosas», establece en su apartado 1, letra e):

«Se considerará engañosa toda práctica comercial que contenga información falsa y por tal motivo carezca de veracidad o información que, en la forma que sea, incluida su presentación general, induzca o pueda inducir a error al consumidor medio, aun cuando la información sea correcta en cuanto a los hechos, sobre uno o más de los siguientes elementos, y que en cualquiera de estos dos casos le haga o pueda hacerle tomar una decisión sobre una transacción que de otro modo no hubiera tomado:

[...]

- e) la necesidad de un servicio [...].»

- 10 El artículo 7 de la misma Directiva, titulado «Omisiones engañosas», establece en sus apartados 1 y 2:

«1. Se considerará engañosa toda práctica comercial que, en su contexto fáctico, teniendo en cuenta todas sus características y circunstancias y las limitaciones del medio de comunicación, omita información sustancial que necesite el consumidor medio, según el contexto, para tomar una decisión sobre una transacción con el debido conocimiento de causa y que, en consecuencia, haga o pueda hacer que el consumidor medio tome una decisión sobre una transacción que de otro modo no hubiera tomado.

2. Se considerará también que hay omisión engañosa cuando un comerciante oculte la información sustancial contemplada en el apartado 1, teniendo en cuenta las cuestiones contempladas en dicho apartado, o la ofrezca de manera poco clara, ininteligible, ambigua o en un momento que no sea el adecuado, o no dé a conocer el propósito comercial de la práctica comercial en cuestión en caso de que no resulte evidente por el contexto, siempre que, en cualquiera de estos casos, haga o pueda hacer que el consumidor medio tome una decisión sobre una transacción que de otro modo no hubiera tomado.»

- 11 La sección 2 del capítulo 2 de la Directiva 2005/29, titulada «Prácticas comerciales agresivas», incluye sus artículos 8 y 9.

- 12 A tenor del artículo 8 de esta Directiva, titulado «Prácticas comerciales agresivas»:

«Se considerará agresiva toda práctica comercial que, en su contexto fáctico, teniendo en cuenta todas sus características y circunstancias, merme o pueda mermar de forma importante, mediante el acoso, la coacción, incluido el uso de la fuerza, o la influencia indebida, la libertad de elección o conducta del consumidor medio con respecto al producto y, por consiguiente, le haga o pueda hacerle tomar una decisión sobre una transacción que de otra forma no hubiera tomado.»

- 13 El artículo 9 de dicha Directiva, que lleva por título «Utilización del acoso, la coacción y la influencia indebida», indica:

«Para determinar si una práctica comercial hace uso del acoso, la coacción, con inclusión del uso de la fuerza, o la influencia indebida se tendrán en cuenta:

- a) el momento y el lugar en que se produce, su naturaleza o su persistencia;
- b) el empleo de un lenguaje o un comportamiento amenazador o insultante;
- c) la explotación por parte del comerciante de cualquier infortunio o circunstancia específicos lo suficientemente graves como para mermar la capacidad de discernimiento del consumidor, de los que el comerciante tenga conocimiento, para influir en la decisión del consumidor con respecto al producto;
- d) cualesquiera obstáculos no contractuales onerosos o desproporcionados impuestos por el comerciante cuando un consumidor desee ejercitar derechos previstos en el contrato, incluidos el derecho de poner fin al contrato o el de cambiar de producto o de comerciante;
- e) la amenaza de ejercer cualquier acción que, legalmente, no pueda ejercerse.»

- 14 El artículo 11 de la misma Directiva, titulado «Ejecución», establece en su apartado 1, párrafo primero:

«Los Estados miembros velarán por que existan medios adecuados y eficaces para luchar contra las prácticas comerciales desleales, con miras al cumplimiento de las disposiciones de la presente Directiva en interés de los consumidores.»

- 15 Los puntos 24 a 31 del anexo I de la Directiva 2005/29, que lleva por título «Prácticas comerciales que se consideran desleales en cualquier circunstancia», enumeran y definen las «prácticas comerciales agresivas» como sigue:

- «24) Crear la impresión de que el consumidor no puede abandonar el local hasta haber perfeccionado el contrato.
- 25) Realizar visitas en persona al domicilio del consumidor, ignorando las peticiones de este de que el comerciante abandone su casa o no vuelva a personarse en ella, salvo en las circunstancias y en la medida en que esté justificado, con arreglo a la legislación nacional, para hacer cumplir una obligación contractual.
- 26) Realizar proposiciones no solicitadas y persistentes por teléfono, fax, correo electrónico u otros medios a distancia, salvo en las circunstancias y en la medida en que esté justificado, con arreglo a la legislación nacional, para hacer cumplir una obligación contractual. Este supuesto se entenderá sin perjuicio del artículo 10 de la Directiva 97/7/CE [del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de mayo de 1997, relativa a la protección de los consumidores en materia de contratos a distancia (DO 1997, L 144, p. 19),] y de las Directivas 95/46/CE [del Parlamento Europeo y del Consejo, de 24 de octubre de 1995, relativa a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos (DO 1995, L 281, p. 31),] y 2002/58/CE [del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de julio de 2002, relativa al tratamiento de los datos personales y a la protección de la intimidad en el sector de las comunicaciones electrónicas (Directiva sobre la privacidad y las comunicaciones electrónicas) (DO 2002, L 201, p. 37)].
- 27) Exigir al consumidor que desee reclamar una indemnización al amparo de una póliza de seguro que presente documentos que no puedan razonablemente considerarse pertinentes para determinar la validez de la reclamación o dejar sistemáticamente sin responder la correspondencia al respecto, con el fin de disuadirlo de ejercer sus derechos contractuales.
- 28) Incluir en una publicidad una exhortación directa a los niños para que compren o convencan a sus padres u otros adultos de que les compren los productos anunciados. Esta disposición se

entiende sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 16 de la Directiva 89/552/CEE [del Consejo, de 3 de octubre de 1989, sobre la coordinación de determinadas disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros relativas al ejercicio de actividades de radiodifusión televisiva (DO 1989, L 298, p. 23)].

- 29) Exigir el pago inmediato o aplazado, la devolución o la custodia de productos suministrados por el comerciante, pero que no hayan sido solicitados por el consumidor (suministro no solicitado), salvo cuando el producto en cuestión sea un producto de sustitución suministrado de conformidad con lo establecido en el artículo 7, apartado 3, de la Directiva [97/7].
- 30) Informar expresamente al consumidor de que el trabajo o el sustento del comerciante corren peligro si el consumidor no adquiere el producto o servicio.
- 31) Crear la impresión falsa de que el consumidor ha ganado ya, ganará, o conseguirá si realiza un acto determinado, un premio o cualquier otra ventaja equivalente, cuando en realidad:
 - no existe tal premio o ventaja equivalente,
 - o
 - la realización de una acción relacionada con la obtención del premio o ventaja equivalente está sujeta a la obligación, por parte del consumidor, de efectuar un pago o incurrir en un gasto.»

Directiva 2016/97

- 16 El artículo 24 de la Directiva 2016/97, titulado «Ventas cruzadas», dispone en sus apartados 3 y 7:

«3. Cuando un producto de seguro sea auxiliar a un bien o servicio que no sea de seguros, como parte de un paquete o del mismo acuerdo, el distribuidor de seguros ofrecerá al cliente la posibilidad de adquirir el bien o servicio por separado. El presente apartado no se aplicará cuando el producto de seguro sea complementario de un servicio o actividad de inversión en el sentido del artículo 4, apartado 1, punto 2, de la Directiva 2014/65/UE [del Parlamento Europeo y del Consejo, de 15 de mayo de 2014, relativa a los mercados de instrumentos financieros y por la que se modifican la Directiva 2002/92/CE y la Directiva 2011/61/UE (DO 2014, L 173, p. 349)], un contrato de crédito en el sentido del artículo 4, punto 3, de la Directiva 2014/17/UE del Parlamento Europeo y del Consejo[, de 4 de febrero de 2014, sobre los contratos de crédito celebrados con los consumidores para bienes inmuebles de uso residencial y por la que se modifican las Directivas 2008/48/CE y 2013/36/UE y el Reglamento (UE) n.º 1093/2010 (DO 2014, L 60, p. 34)], o una cuenta de pago en el sentido del artículo 2, punto 3, de la Directiva 2014/92/UE del Parlamento Europeo y del Consejo[, de 23 de julio de 2014, sobre la comparabilidad de las comisiones conexas a las cuentas de pago, el traslado de cuentas de pago y el acceso a cuentas de pago básicas (DO 2014, L 257, p. 214)].

[...]

7. Los Estados miembros podrán mantener o adoptar medidas adicionales más estrictas o actuar en casos particulares para prohibir la venta de productos de seguro junto con servicios o productos auxiliares distintos de los seguros como parte de un paquete o el mismo acuerdo cuando puedan demostrar que dichas prácticas redundan en perjuicio de los consumidores.»

Derecho italiano

Código de Consumo

- 17 El artículo 20 del decreto legislativo n.º 206, recante codice del consumo a norma dell'articolo 7 della legge di 29 luglio 2003, n.º 229 (Decreto Legislativo n.º 206, por el que se establece el Código de Consumo en el sentido del artículo 7 de la Ley n.º 229, de 29 de julio de 2003), de 6 de septiembre de 2005 (suplemento ordinario a la GURI n.º 235, de 8 de octubre de 2005; en lo sucesivo, «Código de

Consumo»), que transpuso la Directiva 93/13/CEE del Consejo, de 5 de abril de 1993, sobre las cláusulas abusivas en los contratos celebrados con consumidores (DO 1993, L 95, p. 29), dispone:

«Una práctica comercial será desleal si es contraria a los requisitos de la diligencia profesional y distorsiona o puede distorsionar de manera sustancial, con respecto al producto de que se trate, el comportamiento económico del consumidor medio al que afecta o al que se dirige la práctica, o del miembro medio del grupo, si se trata de una práctica comercial dirigida a un grupo concreto de consumidores.»

- 18 El artículo 24 de dicho Código, titulado «Prácticas comerciales agresivas», que transpone los requisitos establecidos en el artículo 8 de la Directiva 2005/29, establece:

«1. Se considerará agresiva toda práctica comercial que, en su contexto fáctico, teniendo en cuenta todas sus características y circunstancias, merme o pueda mermar de forma importante, mediante el acoso, la coacción, incluido el uso de la fuerza, o la influencia indebida, la libertad de elección o conducta del consumidor medio con respecto al producto y, por consiguiente, le haga o pueda hacerle tomar una decisión sobre una transacción que de otra forma no hubiera tomado.

[...]»

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

- 19 El artículo 120-*quinquies* del decreto legislativo n.º 209 — codice delle assicurazioni private (Decreto Legislativo n.º 209, por el que se establece el Código de Seguros Privados), de 7 de septiembre de 2005 (suplemento ordinario a la GURI n.º 239, de 13 de octubre de 2005), titulado «Venta cruzada», tiene el siguiente tenor:

«1. Cuando un distribuidor proponga un producto de seguro conjuntamente con productos o servicios auxiliares distintos de los seguros como parte de un paquete o del mismo acuerdo, informará a la otra parte contratante de si los distintos componentes pueden adquirirse separadamente ofrecerá una descripción adecuada de los diferentes componentes del acuerdo o paquete y facilitará aparte justificantes de los costes y gastos de cada componente.

2. En las circunstancias a que se refiere el apartado 1, y si el riesgo o la cobertura de seguro resultantes de dicho acuerdo o paquete ofrecido a la otra parte contratante son diferentes de los de los distintos componentes considerados por separado, el distribuidor de seguros facilitará una descripción adecuada de los diferentes componentes del acuerdo o paquete y del modo en que la interacción entre ellos modifica el riesgo o la cobertura de seguro.

3. Cuando un producto de seguro sea auxiliar a un bien o servicio que no sea de seguros, como parte de un paquete o del mismo acuerdo, el distribuidor de seguros ofrecerá a la otra parte contratante la posibilidad de adquirir el bien o servicio por separado. El presente apartado no se aplicará si el producto de seguro es accesorio a un servicio o actividad de inversión en el sentido del artículo 1, apartado 5, del texto único que regula las actividades de intermediario financiero, a un contrato de crédito en el sentido del artículo 120 *quinquies*, apartado 1, letra c), del texto único bancario o a una cuenta de pago en el sentido del artículo 126 *decies* del texto único bancario.

4. En los casos contemplados en los apartados 1 y 3, el distribuidor de seguros especificará a la otra parte contratante las razones por las que el producto de seguro que forma parte del lote global o del mismo acuerdo se considera adecuado para satisfacer sus solicitudes y necesidades.

5. En los casos contemplados en los apartados 1 y 3, habida cuenta de la finalidad de protección de los asegurados, el [Istituto per la vigilanza sulle assicurazioni (IVASS) (Autoridad de Vigilancia del Sector de los Seguros, Italia)] podrá, en relación con la actividad de distribución de seguros, aplicar las medidas provisionales y de prohibición establecidas en el presente Código, incluida la facultad de prohibir la venta de un seguro, como parte de un lote o del mismo acuerdo, con un servicio o producto que no sea un seguro, con independencia de que el seguro o el otro producto o servicio sea el que presente carácter accesorio, cuando dicha práctica perjudique a los consumidores. En cuanto a los productos de inversión de seguros, estas facultades son ejercidas por el IVASS y la [Commissione

Nazionale per le Società e la Borsa (Consob) (Comisión Nacional de Sociedades y Bolsa, Italia)] en función de sus competencias respectivas.

6. Las disposiciones del presente artículo no se aplicarán a la distribución de productos de seguro que ofrezcan cobertura para diferentes tipos de riesgos.

7. Las presentes disposiciones se entenderán sin perjuicio de la aplicación, en su caso, de las disposiciones del Código de Consumo [...].».

Litigio principal y cuestiones prejudiciales

20 Compass Banca, establecida en Italia, propuso a sus clientes contratar, entre enero de 2015 y julio de 2018, además de diferentes préstamos personales, productos de seguro que cubrían determinados riesgos no necesariamente vinculados con aquellos préstamos. De la decisión de remisión prejudicial se desprende que, aunque la suscripción de una póliza de seguro no era un requisito previo para la concesión del préstamo personal, se proponía junto con dicho préstamo.

21 El 13 de septiembre de 2018, la AGCM abrió una investigación para determinar si tal práctica comercial era «desleal», en el sentido de la Directiva 2005/29.

22 Durante tal investigación, Compass Banca presentó una propuesta de compromisos sobre una serie de medidas específicas destinadas a aclarar al consumidor que no era obligatorio suscribir un seguro no vinculado a un préstamo personal. Entre estas medidas figuraba la ampliación, a todos los clientes, de un derecho incondicional a desistir de su contrato de seguro, sin que ello tuviera incidencia sobre su contrato de préstamo. En cambio, Compass Banca denegó la solicitud de la AGCM de establecer, a favor de los clientes, un plazo de reflexión de siete días entre la fecha de firma del contrato de préstamo y la del contrato de seguro. Consideró que esta medida era desproporcionada y asimétrica, en la medida en que no se aplicaba a todos los competidores.

23 El 11 de marzo de 2019, Compass Banca presentó una nueva propuesta de compromisos, que contenía otras medidas destinadas, en su opinión, a producir un efecto análogo al establecimiento de un plazo de reflexión de siete días solicitado por la AGCM, como la obligación de ponerse en contacto con sus clientes siete días después de la firma de su contrato de seguro para solicitarles que confirmaran si deseaban conservar la póliza de seguro suscrita en el marco de dicho contrato, añadiendo que cubriría el coste de la prima de seguro durante el período correspondiente a esos siete días.

24 Mediante decisión de 2 de abril de 2019, confirmada el 3 de julio de 2019, la AGCM rechazó esta propuesta de compromisos.

25 En su decisión de 27 de noviembre de 2019, notificada a Compass Banca el 23 de diciembre de 2019, la AGCM señaló que esta sociedad había aplicado una práctica comercial «agresiva» y, por lo tanto, «desleal», en el sentido de la Directiva 2005/29, que consistía en la «vinculación forzosa, en el momento de su conclusión, de acuerdos de financiación personal y de productos de seguro no relacionados con el crédito». Prohibió la continuación de dicha práctica e impuso a Compass Banca una multa por importe de 4 700 000 euros.

26 Compass Banca interpuso recurso contencioso-administrativo ante el Tribunale amministrativo regionale per il Lazio (Tribunal Regional de lo Contencioso-Administrativo del Lacio, Italia) contra las decisiones de la AGCM mencionadas en los apartados 24 y 25 de la presente sentencia. Este desestimó el recurso mediante sentencia n.º 9516 de 2021.

27 Compass Banca apeló la sentencia referida ante el Consiglio di Stato (Consejo de Estado, Italia), que es el órgano jurisdiccional remitente.

28 Compass Banca alega que la AGCM consideró que su práctica comercial era «agresiva» y, por lo tanto, «desleal», en el sentido de la Directiva 2005/29, por el mero hecho de que consiste en la venta cruzada de préstamos personales y productos de seguro, sin aportar pruebas concretas de ese carácter «agresivo» a la luz de las características específicas de dicha práctica o de las circunstancias del caso.

Compass Banca deduce de ello que la AGCM invirtió la carga de la prueba, de manera injustificada e inaceptable, al obligarle a demostrar que su práctica comercial no es, en realidad, «agresiva» en el sentido de aquella Directiva.

- 29 La AGCM aduce que, mediante la venta cruzada de préstamos personales y productos de seguro, Compass Banca influyó considerablemente en la libertad de elección de sus clientes y la limitó. Observa que Compass Banca, en particular, no facilitó información a sus clientes sobre el carácter facultativo del producto de seguro y añade que no habría considerado tal práctica como «agresiva» si se hubiera concedido al cliente correspondiente un plazo de reflexión de siete días entre la fecha de firma del contrato de préstamo personal y la del contrato ligado al producto de seguro.
- 30 El órgano jurisdiccional remitente se pregunta, en primer lugar, si el concepto de «consumidor medio», en el sentido de la Directiva 2005/29, concede suficiente importancia a la teoría de la «racionalidad limitada», que exige la necesidad de una mayor protección de los consumidores. Según esta teoría, las personas a menudo actúan sin disponer de toda la información necesaria. De este modo, y en la medida en que, en particular, se encuentren sujetos a los sesgos que las ciencias cognitivas denominan de «encuadramiento» (*framing*), los consumidores podrían modificar sus preferencias en función de las modalidades de presentación de las ofertas contractuales que se les hacen y, en consecuencia, tomar decisiones irracionales respecto de las que adoptaría una persona normalmente informada y razonablemente atenta y perspicaz.
- 31 A continuación, se pregunta si debe considerarse que la práctica controvertida en el litigio principal constituye una práctica comercial «agresiva» y, por tanto, «desleal», en el sentido de la Directiva 2005/29, en la medida en que las ofertas comerciales realizadas a los consumidores en relación con un contrato de préstamo y un producto de seguro se presentan, a causa del sesgo de «encuadramiento» (*framing*), de manera a hacerles creer que la concesión del préstamo personal está condicionada a la suscripción de una póliza de seguro.
- 32 Por último, el órgano jurisdiccional remitente se pregunta si el artículo 24, apartado 3, de la Directiva 2016/97, relativo a la venta cruzada de productos de seguro con otros productos, se opone a que la AGCM prohíba una práctica comercial como la de Compass Banca.
- 33 En estas circunstancias, el Consiglio di Stato (Consejo de Estado) ha decidido suspender el procedimiento y plantear al Tribunal de Justicia las siguientes cuestiones prejudiciales:
- «1) Dada la elasticidad e indeterminación del concepto de “consumidor medio” que se emplea en la Directiva [2005/29], entendido como consumidor normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz[,] ¿no sería conveniente quizá formularlo a la luz de las mejores prácticas del sector y, por consiguiente, atendiendo no solo a la noción clásica de *homo economicus*, sino también a las conclusiones de [la teoría] sobre la racionalidad limitada, que [ha] demostrado que las personas actúan a menudo reduciendo la información necesaria y adoptando decisiones “no razonables” en comparación con las que adoptaría una persona supuestamente atenta y perspicaz, y que exigen una mayor protección de los consumidores en el caso —cada vez más habitual en las modernas dinámicas del mercado— de riesgo de condicionamiento cognitivo?
- 2) Habida cuenta de lo dispuesto en el artículo 6, apartado 1, de [dicha Directiva], que considera engañosa una práctica comercial que, en la forma que sea, “incluida su presentación general”, induzca o pueda inducir a error al consumidor medio ¿puede calificarse de agresiva, en sí misma, una práctica comercial conforme a la cual, debido al encuadramiento de la información [*framing* (encuadramiento)], una opción puede parecer obligatoria y sin posible alternativa?
- 3) Teniendo presente el riesgo de condicionamiento psicológico asociado: 1) al estado de necesidad en que se suele hallar quien solicita financiación, 2) a la complejidad de los contratos que se presentan al consumidor para su firma, 3) a la simultaneidad de la oferta vinculada, y 4) a la brevedad del tiempo concedido para aceptar la oferta, ¿resulta conforme a la [Directiva 2005/29] que la [AGCM] tenga potestad para establecer una excepción al principio de la posibilidad de vincular la venta de productos de seguro y la venta de productos financieros no relacionados, imponiendo un plazo [de reflexión] de siete días entre la firma de ambos contratos?

- 4) En relación con esa facultad para luchar contra las prácticas comerciales agresivas, ¿se opone la Directiva [2016/97], y en particular su artículo 24, apartado 3, a que la [AGCM] adopte una decisión sobre la base de los artículos 2, letras d) y j), 4, 8 y 9, de la Directiva [2005/29] y de la normativa nacional de transposición, [...] tras la negativa de una sociedad de servicios de inversión, por la que se concede al consumidor, en el contexto de una venta vinculada de un producto financiero y de un producto de seguro no relacionado —existiendo riesgo de condicionamiento del consumidor asociado a las circunstancias del caso concreto, que también pueden deducirse de la complejidad de la documentación objeto de examen— un período de reflexión de siete días entre la formulación de la propuesta vinculada y la suscripción del contrato de seguro?
- 5) ¿Constituye un acto regulatorio no autorizado considerar como práctica agresiva la mera vinculación de dos productos financieros y de seguro de manera que recaiga, en última instancia, en el profesional —y no en la AGCM, como debería ser— la carga (de difícil cumplimiento) de demostrar que no se trata de una práctica agresiva contraria a la Directiva [2005/29] (tanto más cuanto que la citada Directiva no permite a los Estados miembros adoptar medidas más restrictivas que las definidas en esa norma, ni siquiera con el fin de garantizar un nivel superior de protección de los consumidores)? ¿Debe entenderse[,] en cambio, que no existe tal inversión de la carga de la prueba siempre que, sobre la base de elementos objetivos, se constate el riesgo concreto de que el consumidor que necesite obtener financiación se vea condicionado ante una oferta vinculada compleja?»

Sobre las cuestiones prejudiciales

Primera cuestión prejudicial

Sobre la admisibilidad

- 34 Compass Banca expresa dudas en cuanto a la admisibilidad de la primera cuestión prejudicial por cuanto, en esta, el concepto de «consumidor medio» se define de manera diferente de la habitualmente adoptada, ya que tiene en cuenta el riesgo de influencia cognitiva sobre los consumidores, lo que hace que la cuestión sea hipotética. En efecto, dado que las decisiones impugnadas en el litigio principal se adoptaron sobre la base de disposiciones nacionales que transponen el artículo 8 de la Directiva 2005/29 y no su artículo 6, a su juicio, la consideración de tal riesgo no es pertinente.
- 35 A este respecto, es preciso recordar que, según reiterada jurisprudencia, en el marco de la cooperación entre el Tribunal de Justicia y los órganos jurisdiccionales nacionales establecida en el artículo 267 TFUE, corresponde exclusivamente al órgano jurisdiccional nacional que conoce del litigio y debe asumir la responsabilidad de la decisión jurisdiccional que ha de adoptarse apreciar, a la luz de las particularidades del asunto, tanto la necesidad de una decisión prejudicial para poder dictar su sentencia como la pertinencia de las cuestiones que plantea al Tribunal de Justicia. Por consiguiente, cuando las cuestiones prejudiciales planteadas se refieren a la interpretación del Derecho de la Unión, el Tribunal de Justicia está, en principio, obligado a pronunciarse [sentencia de 7 de febrero de 2023, Confédération paysanne y otros (Mutagénesis aleatoria *in vitro*), C-688/21, EU:C:2023:75, apartado 32].
- 36 El Tribunal de Justicia solo puede abstenerse de pronunciarse sobre una cuestión prejudicial planteada por un órgano jurisdiccional nacional cuando resulte evidente que la interpretación del Derecho de la Unión solicitada no guarda relación alguna ni con la realidad ni con el objeto del litigio principal, cuando el problema sea de naturaleza hipotética o cuando el Tribunal de Justicia no disponga de los elementos de hecho y de Derecho necesarios para dar una respuesta útil a las cuestiones que se le hayan planteado [sentencia de 7 de febrero de 2023, Confédération paysanne y otros (Mutagénesis aleatoria *in vitro*), C-688/21, EU:C:2023:75, apartado 33].
- 37 En el caso de autos, mediante su primera cuestión prejudicial, el órgano jurisdiccional remitente solicita al Tribunal de Justicia que interprete el concepto de «consumidor medio» a fin de determinar si una práctica comercial denominada de «encuadramiento» (*framing*), consistente en presentar simultáneamente una oferta de préstamo personal y un producto de seguro no vinculado a dicho

préstamo, sin dar al consumidor un plazo de reflexión entre las fechas de firma de los contratos ligados a estas ofertas, lo que, a causa de un sesgo de encuadramiento, podría dar la impresión a un consumidor medio de que debe suscribir obligatoriamente ambas ofertas (en lo sucesivo, «práctica comercial de “encuadramiento”»), debe considerarse una práctica comercial agresiva, en particular en el sentido de los artículos 8 y 9 de la Directiva 2005/29 y, por lo tanto, desleal en el sentido de su artículo 5.

- 38 Pues bien, a efectos de determinar si una práctica comercial es agresiva en el sentido de esta Directiva, su artículo 8 se refiere expresamente al concepto de «consumidor medio».
- 39 Por tanto, no se desprende manifiestamente que la interpretación del Derecho de la Unión solicitada no guarde relación alguna con la realidad o con el objeto del litigio principal o que el problema planteado por el órgano jurisdiccional remitente sea de naturaleza hipotética. Además, el Tribunal de Justicia dispone de todos los elementos de hecho y de Derecho necesarios para responder de manera útil a la primera cuestión prejudicial planteada.
- 40 Por lo tanto, procede declarar la admisibilidad de la primera cuestión prejudicial.

Sobre el fondo

- 41 Con carácter preliminar, debe recordarse que, según reiterada jurisprudencia, en el marco del procedimiento de cooperación entre los órganos jurisdiccionales nacionales y el Tribunal de Justicia establecido por el artículo 267 TFUE, corresponde a este proporcionar al órgano jurisdiccional nacional una respuesta útil que le permita dirimir el litigio del que conoce. Desde este punto de vista, corresponde al Tribunal de Justicia reformular, en su caso, la cuestión prejudicial que se le ha planteado (sentencia de 8 de septiembre de 2022, IRnova, C-399/21, EU:C:2022:648, apartado 22).
- 42 En el presente asunto, se desprende de la resolución de remisión que el órgano jurisdiccional remitente desea saber, mediante su primera cuestión prejudicial, si, a efectos de la interpretación del concepto de «consumidor medio», en el sentido de la Directiva 2005/29, en particular de su artículo 8, procede referirse no solo al «homo economicus», es decir, en esencia, a un agente económico perfectamente racional en su toma de decisiones, sino también a los estudios más recientes sobre la teoría de la «racionalidad limitada», según la cual la capacidad de decisión de un consumidor «choca con los límites impuestos a la capacidad cognitiva por el número de estímulos recibidos, la capacidad de permanecer atento en el tiempo y la de conservar en la memoria toda la información recibida».
- 43 En estas circunstancias, procede considerar que, mediante su primera cuestión prejudicial, el órgano jurisdiccional remitente pregunta, en esencia, si la Directiva 2005/29 debe interpretarse en el sentido de que el concepto de «consumidor medio», según dicha Directiva, debe definirse no solo por referencia a un consumidor normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz, sino también teniendo en cuenta que la capacidad de decisión de un individuo se ve alterada por elementos condicionantes, como los sesgos cognitivos.
- 44 Con carácter preliminar, procede recordar que, en su artículo 5, apartado 2, la Directiva 2005/29 se refiere al concepto del «consumidor medio» con el fin de determinar si una práctica comercial que es contraria a los requisitos de la diligencia profesional puede producir un efecto suficiente para justificar su prohibición como práctica comercial desleal o si procede considerar que, al poder inducir a error únicamente a un consumidor muy crédulo o ingenuo, escapa a tal prohibición.
- 45 Este mismo concepto se retoma en los artículos 6 a 8 de la Directiva 2005/29, que, como se desprende del artículo 5, apartado 4, precisan cómo se aplican los dos criterios establecidos para calificar una práctica de desleal en el artículo 5, apartado 2, de esta, con respecto a determinadas formas concretas de prácticas comerciales desleales.
- 46 Pues bien, por lo que respecta a la interpretación que debe darse a este concepto, del considerando 18 de la misma Directiva se desprende que, si bien es importante que todos los consumidores estén protegidos de las prácticas comerciales desleales, el Tribunal de Justicia ha considerado, en los casos relacionados con la publicidad desde la transposición de la Directiva 84/450, que procedía examinar los efectos de dichas prácticas comerciales «en la figura teórica del consumidor típico».

- 47 Se desprende también de ese considerando que, atendiendo al principio de proporcionalidad, la Directiva 2005/29, con objeto de permitir la aplicación efectiva de las disposiciones de protección que contiene, toma como referencia al consumidor medio que está normalmente informado y es razonablemente atento y perspicaz, teniendo en cuenta los factores sociales, culturales y lingüísticos.
- 48 De ello se deduce, como ha declarado el Tribunal de Justicia en el contexto de la Directiva 93/13, que esta referencia al consumidor medio constituye un criterio objetivo y que el concepto de «consumidor medio» es independiente de los conocimientos concretos que la persona de que se trate pueda tener o de la información de que disponga realmente. Por otra parte, no se corresponden con este criterio objetivo ni el consumidor menos perspicaz que el consumidor medio ni el consumidor más perspicaz que este último [véase, en este sentido, la sentencia de 21 de septiembre de 2023, mBank (Registro polaco de cláusulas ilícitas), C-139/22, EU:C:2023:692, apartados 60, 61 y 66].
- 49 Dicho esto, procede recordar que la Directiva 2005/29 pretende garantizar un alto nivel de protección de los consumidores aproximando las disposiciones de los Estados miembros relativas a las prácticas comerciales desleales que menoscaban los intereses económicos de los consumidores (sentencia de 19 de diciembre de 2013, Trento Sviluppo y Centrale Adriatica, C-281/12, EU:C:2013:859, apartado 31). Este objetivo viene confirmado por los considerandos 7, 11, 13 y 14 de esta Directiva, según los cuales están prohibidas las prácticas comerciales que influyen directamente en las decisiones de los consumidores sobre transacciones, distorsionan su comportamiento económico o les impiden elegir con el debido conocimiento de causa y, en consecuencia, de manera eficiente.
- 50 Además, si bien el considerando 18 de esta Directiva concreta el concepto de «consumidor medio», de este también se desprende que dicho concepto no es estático y que los órganos jurisdiccionales y las autoridades nacionales deben aplicar su propio criterio, teniendo en cuenta la jurisprudencia del Tribunal de Justicia, para determinar la reacción típica del consumidor medio en un caso concreto.
- 51 Por consiguiente, como señaló el Abogado General, en esencia, en el punto 40 de sus conclusiones, la determinación de la reacción del consumidor medio frente a una práctica comercial específica no se considera un mero ejercicio teórico. También deben tenerse en cuenta consideraciones más realistas, siempre que sean compatibles con las precisiones efectuadas acerca de este concepto por el considerando 18 de la Directiva 2005/29.
- 52 Es cierto que, según este considerando, el consumidor medio es una persona, por una parte, normalmente informada y, por otra, razonablemente atenta y perspicaz. No obstante, dado que, con arreglo al artículo 7 de la Directiva 2005/29, corresponde al comerciante facilitar a los consumidores la información sustancial que necesiten, habida cuenta del contexto, para tomar su decisión, el carácter «normalmente informado» del consumidor medio debe entenderse en el sentido de que se refiere a la información que puede presumirse razonablemente que es conocida por todos los consumidores, teniendo en cuenta los factores sociales, culturales y lingüísticos pertinentes, y no a la información específica de la operación en cuestión. Por consiguiente, esta condición no excluye que una práctica comercial pueda distorsionar de manera sustancial el comportamiento económico de dicho consumidor ficticio debido a la falta de información de este último.
- 53 Del mismo modo, el hecho de que el concepto de «consumidor medio» deba entenderse en relación con un consumidor «razonablemente atento y perspicaz» no excluye que se tenga en cuenta la influencia de sesgos cognitivos en el consumidor medio, siempre que se demuestre que tales sesgos pueden afectar a una persona normalmente informada y razonablemente atenta y perspicaz, y en una proporción tal que su comportamiento se vería alterado de manera sustancial.
- 54 De hecho, el Tribunal de Justicia ya ha declarado que un consumidor medio puede ser inducido a error y que, por consiguiente, no pueda tomar sus elecciones comerciales ni con conocimiento de causa ni de manera eficaz (véase, en este sentido, la sentencia de 19 de diciembre de 2013, Trento Sviluppo y Centrale Adriatica, C-281/12, EU:C:2013:859, apartados 34 y 38).
- 55 Además, el Tribunal de Justicia ha declarado, en el ámbito del Derecho de marcas de la Unión, que procede tomar en consideración el hecho de que el nivel de atención del consumidor medio puede variar en función de la categoría de productos o servicios contemplada (véase, en este sentido, la

sentencia de 22 de junio de 1999, Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97, EU:C:1999:323, apartados 25 y 26).

- 56 Por otro lado, también ha tenido ocasión de constatar que la percepción errónea de una información puede haber sido inducida en el consumidor medio (véase, en este sentido, la sentencia de 26 de octubre de 2016, Canal Digital Danmark, C-611/14, EU:C:2016:800, apartados 40 y 41) y que es improbable que el consumidor medio disponga, en determinados sectores, del dominio técnico para comprender todos los elementos de una posible oferta para elegir de manera plenamente racional (véase, en este sentido, la sentencia de 13 de septiembre de 2018, Wind Tre y Vodafone Italia, C-54/17 y C-55/17, EU:C:2018:710, apartados 50 a 52).
- 57 Dicho esto, si bien la capacidad de decisión de un consumidor puede verse alterada por un conjunto de limitaciones, como los sesgos cognitivos, ello no implica necesariamente que deba considerarse que cualquier riesgo de que se produzca un sesgo cognitivo con ocasión de una práctica comercial distorsione necesariamente de manera sustancial el comportamiento de ese consumidor ficticio. Es preciso, además, que se demuestre debidamente que, en las circunstancias particulares de una situación concreta, tal práctica puede afectar al consentimiento de una persona normalmente informada y razonablemente atenta y perspicaz, y ello en proporciones tales que su comportamiento se viese alterado de manera sustancial.
- 58 En efecto, corresponde, en todo caso, a los órganos jurisdiccionales nacionales determinar la reacción típica del consumidor medio en un caso concreto (véase, en este sentido, la sentencia de 26 de octubre de 2016, Canal Digital Danmark, C-611/14, EU:C:2016:800, apartado 39).
- 59 Habida cuenta de todas las consideraciones anteriores, procede responder a la primera cuestión prejudicial que la Directiva 2005/29 debe interpretarse en el sentido de que el concepto de «consumidor medio», tal como lo utiliza dicha Directiva, debe definirse en relación con un consumidor normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz. Sin embargo, tal definición no excluye que la capacidad de decisión de un individuo pueda verse alterada por limitaciones tales como los sesgos cognitivos.

Segunda cuestión prejudicial

- 60 Con carácter preliminar, procede señalar que, como se desprende de la petición de decisión prejudicial, el órgano jurisdiccional remitente desea saber, mediante su segunda cuestión prejudicial, si una práctica comercial de «encuadramiento» puede considerarse «agresiva» en cualquier circunstancia, en el sentido de la Directiva 2005/29, y, por tanto, ser contraria a ella por este mero hecho. Sin embargo, en esta segunda cuestión prejudicial el órgano jurisdiccional remitente también se refiere al concepto de práctica comercial «engañosas». Pues bien, como se desprende del artículo 5, apartado 2, de dicha Directiva, las prácticas comerciales agresivas y engañosas son dos categorías de prácticas comerciales desleales. Por otro lado, el concepto de práctica comercial considerada desleal en cualquier circunstancia se introduce en el artículo 5, apartado 5, de dicha Directiva.
- 61 Por consiguiente, de conformidad con la jurisprudencia del Tribunal de Justicia citada en el apartado 41 de la presente sentencia, procede considerar que, mediante la segunda cuestión prejudicial, el órgano jurisdiccional remitente pregunta, en esencia, si los artículos 2, letra j), 5, apartados 2 y 5, 8 y 9 de la Directiva 2005/29 deben interpretarse en el sentido de que una práctica comercial consistente en presentar simultáneamente al consumidor una oferta de préstamo personal y una de un producto de seguro no vinculado a ese préstamo constituye una práctica comercial agresiva en cualquier circunstancia o, al menos, una práctica comercial considerada desleal en cualquier circunstancia, en el sentido de la Directiva.
- 62 En primer lugar, procede recordar que el capítulo 2 de la Directiva 2005/29, que lleva por título «Prácticas comerciales desleales», incluye dos secciones, a saber, la sección 1, relativa a las prácticas comerciales engañosas, y la sección 2, relativa a las prácticas comerciales agresivas.
- 63 El artículo 5 de esa Directiva, que figura en el capítulo 2 de la misma, prohíbe, en su apartado 1, las prácticas comerciales desleales y establece, en su apartado 2, los criterios que permiten determinar si una práctica comercial presenta carácter desleal.

- 64 Tal artículo 5 precisa, en su apartado 4, que son desleales, en particular, las prácticas comerciales que sean «engañosas», en el sentido de los artículos 6 y 7 de la referida Directiva, y las que sean «agresivas», en el sentido de los artículos 8 y 9 de esta misma Directiva.
- 65 El apartado 5 del citado artículo 5 prevé, además, que el anexo I de la Directiva 2005/29 contiene la lista de las prácticas comerciales que se consideran desleales en cualquier circunstancia y que esa lista, que se aplica en todos los Estados miembros, solo podrá modificarse mediante una revisión de esa Directiva.
- 66 A este respecto, el considerando 17 de la Directiva 2005/29 precisa que, para incrementar la seguridad jurídica, únicamente las prácticas enumeradas en el anexo I se considerarán desleales en cualquier circunstancia, sin que deba llevarse a cabo un examen pormenorizado de que se dan en cada caso concreto los supuestos contemplados en los artículos 5 a 9 de esa Directiva.
- 67 Puesto que el anexo I de la Directiva 2005/29 constituye una lista completa y exhaustiva de las prácticas comerciales que se consideran desleales en cualquier circunstancia, una práctica comercial como la de «encuadramiento» controvertida en el litigio principal únicamente puede calificarse de práctica comercial agresiva en cualquier circunstancia, e incluso, de manera más general, de práctica comercial desleal en cualquier circunstancia, en el sentido de esa Directiva, a condición de que corresponda a una de las situaciones enumeradas en dicho anexo.
- 68 Pues bien, la lectura del referido anexo permite constatar que no existe tal correspondencia, que, por otra parte, no se ha alegado en el litigio principal.
- 69 Por consiguiente, es preciso concluir que una práctica comercial como la de «encuadramiento», controvertida en el litigio principal, consistente en presentar simultáneamente al consumidor una oferta de préstamo personal y una de un producto de seguro no vinculado a ese préstamo, no constituye una práctica que pueda calificarse de práctica comercial agresiva en cualquier circunstancia ni tampoco de práctica comercial desleal en cualquier circunstancia, en el sentido de dicha Directiva.
- 70 Dicho esto, dado que, habida cuenta de los autos remitidos al Tribunal de Justicia, no puede excluirse que la AGCM haya calificado la práctica controvertida en el litigio principal de «agresiva» tras un análisis exhaustivo de la práctica comercial en cuestión, teniendo en cuenta las circunstancias del caso, procede, en segundo lugar, para aportar una respuesta útil al órgano jurisdiccional remitente, examinar si una práctica comercial de «encuadramiento» puede constituir una práctica comercial agresiva, en el sentido de la Directiva 2005/29, por el único motivo de que consiste en presentar simultáneamente a un consumidor una oferta de préstamo personal y una de un producto de seguro no vinculado a ese préstamo, sin conceder al consumidor un plazo de reflexión entre la firma de ambos contratos relativos a estas ofertas, aun cuando esta práctica pudiera generar un sesgo de encuadramiento y, de este modo, dar al consumidor la impresión de que debe suscribir obligatoriamente un seguro para obtener un préstamo personal.
- 71 Del artículo 8 de la Directiva 2005/29 se desprende que una práctica comercial se considera agresiva si merma o puede mermar de forma importante, mediante el acoso, la coacción, incluido el uso de la fuerza, o la influencia indebida, la libertad de elección o conducta del consumidor medio con respecto al producto y, por consiguiente, le hace o puede hacerle tomar una decisión sobre una transacción que de otra forma no hubiera tomado.
- 72 Pues bien, a falta de definición de los conceptos de «acoso» y de «coacción», en el sentido de tal artículo 8, es preciso, para definirlos, referirse al sentido habitual que estos términos tienen en el lenguaje corriente, que excluye que una práctica comercial pueda comportar una forma de acoso o de coacción por el mero hecho de que presente las características de una práctica comercial de encuadramiento.
- 73 En cuanto a la posibilidad de que ese tipo de práctica comercial pueda ejercer una «influencia indebida», en el sentido del artículo 8, procede recordar que este último concepto, definido en el artículo 2, letra j), de la Directiva 2005/29, comprende la utilización de una posición de poder en relación con el consumidor para ejercer presión sobre él, incluso sin usar la fuerza física ni amenazar con su uso, de una forma que limite de manera significativa la capacidad del consumidor de tomar una

decisión con el debido conocimiento de causa. Como se desprende de la jurisprudencia del Tribunal de Justicia, la influencia indebida no es necesariamente una influencia ilícita, sino aquella que, sin perjuicio de su licitud, comporta de manera activa, a través de una presión, el condicionamiento forzado de la voluntad del consumidor (sentencia de 12 de junio de 2019, *Orange Polska*, C-628/17, EU:C:2019:480, apartado 33).

- 74 Así, la aplicación por un comerciante de un modo de celebración o de modificación de los contratos puede calificarse de «práctica comercial agresiva» por el ejercicio de una influencia indebida mediante la adopción de comportamientos desleales que tienen por efecto ejercer presión sobre el consumidor de forma que su libertad de elección se vea afectada de forma significativa, como comportamientos que pueden incomodar a un consumidor medio o perturbar su reflexión (véase, en este sentido, la sentencia de 12 de junio de 2019, *Orange Polska*, C-628/17, EU:C:2019:480, apartado 47).
- 75 Pues bien, una práctica consistente en presentar simultáneamente a un consumidor una oferta de préstamo personal y una de un producto de seguro no vinculado a ese préstamo, sin dejarle un plazo de reflexión entre la firma de los contratos relativos a dichas ofertas, no implica, como tal, la existencia de actos de presión, aun cuando esta práctica pueda generar un sesgo de encuadramiento. Por consiguiente, tal práctica no puede caracterizar, por sí sola, una «influencia indebida» en el sentido del artículo 8 de la Directiva 2005/29.
- 76 Dicho esto, procede recordar que la Directiva 2005/29 menciona, entre las prácticas comerciales desleales, no solo las prácticas comerciales agresivas, sino también las prácticas comerciales engañosas, definidas en el artículo 6, apartado 1, letra e), de dicha Directiva en el sentido de que incluyen las prácticas comerciales que, de alguna manera, inducen o pueden inducir a error al consumidor medio por lo que respecta, en particular, a la necesidad de un servicio y que hacen o puedan hacerle tomar una decisión sobre una transacción que de otro modo no hubiera tomado.
- 77 Por lo tanto, en el litigio principal, la práctica controvertida solo podría calificarse de «agresiva», en el sentido del artículo 8 de la Directiva 2005/29, si, al llevarla a cabo, el comerciante no solo no concedió al consumidor un período de reflexión entre la firma del contrato de préstamo y del de seguro, sino que, además, recurrió al acoso, a la coacción o al ejercicio de una influencia indebida. Pero, incluso a falta de acoso, de coacción o de influencia indebida, dicha práctica podrá calificarse de «práctica comercial engañosa» y, en consecuencia, de «práctica comercial desleal», si cumple los requisitos establecidos en los artículos 6 y 7 de esta Directiva.
- 78 A este respecto, procede recordar que de la jurisprudencia se desprende que es esencial facilitar al consumidor, incluso antes de la celebración del contrato, información clara y adecuada (véase, en este sentido, la sentencia de 12 de junio de 2019, *Orange Polska*, C-628/17, EU:C:2019:480, apartado 34 y jurisprudencia citada).
- 79 Pues bien, la presentación simultánea de dos ofertas de servicios distintos, aun cuando tales ofertas no estén jurídicamente vinculadas, puede requerir que se facilite información adicional al consumidor, precisamente para que este no sea inducido a error sobre la falta de relación entre dichas ofertas.
- 80 En el caso de autos, de la resolución de remisión se desprende que la presentación de las dos ofertas controvertidas en el litigio principal habría podido hacer creer al consumidor que no era posible obtener el préstamo sin suscribir un producto de seguro de que se trata, máxime cuando determinados riesgos relativos al préstamo estaban cubiertos por dicha póliza de seguro, como, en particular, el deterioro del estado de salud, que puede obstaculizar el cumplimiento de las obligaciones contractuales relativas al préstamo.
- 81 Por otra parte, el órgano jurisdiccional remitente se refiere, en su tercera cuestión prejudicial, a la situación de necesidad en la que se encuentra normalmente la persona que solicita financiación, la complejidad de los contratos sometidos a la firma del consumidor, la presentación simultánea de las ofertas cruzadas y la brevedad del plazo concedido para suscribir la oferta de que se trata.
- 82 Sin embargo, de la resolución de remisión también se desprende que *Compass Banca* alega haber informado debidamente a los consumidores afectados de que el producto de seguro controvertido en el

litigio principal no estaba vinculado al préstamo personal y que entregó a dichos consumidores los documentos pertinentes, incluso durante la fase precontractual.

83 En definitiva, corresponde al órgano jurisdiccional remitente comprobar si la práctica comercial controvertida en el litigio principal puede constituir una «práctica comercial desleal», en particular en la medida en que pueda calificarse de «práctica comercial engañosa», en el sentido de los artículos 6 y 7 de la Directiva 2005/29, o de «práctica comercial agresiva», en el sentido de los artículos 8 y 9 de dicha Directiva.

84 A la vista de las consideraciones anteriores, procede responder a la segunda cuestión prejudicial que los artículos 2, letra j), 5, apartados 2 y 5, 8 y 9 de la Directiva 2005/29 deben interpretarse en el sentido de que la práctica comercial consistente en presentar simultáneamente al consumidor una oferta de préstamo personal y una de un producto de seguro no vinculado a ese préstamo no constituye ni una práctica comercial agresiva en cualquier circunstancia ni tampoco una práctica comercial desleal en cualquier circunstancia, en el sentido de dicha Directiva.

Tercera cuestión prejudicial

85 Mediante su tercera cuestión prejudicial, el órgano jurisdiccional remitente pregunta, en esencia, si la Directiva 2005/29 debe interpretarse en el sentido de que se opone a una medida nacional que permite a una autoridad nacional, tras haber constatado el carácter «agresivo» o, de manera más general, «desleal» de una práctica comercial adoptada por un comerciante determinado, imponer a dicho comerciante la obligación de conceder al consumidor un plazo razonable de reflexión entre las fechas de firma del contrato de seguro y del contrato de préstamo.

86 A este respecto, procede señalar que, en virtud del artículo 1 de la Directiva 2005/29, esta tiene por objeto contribuir al buen funcionamiento del mercado interior y alcanzar un elevado nivel de protección de los consumidores mediante la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros sobre las prácticas comerciales desleales que perjudican a los intereses económicos de los consumidores.

87 Como se desprende del considerando 14 de la Directiva 2005/29, dado que esta aproximación adopta la forma de una armonización completa de estas disposiciones de los Estados miembros, debe señalarse que dicha Directiva prohíbe a estos mismos Estados miembros mantener o adoptar medidas pertenecientes a este ámbito armonizado que la Directiva 2005/29 no enuncia o autoriza, incluso cuando tales medidas tengan por objeto garantizar un nivel de protección más elevado de los consumidores (véase, en este sentido, la sentencia de 9 de noviembre de 2010, Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag, C-540/08, EU:C:2010:660, apartado 38).

88 Pues bien, como se desprende de la respuesta a la segunda cuestión prejudicial, una práctica comercial como la de «encuadramiento» controvertida en el litigio principal no constituye una práctica comercial agresiva en cualquier circunstancia, ni siquiera una práctica desleal en cualquier circunstancia, en el sentido de la Directiva 2005/29.

89 Es cierto que, en virtud del artículo 3, apartado 9, de esta Directiva, por lo que respecta a los servicios financieros, en el sentido de la Directiva 2002/65, que incluyen cualquier servicio relacionado con el crédito o los seguros, los Estados miembros podrán imponer requisitos más exigentes o más restrictivos que los contenidos en la Directiva 2005/29 en el ámbito en el que esta pretende aproximar las disposiciones en vigor.

90 No obstante, por una parte, tal facultad debe ejercerse respetando las disposiciones imperativas del Derecho de la Unión, en su caso, de cualquier otro instrumento pertinente. Por otra parte, para que una autoridad pueda, en virtud de dicha facultad, imponer requisitos más restrictivos o más rigurosos que los previstos en la Directiva 2005/29, el Estado miembro interesado debe haber ejercido dicha facultad con la especificidad, precisión y claridad exigidas por la seguridad jurídica [véase, por analogía, la sentencia de 3 de septiembre de 2020, Subdelegación del Gobierno en Barcelona (Residentes de larga duración), C-503/19 y C-592/19, EU:C:2020:629, apartado 35 y jurisprudencia citada].

- 91 Por consiguiente, la Directiva 2005/29 se opone a que una autoridad nacional pueda establecer, con el fin de proteger a los consumidores, una obligación general o preventiva de respetar un determinado plazo de reflexión en caso de práctica comercial consistente en presentar simultáneamente una oferta de un producto de seguro y una de contrato de préstamo, cuando ni tal obligación ni la competencia de dicha autoridad para establecer tal obligación han sido expresamente dispuestas en la legislación nacional.
- 92 En cambio, la Directiva 2005/29 no se opone a que los Estados miembros establezcan en su legislación nacional que una autoridad competente pueda, tras comprobar mediante un examen detallado de la práctica comercial de un comerciante determinado que dicha práctica es «agresiva», o incluso, con carácter más general, «desleal», en el sentido de dicha Directiva, ejercer la facultad de dictar órdenes conminatorias con respecto a dicho comerciante.
- 93 En efecto, en virtud del artículo 11, apartado 1, párrafo primero, de la Directiva 2005/29, los Estados miembros velarán por que existan medios adecuados y eficaces para luchar contra las prácticas comerciales desleales, con miras al cumplimiento de las disposiciones de tal Directiva.
- 94 Dicho esto, procede señalar, en particular, que, por una parte, el artículo 4 de la Directiva 2005/29 establece expresamente que los Estados miembros no podrán restringir la libre prestación de servicios por razones pertinentes al ámbito objeto de la aproximación que lleva a cabo esta Directiva. Por otra parte, con arreglo al artículo 51, apartado 1, de la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea, cuando los Estados miembros apliquen el Derecho de la Unión deberán respetar los derechos garantizados por esta.
- 95 Pues bien, una medida adoptada por una autoridad nacional que, para hacer cesar una práctica comercial agresiva, imponga la concesión de un plazo razonable de reflexión entre las fechas de firma del contrato de préstamo personal y la del contrato de seguro podría vulnerar la libre prestación de servicios y restringir la libertad de empresa del comerciante de que se trate.
- 96 Por consiguiente, de conformidad con el principio de proporcionalidad, una autoridad nacional solo puede recurrir a tal medida si se demuestra que, habida cuenta de las razones que la llevaron a calificar la práctica comercial en cuestión de «agresiva» o, al menos, de «desleal», no existen otros medios igualmente eficaces para poner fin a esa práctica que resulten menos lesivos de la libre prestación de servicios y de la libertad de empresa del comerciante de que se trate.
- 97 Habida cuenta de todas las consideraciones anteriores, procede responder a la tercera cuestión prejudicial que la Directiva 2005/29 debe interpretarse en el sentido de que no se opone a una medida nacional que permite a una autoridad nacional, tras haber constatado el carácter «agresivo» o, más en general, «desleal» de una práctica comercial adoptada por un comerciante determinado, imponer a dicho comerciante la obligación de conceder al consumidor un plazo de reflexión razonable entre las fechas de la firma del contrato de seguro y la del contrato de préstamo, a menos que existan otros medios menos lesivos de la libertad de empresa que sean igualmente eficaces para poner fin al carácter «agresivo» o, más generalmente, «desleal» de dicha práctica.

Cuarta cuestión prejudicial

- 98 Mediante su cuarta cuestión prejudicial, el órgano jurisdiccional remitente pregunta, en esencia, si el artículo 24, apartado 3, de la Directiva 2016/97 debe interpretarse en el sentido de que se opone a que una autoridad nacional exija a un comerciante cuya práctica comercial de encuadramiento se considere «agresiva», en el sentido de los artículos 8 y 9 de la Directiva 2005/29, o, de manera más general, «desleal», en el sentido del artículo 5, apartado 2, de esa Directiva, que, para poner fin a esa práctica, conceda al consumidor un plazo de reflexión razonable entre las fechas de firma de los dos contratos de que se trata.
- 99 Procede señalar, de entrada, que la cuarta cuestión prejudicial está relacionada con la venta cruzada de un préstamo personal y de un producto de seguro y que la distribución de productos de seguro se rige por la Directiva 2016/97.

- 100 A este respecto, conviene recordar que, en virtud del artículo 3, apartado 4, de la Directiva 2005/29, en caso de conflicto entre las disposiciones de esa Directiva y otras normas de la Unión que regulen aspectos concretos de las prácticas comerciales desleales, estas últimas prevalecerán y serán aplicables a esos aspectos concretos.
- 101 El artículo 24 de la Directiva 2016/97 somete a los distribuidores de productos de seguro, que son objeto de venta cruzada con otros productos, a obligaciones específicas.
- 102 En virtud del artículo 24, apartado 3, de la Directiva 2016/97, que es la única disposición mencionada por el órgano jurisdiccional remitente en el marco de su cuarta cuestión prejudicial, cuando un producto de seguro sea auxiliar a un bien o servicio que no sea de seguros, como parte de un paquete o del mismo acuerdo, el distribuidor de seguros debe ofrecer al cliente la posibilidad de adquirir el bien o servicio por separado.
- 103 Pues bien, de conformidad con el artículo 24, apartado 7, de la Directiva 2016/97, los Estados miembros podrán mantener o adoptar medidas adicionales más estrictas o actuar en casos particulares para prohibir la venta de productos de seguro junto con servicios o productos auxiliares distintos de los seguros como parte de un paquete o el mismo acuerdo cuando puedan demostrar que dichas prácticas redundan en perjuicio de los consumidores. Como indicó el Abogado General en el punto 92 de sus conclusiones, esta disposición solo se aplica si, por una parte, el producto de seguro puede considerarse el producto «principal» y el otro producto o servicio es «auxiliar» o «accesorio», y, por otra parte, ambos productos se ofrecen «como parte de un paquete o [d]el mismo acuerdo».
- 104 Dicho esto, procede señalar que la norma que figura en el artículo 24, apartado 3, de la Directiva 2016/97 no regula aspectos concretos de las prácticas comerciales desleales, sino que se limita a exigir, con independencia de cualquier consideración relativa a la lealtad de la práctica comercial en cuestión, que, si tales productos o servicios son objeto de una «venta cruzada» a los consumidores, estos deben tener la posibilidad de comprarlos por separado.
- 105 Así pues, dicho artículo 24, apartado 3, no obliga a las autoridades nacionales competentes a ir más allá de lo que exige la Directiva 2005/29. En efecto, esta disposición se limita a exigir que, si tales productos o servicios son objeto de «venta cruzada», los consumidores también tengan la opción de comprarlos por separado.
- 106 Además, como lo ha subrayado el Abogado General en el punto 95 de sus conclusiones, dicha disposición tampoco obliga a esas autoridades a hacer nada menos de lo que tienen derecho a hacer en virtud de la Directiva 2005/29.
- 107 Teniendo en cuenta todos los motivos anteriores, procede responder a la cuarta cuestión prejudicial que el artículo 24, apartado 3, de la Directiva 2016/97 debe interpretarse en el sentido de que no se opone a que una autoridad nacional exija a un comerciante cuya práctica comercial de encuadramiento se considere «agresiva», en el sentido de los artículos 8 y 9 de la Directiva 2005/29, o, de manera más general, «desleal», en el sentido del artículo 5, apartado 2, de esa Directiva, que, para poner fin a esa práctica, conceda al consumidor un plazo de reflexión razonable entre las fechas de firma de los contratos de que se trata.

Quinta cuestión prejudicial

- 108 Mediante su quinta cuestión prejudicial, el órgano jurisdiccional remitente se pregunta, en esencia, si la Directiva 2005/29 debe interpretarse en el sentido de que la calificación de un tipo de práctica comercial como «agresiva» en cualquier circunstancia, en el sentido de los artículos 8 y 9 de dicha Directiva, o, más generalmente, «desleal» en cualquier circunstancia, en el sentido del artículo 5, apartado 2, de dicha Directiva, da lugar a una inversión de la carga de la prueba, de forma que recaea sobre el comerciante, que es contraria al Derecho de la Unión.
- 109 Como se desprende de la respuesta a la segunda cuestión prejudicial, contenida en el apartado 84 de la presente sentencia, una práctica comercial como la controvertida en el litigio principal no puede calificarse de práctica comercial agresiva en cualquier circunstancia, o, de manera más general, de práctica comercial desleal en cualquier circunstancia, en el sentido de la Directiva 2005/29.

110 Habida cuenta de tal respuesta, no es preciso responder a la quinta cuestión prejudicial planteada.

Costas

111 Dado que el procedimiento tiene, para las partes del litigio principal, el carácter de un incidente promovido ante el órgano jurisdiccional remitente, corresponde a este resolver sobre las costas. Los gastos efectuados por quienes, no siendo partes del litigio principal, han presentado observaciones ante el Tribunal de Justicia no pueden ser objeto de reembolso.

En virtud de todo lo expuesto, el Tribunal de Justicia (Sala Quinta) declara:

1) **La Directiva 2005/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de mayo de 2005, relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores en el mercado interior, que modifica la Directiva 84/450/CEE del Consejo, las Directivas 97/7/CE, 98/27/CE y 2002/65/CE del Parlamento Europeo y del Consejo y el Reglamento (CE) n.º 2006/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo (Directiva sobre las prácticas comerciales desleales),**

debe interpretarse en el sentido de que

el concepto de «consumidor medio», tal como lo utiliza dicha Directiva, debe definirse en relación con un consumidor normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz. Sin embargo, tal definición no excluye que la capacidad de decisión de un individuo pueda verse alterada por limitaciones tales como los sesgos cognitivos.

2) **Los artículos 2, letra j), 5, apartados 2 y 5, 8 y 9 de la Directiva 2005/29**

deben interpretarse en el sentido de que

la práctica comercial consistente en presentar simultáneamente al consumidor una oferta de préstamo personal y una de un producto de seguro no vinculado a ese préstamo no constituye una práctica comercial agresiva en cualquier circunstancia ni tampoco una práctica comercial desleal en cualquier circunstancia, en el sentido de dicha Directiva.

3) **La Directiva 2005/29**

debe interpretarse en el sentido de que

no se opone a una medida nacional que permite a una autoridad nacional, tras haber constatado el carácter «agresivo» o, más en general, «desleal» de una práctica comercial adoptada por un comerciante determinado, imponer a dicho comerciante la obligación de conceder al consumidor un plazo de reflexión razonable entre las fechas de la firma del contrato de seguro y la del contrato de préstamo, a menos que existan otros medios menos lesivos de la libertad de empresa que sean igualmente eficaces para poner fin al carácter «agresivo» o, más generalmente, «desleal» de dicha práctica.

4) **El artículo 24, apartado 3, de la Directiva (UE) 2016/97 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de enero de 2016, sobre la distribución de seguros,**

debe interpretarse en el sentido de que

no se opone a que una autoridad nacional exija a un comerciante cuya práctica comercial de encuadramiento se considere «agresiva», en el sentido de los artículos 8 y 9 de la Directiva 2005/29, o, de manera más general, «desleal», en el sentido del artículo 5, apartado 2, de esa Directiva, que, para poner fin a esa práctica, conceda al consumidor un plazo de reflexión razonable entre las fechas de firma de los contratos de que se trata.

Firmas

*
— Lengua de procedimiento: italiano.