



## Recueil de la jurisprudence

ARRÊT DE LA COUR (cinquième chambre)

14 novembre 2024\*

« Renvoi préjudiciel – Protection des consommateurs – Directive 2005/29/CE – Article 2, sous j), Articles 5, 8 et 9 – Notion de “consommateur moyen” – Pratiques commerciales déloyales des entreprises à l’égard des consommateurs – Notion de “pratique commerciale agressive” – Vente croisée d’un prêt personnel et d’un produit d’assurance non lié à ce prêt – Orientation des informations fournies au consommateur – Notion de “*framing*” (cadrage) – Pratique commerciale consistant à proposer simultanément à un consommateur une offre de prêt personnel et une offre d’un produit d’assurance non lié à ce prêt – Absence de délai de réflexion entre la signature du contrat de prêt et celle du contrat d’assurance – Directive (UE) 2016/97 – Article 24 »

Dans l’affaire C-646/22,

ayant pour objet une demande de décision préjudicielle au titre de l’article 267 TFUE, introduite par le Consiglio di Stato (Conseil d’État, Italie), par décision du 10 octobre 2022, parvenue à la Cour le 13 octobre 2022, dans la procédure

**Compass Banca SpA**

contre

**Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato,**

en présence de :

**Metlife Europe Dac,**

**Metlife Europe Insurance Dac,**

**Europ Assistance Italia SpA,**

LA COUR (cinquième chambre),

composée de M. I. Jarukaitis, président de la quatrième chambre, faisant fonction de président de la cinquième chambre, MM. E. Regan et Z. Csehi (rapporteur), juges,

avocat général : M. N. Emiliou,

greffier : M. A. Calot Escobar,

\* Langue de procédure : l’italien.

vu la procédure écrite,

considérant les observations présentées :

- pour Compass Banca SpA, par M<sup>es</sup> F. Caronna, D. Gallo, E. A. Raffaelli, M. Siragusa, E. Teti, G. Vercillo et A. Zoppini, avvocati,
- pour Europ Assistance Italia SpA, par M<sup>es</sup> P. Fattori, A. Lirosi et A. Pera, avvocati,
- pour le gouvernement italien, par M<sup>me</sup> G. Palmieri, en qualité d’agent, assistée de M<sup>me</sup> A. Collabolletta et M. P. Gentili, avvocati dello Stato,
- pour la Commission européenne, par M<sup>me</sup> D. Recchia, M. N. Ruiz García et M<sup>me</sup> H. Tserepa-Lacombe, en qualité d’agents,

ayant entendu l’avocat général en ses conclusions à l’audience du 25 avril 2024,

rend le présent

### **Arrêt**

- 1 La demande de décision préjudicielle porte sur l’interprétation de l’article 2, sous j), ainsi que des articles 8 et 9 de la directive 2005/29/CE du Parlement européen et du Conseil, du 11 mai 2005, relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur et modifiant la directive 84/450/CEE du Conseil et les directives 97/7/CE, 98/27/CE et 2002/65/CE du Parlement européen et du Conseil et le règlement (CE) n° 2006/2004 du Parlement européen et du Conseil (« directive sur les pratiques commerciales déloyales ») (JO 2005, L 149, p. 22), ainsi que de l’article 24, paragraphe 3, de la directive (UE) 2016/97 du Parlement européen et du Conseil, du 20 janvier 2016, sur la distribution d’assurances (JO 2016, L 26, p. 19).
- 2 Cette demande a été présentée dans le cadre d’un litige opposant Compass Banca SpA à l’Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (autorité garante de la concurrence et du marché, Italie) (ci-après l’« AGCM ») au sujet des décisions de celle-ci concernant une pratique commerciale de cette société.

### **Le cadre juridique**

#### ***Le droit de l’Union***

##### *La directive 2005/29*

- 3 Les considérants 7, 11, 13, 14, 17, 18 et 21 de la directive 2005/29 énoncent :
  - « (7) La présente directive porte sur les pratiques commerciales qui visent directement à influencer les décisions commerciales des consommateurs à l’égard de produits. [...]

[...]

- (11) Le niveau élevé de convergence résultant du rapprochement des dispositions nationales assuré par la présente directive crée un niveau commun élevé de protection des consommateurs. La présente directive établit une interdiction générale unique des pratiques commerciales déloyales qui altèrent le comportement économique des consommateurs. Elle établit également des règles sur les pratiques commerciales agressives, qui ne sont pas actuellement réglementées au niveau communautaire.

[...]

- (13) Pour atteindre les objectifs communautaires en éliminant les entraves au marché intérieur, il est nécessaire de remplacer les clauses générales et principes juridiques divergents actuellement en vigueur dans les États membres. L'interdiction générale commune et unique établie par la présente directive couvre donc les pratiques commerciales déloyales altérant le comportement économique des consommateurs. Afin de renforcer la confiance des consommateurs, l'interdiction générale devrait aussi s'appliquer aux pratiques commerciales déloyales qui sont utilisées en dehors de toute relation contractuelle entre le professionnel et le consommateur ou consécutivement à la conclusion d'un contrat ou durant l'exécution de celui-ci. Cette interdiction générale est développée par les règles relatives aux deux types de pratiques commerciales de loin les plus nombreuses, à savoir les pratiques commerciales trompeuses et les pratiques commerciales agressives.

- (14) Il est souhaitable que les pratiques commerciales trompeuses couvrent les pratiques, y compris la publicité trompeuse, qui, en induisant le consommateur en erreur, l'empêchent de faire un choix en connaissance de cause et donc de façon efficace. [...] L'approche adoptée dans la présente directive, qui consiste en une harmonisation complète, n'empêche pas les États membres de préciser dans leur droit national les principales caractéristiques de produits particuliers, par exemple les objets de collection ou les biens électriques, dont l'omission serait substantielle lors d'une invitation à l'achat. [...]

[...]

- (17) Afin d'apporter une plus grande sécurité juridique, il est souhaitable d'identifier les pratiques commerciales qui sont, en toutes circonstances, déloyales. L'annexe I contient donc la liste complète de toutes ces pratiques. Il s'agit des seules pratiques commerciales qui peuvent être considérées comme déloyales sans une évaluation au cas par cas au titre des dispositions des articles 5 à 9. Cette liste ne peut être modifiée que par une révision de la directive.

- (18) Il convient de protéger tous les consommateurs des pratiques commerciales déloyales. La Cour de justice a toutefois estimé nécessaire, lorsqu'elle a statué sur des affaires de publicité depuis la transposition de la directive 84/450/CEE [du Conseil, du 10 septembre 1984, relative au rapprochement des dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres en matière de publicité trompeuse (JO 1984, L 250, p. 17)], d'examiner leurs effets pour un consommateur typique fictif. Conformément au principe de proportionnalité, et en vue de permettre l'application effective des protections qui en relèvent, la présente directive prend comme critère d'évaluation le consommateur moyen qui est normalement informé et raisonnablement attentif et avisé, compte tenu des facteurs sociaux, culturels et linguistiques, selon l'interprétation donnée par la Cour de

justice, mais prévoit également des dispositions visant à empêcher l'exploitation de consommateurs dont les caractéristiques les rendent particulièrement vulnérables aux pratiques commerciales déloyales. [...] La notion de consommateur moyen n'est pas une notion statistique. Les juridictions et les autorités nationales devront s'en remettre à leur propre faculté de jugement, en tenant compte de la jurisprudence de la Cour de justice, pour déterminer la réaction typique du consommateur moyen dans un cas donné.

[...]

- (21) Les personnes ou organisations considérées, selon la législation nationale, comme ayant un intérêt légitime à agir doivent disposer de voies de recours pour engager une action contre des pratiques commerciales déloyales, soit devant un tribunal, soit auprès d'une autorité administrative compétente pour statuer sur les plaintes ou pour engager une action en justice appropriée. Bien que la charge de la preuve doive être déterminée conformément à la législation nationale, il convient que les tribunaux et les autorités administratives soient habilités à exiger des professionnels qu'ils fournissent des preuves sur l'exactitude de leurs allégations factuelles. »

- 4 L'article 1<sup>er</sup> de cette directive, intitulé « Objectif », dispose :

« L'objectif de la présente directive est de contribuer au bon fonctionnement du marché intérieur et d'assurer un niveau élevé de protection des consommateurs en rapprochant les dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives aux pratiques commerciales déloyales qui portent atteinte aux intérêts économiques des consommateurs. »

- 5 Aux termes de l'article 2 de ladite directive, intitulé « Définitions » :

« Aux fins de la présente directive, on entend par :

[...]

- b) "professionnel" : toute personne physique ou morale qui, pour les pratiques commerciales relevant de la présente directive, agit à des fins qui entrent dans le cadre de son activité, commerciale, industrielle, artisanale ou libérale, et toute personne agissant au nom ou pour le compte d'un professionnel ;

[...]

- d) "pratiques commerciales des entreprises vis-à-vis des consommateurs" (ci-après également dénommées "pratiques commerciales") : toute action, omission, conduite, démarche ou communication commerciale, y compris la publicité et le marketing, de la part d'un professionnel, en relation directe avec la promotion, la vente ou la fourniture d'un produit aux consommateurs ;

- e) "altération substantielle du comportement économique des consommateurs" : l'utilisation d'une pratique commerciale compromettant sensiblement l'aptitude du consommateur à prendre une décision en connaissance de cause et l'amenant par conséquent à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement ;

[...]

- j) “influence injustifiée” : l’utilisation d’une position de force vis-à-vis du consommateur de manière à faire pression sur celui-ci, même sans avoir recours à la force physique ou menacer de le faire, de telle manière que son aptitude à prendre une décision en connaissance de cause soit limitée de manière significative ;
- k) “décision commerciale” : toute décision prise par un consommateur concernant l’opportunité, les modalités et les conditions relatives au fait d’acheter, de faire un paiement intégral ou partiel pour un produit, de conserver ou de se défaire d’un produit ou d’exercer un droit contractuel en rapport avec le produit ; une telle décision peut amener le consommateur, soit à agir, soit à s’abstenir d’agir ;

[...] »

- 6 L’article 3 de la même directive, intitulé « Champ d’application », prévoit, à ses paragraphes 4 et 9 :

« 4. En cas de conflit entre les dispositions de la présente directive et d’autres règles communautaires régissant des aspects spécifiques des pratiques commerciales déloyales, ces autres règles priment et s’appliquent à ces aspects spécifiques.

[...]

9. Pour ce qui est des “services financiers”, au sens de la directive 2002/65/CE [du Parlement européen et du Conseil, du 23 septembre 2002, concernant la commercialisation à distance de services financiers auprès des consommateurs, et modifiant les directives 90/619/CEE du Conseil, 97/7/CE et 98/27/CE (JO 2002, L 271, p. 16)], et des biens immobiliers, les États membres peuvent imposer des exigences plus restrictives ou plus rigoureuses que celles prévues par la présente directive dans le domaine dans lequel cette dernière vise au rapprochement des dispositions en vigueur. »

- 7 L’article 4 de la directive 2005/29, intitulé « Marché intérieur », dispose :

« Les États membres ne restreignent ni la libre prestation de services, ni la libre circulation des marchandises pour des raisons relevant du domaine dans lequel la présente directive vise au rapprochement des dispositions en vigueur. »

- 8 L’article 5 de cette directive, intitulé « Interdiction des pratiques commerciales déloyales », figurant au chapitre 2 de celle-ci, intitulé « Pratiques commerciales déloyales », est ainsi libellé :

« 1. Les pratiques commerciales déloyales sont interdites.

2. Une pratique commerciale est déloyale si :

a) elle est contraire aux exigences de la diligence professionnelle,

et

b) elle altère ou est susceptible d’altérer de manière substantielle le comportement économique, par rapport au produit, du consommateur moyen qu’elle touche ou auquel elle s’adresse, ou du membre moyen du groupe lorsqu’une pratique commerciale est ciblée vers un groupe particulier de consommateurs.

[...]

4. En particulier, sont déloyales les pratiques commerciales qui sont :

a) trompeuses au sens des articles 6 et 7,

ou

b) agressives au sens des articles 8 et 9.

5. L'annexe I contient la liste des pratiques commerciales réputées déloyales en toutes circonstances. Cette liste unique s'applique dans tous les États membres et ne peut être modifiée qu'au travers d'une révision de la présente directive. »

9 La section 1, intitulée « Pratiques commerciales trompeuses », de ce chapitre 2, comprend les articles 6 et 7 de ladite directive. Cet article 6, intitulé « Actions trompeuses », prévoit, à son paragraphe 1, sous e) :

« Une pratique commerciale est réputée trompeuse si elle contient des informations fausses, et qu'elle est donc mensongère ou que, d'une manière quelconque, y compris par sa présentation générale, elle induit ou est susceptible d'induire en erreur le consommateur moyen, même si les informations présentées sont factuellement correctes, en ce qui concerne un ou plusieurs des aspects ci-après et que, dans un cas comme dans l'autre, elle l'amène ou est susceptible de l'amener à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement :

[...]

e) la nécessité d'un service, [...] »

10 L'article 7 de la même directive, intitulé « Omissions trompeuses », énonce, à ses paragraphes 1 et 2 :

« 1. Une pratique commerciale est réputée trompeuse si, dans son contexte factuel, compte tenu de toutes ses caractéristiques et des circonstances ainsi que des limites propres au moyen de communication utilisé, elle omet une information substantielle dont le consommateur moyen a besoin, compte tenu du contexte, pour prendre une décision commerciale en connaissance de cause et, par conséquent, l'amène ou est susceptible de l'amener à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement.

2. Une pratique commerciale est également considérée comme une omission trompeuse lorsqu'un professionnel, compte tenu des aspects mentionnés au paragraphe 1, dissimule une information substantielle visée audit paragraphe ou la fournit de façon peu claire, inintelligible, ambiguë ou à contretemps, ou lorsqu'il n'indique pas sa véritable intention commerciale dès lors que celle-ci ne ressort pas déjà du contexte et lorsque, dans l'un ou l'autre cas, le consommateur moyen est ainsi amené ou est susceptible d'être amené à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement. »

11 La section 2, intitulée « Pratiques commerciales agressives », du chapitre 2 de la directive 2005/29, contient les articles 8 et 9 de celle-ci.

- 12 Aux termes de l'article 8 de cette directive, intitulé « Pratiques commerciales agressives » :
- « Une pratique commerciale est réputée agressive si, dans son contexte factuel, compte tenu de toutes ses caractéristiques et des circonstances, elle altère ou est susceptible d'altérer de manière significative, du fait du harcèlement, de la contrainte, y compris le recours à la force physique, ou d'une influence injustifiée, la liberté de choix ou de conduite du consommateur moyen à l'égard d'un produit, et, par conséquent, l'amène ou est susceptible de l'amener à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement. »
- 13 L'article 9 de ladite directive, intitulé « Utilisation du harcèlement, de la contrainte ou d'une influence injustifiée », dispose :
- « Afin de déterminer si une pratique commerciale recourt au harcèlement, à la contrainte, y compris la force physique, ou à une influence injustifiée, les éléments suivants sont pris en considération :
- a) le moment et l'endroit où la pratique est mise en œuvre, sa nature et sa persistance ;
  - b) le recours à la menace physique ou verbale ;
  - c) l'exploitation en connaissance de cause par le professionnel de tout malheur ou circonstance particulière d'une gravité propre à altérer le jugement du consommateur, dans le but d'influencer la décision du consommateur à l'égard du produit ;
  - d) tout obstacle non contractuel important ou disproportionné imposé par le professionnel lorsque le consommateur souhaite faire valoir ses droits contractuels, et notamment celui de mettre fin au contrat ou de changer de produit ou de fournisseur ;
  - e) toute menace d'action alors que cette action n'est pas légalement possible. »
- 14 L'article 11 de la même directive, intitulé « Application de la législation », prévoit, à son paragraphe 1, premier alinéa :
- « Les États membres veillent à ce qu'il existe des moyens adéquats et efficaces pour lutter contre les pratiques commerciales déloyales afin de faire respecter les dispositions de la présente directive dans l'intérêt des consommateurs. »
- 15 Les points 24 à 31 de l'annexe I de la directive 2005/29, intitulée « Pratiques commerciales réputées déloyales en toutes circonstances », énumèrent et définissent les « [p]ratiques commerciales agressives » comme suit :
- « 24) Donner au consommateur l'impression qu'il ne pourra quitter les lieux avant qu'un contrat n'ait été conclu.
  - 25) Effectuer des visites personnelles au domicile du consommateur, en ignorant sa demande de voir le professionnel quitter les lieux ou de ne pas y revenir, sauf si et dans la mesure où la législation nationale l'autorise pour assurer l'exécution d'une obligation contractuelle.

- 26) Se livrer à des sollicitations répétées et non souhaitées par téléphone, télécopieur, courrier électronique ou tout autre outil de communication à distance, sauf si et dans la mesure où la législation nationale l'autorise pour assurer l'exécution d'une obligation contractuelle. Cette disposition s'entend sans préjudice de l'article 10 de la directive 97/7/CE [du Parlement européen et du Conseil, du 20 mai 1997, concernant la protection des consommateurs en matière de contrats à distance (JO 1997, L 144, p. 19)], et [de la directive 95/46/CE du Parlement européen et du Conseil, du 24 octobre 1995, relative à la protection des personnes physiques à l'égard du traitement des données à caractère personnel et à la libre circulation de ces données (JO 1995, L 281, p. 31) ainsi que de la directive 2002/58/CE du Parlement européen et du Conseil, du 12 juillet 2002, concernant le traitement des données à caractère personnel et la protection de la vie privée dans le secteur des communications électroniques (directive vie privée et communications électroniques) (JO 2002, L 201, p. 37)].
- 27) Obliger un consommateur qui souhaite demander une indemnité au titre d'une police d'assurance à produire des documents qui ne peuvent raisonnablement être considérés comme pertinents pour établir la validité de la demande ou s'abstenir systématiquement de répondre à des correspondances pertinentes, dans le but de dissuader ce consommateur d'exercer ses droits contractuels.
- 28) Dans une publicité, inciter directement les enfants à acheter ou à persuader leurs parents ou d'autres adultes de leur acheter le produit faisant l'objet de la publicité. Cette disposition ne porte pas atteinte à l'article 16 de la directive 89/552/CEE [du Conseil, du 3 octobre 1989, visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives à l'exercice d'activités de radiodiffusion télévisuelle (JO 1989, L 298, p. 23)].
- 29) Exiger le paiement immédiat ou différé de produits fournis par le professionnel sans que le consommateur les ait demandés, ou exiger leur renvoi ou leur conservation, sauf lorsqu'il s'agit d'un produit de substitution fourni conformément à l'article 7, paragraphe 3, de la directive 97/7/CE (fournitures non demandées).
- 30) Informer explicitement le consommateur que s'il n'achète pas le produit ou le service, l'emploi ou les moyens d'existence du professionnel seront menacés.
- 31) Donner la fausse impression que le consommateur a déjà gagné, gagnera ou gagnera en accomplissant tel acte un prix ou un autre avantage équivalent, alors que, en fait,
  - soit il n'existe pas de prix ou autre avantage équivalent,
  - soit l'accomplissement d'une action en rapport avec la demande du prix ou autre avantage équivalent est subordonné à l'obligation pour le consommateur de verser de l'argent ou de supporter un coût. »

*La directive 2016/97*

- 16 L'article 24 de la directive 2016/97, intitulé « Vente croisée », dispose, à ses paragraphes 3 et 7 :

« 3. Lorsqu'un produit d'assurance est un produit accessoire à un bien ou à un service qui n'est pas une assurance dans le cadre d'un lot ou du même accord, le distributeur des produits d'assurance donne au client la possibilité d'acheter le bien ou le service séparément. Ce paragraphe ne s'applique pas en cas de produit d'assurance accessoire à un service ou à une activité d'investissement au sens de l'article 4, paragraphe 1, point 2), de la directive 2014/65/UE [du Parlement européen et du Conseil, du 15 mai 2014, concernant les marchés d'instruments financiers et modifiant la directive 2002/92/CE et la directive 2011/61/UE (JO 2014, L 173, p. 349)], à un contrat de crédit au sens de l'article 4, point 3), de la directive 2014/17/UE du Parlement européen et du Conseil, du 4 février 2014, sur les contrats de crédit aux consommateurs relatifs aux biens immobiliers à usage résidentiel et modifiant les directives 2008/48/CE et 2013/36/UE et le règlement (UE) n° 1093/2010 (JO 2014, L 60, p. 34)] ou à un compte de paiement au sens de l'article 2, point 3, de la directive 2014/92/UE du Parlement européen et du Conseil, du 23 juillet 2014, sur la comparabilité des frais liés aux comptes de paiement, le changement de compte de paiement et l'accès à un compte de paiement assorti de prestations de base (JO 2014, L. 257, p. 214)].

[...]

7. Les États peuvent maintenir ou adopter des mesures supplémentaires plus strictes ou intervenir au cas par cas pour interdire la vente d'une assurance avec un service ou un produit accessoire qui n'est pas une assurance, dans le cadre d'un lot ou du même accord, lorsqu'ils peuvent démontrer que de telles pratiques portent préjudice aux consommateurs. »

***Le droit italien***

*Le code de la consommation*

- 17 L'article 20 du decreto legislativo n. 206, recante codice del consumo a norma dell'articolo 7 della legge di 29 luglio 2003, n. 229 (décret législatif n° 206 portant code de la consommation au sens de l'article 7 de la loi n° 229, du 29 juillet 2003), du 6 septembre 2005 (supplément ordinaire à la GURI n° 235, du 8 octobre 2005, ci-après le « code de la consommation »), qui a transposé la directive 93/13/CEE du Conseil, du 5 avril 1993, concernant les clauses abusives dans les contrats conclus avec les consommateurs (JO 1993, L 95, p. 29), dispose :

« Une pratique commerciale est déloyale si elle est contraire aux exigences de la diligence professionnelle et qu'elle altère ou est susceptible d'altérer de manière appréciable le comportement économique, par rapport au produit, du consommateur moyen qu'elle touche ou auquel elle s'adresse, ou du membre moyen du groupe lorsqu'une pratique commerciale est ciblée vers un groupe particulier de consommateurs. »

- 18 L'article 24 de ce code, intitulé « Pratiques commerciales agressives », qui transpose les exigences contenues à l'article 8 de la directive 2005/29, prévoit :

« 1. Une pratique commerciale est réputée agressive si, dans son contexte factuel, compte tenu de toutes ses caractéristiques et des circonstances, elle altère ou est susceptible d'altérer de manière

significative, du fait du harcèlement, de la contrainte, y compris le recours à la force physique, ou d'une influence injustifiée, la liberté de choix ou de conduite du consommateur moyen à l'égard d'un produit et, par conséquent, l'amène ou est susceptible de l'amener à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement.

[...] »

*Le décret législatif n° 209, du 7 septembre 2005*

- 19 L'article 120-quinquies du decreto legislativo n. 209 – codice delle assicurazioni private (décret législatif n° 209 portant code des assurances privées), du 7 septembre 2005 (supplément ordinaire à la GURI n° 239, du 13 octobre 2005), intitulé « Vente croisée », est ainsi libellé :

« 1. Lorsqu'un distributeur propose un produit d'assurance avec un produit ou un service accessoire qui n'est pas une assurance, dans le cadre d'un lot ou du même accord, il indique au cocontractant s'il est possible d'acheter séparément les diverses composantes et fournit une description adéquate des diverses composantes de l'accord ou du lot, ainsi que des justificatifs séparés des coûts et des frais liés à chaque composante.

2. Dans les circonstances visées au paragraphe 1 et lorsque le risque ou la couverture d'assurance résultant de l'accord ou du lot proposé à un cocontractant est différent de ceux des diverses composantes prises séparément, le distributeur de produits d'assurance fournit une description appropriée des diverses composantes de l'accord ou du lot et expose la manière dont leur interaction modifie le risque ou la couverture d'assurance.

3. Lorsqu'un produit d'assurance est un produit accessoire à un bien ou à un service qui n'est pas une assurance dans le cadre d'un lot ou du même accord, le distributeur de produits d'assurance donne au cocontractant la possibilité d'acheter le bien ou le service séparément. Le présent paragraphe ne s'applique pas si le produit d'assurance est accessoire à un service ou à une activité d'investissement au sens de l'article 1<sup>er</sup>, paragraphe 5, du texte unique régissant les activités d'intermédiaire financier, à un contrat de crédit au sens de l'article 120 quinquies, paragraphe 1, sous c), du texte unique bancaire ou à un compte de paiement au sens de l'article 126 decies du texte unique bancaire.

4. Dans les cas visés aux paragraphes 1 et 3, le distributeur de produits d'assurance précise au cocontractant les raisons pour lesquelles le produit d'assurance qui fait partie du lot global ou du même accord est considéré comme approprié pour satisfaire à ses demandes et besoins.

5. Dans les cas visés aux paragraphes 1 et 3, au vu de l'objectif de protection des assurés, l'[[Istituto per la vigilanza sulle assicurazioni (IVASS) (autorité de surveillance du secteur des assurances, Italie)] peut, concernant l'activité de distribution d'assurances, appliquer les mesures provisoires et d'interdiction prévues par le présent code, y compris le pouvoir d'interdire de vendre, comme partie d'un lot ou du même accord, une assurance avec un service ou produit autre qu'une assurance, indifféremment selon que ce soit l'assurance ou l'autre produit ou service qui présente un caractère accessoire, lorsque cette pratique porte préjudice aux consommateurs. S'agissant des produits d'investissement d'assurance, ces pouvoirs sont exercés par l'IVASS et la [Commissione Nazionale per le Società e la Borsa (Consob) (commission nationale des sociétés et de la Bourse, Italie)] en fonction de leurs compétences respectives.

6. Les dispositions du présent article ne s'appliquent pas à la distribution de produits d'assurance qui offrent une couverture pour différents types de risques.

7. Les présentes dispositions sont sans préjudice de l'application, le cas échéant, des dispositions du code de la consommation [...] »

### **Le litige au principal et les questions préjudicielles**

- 20 Compass Banca, établie en Italie, a proposé à ses clients, entre le mois de janvier 2015 et le mois de juillet 2018, de souscrire à différents prêts personnels ainsi qu'à des produits d'assurance prévoyant la couverture de certains risques sans lien nécessaire avec ces prêts. Il ressort de la décision de renvoi que, même si la souscription d'une assurance n'était pas une condition préalable à l'octroi d'un prêt personnel, elle était néanmoins proposée conjointement avec ce prêt.
- 21 Le 13 septembre 2018, l'AGCM a ouvert une enquête afin de déterminer si cette pratique commerciale était « déloyale », au sens de la directive 2005/29.
- 22 Au cours de cette enquête, Compass Banca a présenté une proposition d'engagements portant sur une série de mesures spécifiques destinées à rendre plus clair pour le consommateur le caractère non obligatoire de la souscription d'une assurance non liée à un prêt personnel. Parmi ces mesures figurait l'extension, à tous les clients, d'un droit inconditionnel de résilier leur contrat d'assurance, sans incidence sur leur contrat de prêt. En revanche, Compass Banca a rejeté la demande de l'AGCM visant à prévoir en faveur des clients un délai de réflexion de sept jours entre la date de signature du contrat de prêt et celle du contrat d'assurance. Elle a considéré cette mesure comme étant disproportionnée et asymétrique, dans la mesure où elle ne s'appliquait pas à tous les concurrents.
- 23 Le 11 mars 2019, Compass Banca a déposé une nouvelle proposition d'engagements, laquelle contenait d'autres mesures destinées, selon elle, à produire un effet analogue à l'instauration d'un délai de réflexion de sept jours demandé par l'AGCM, telles que l'obligation de contacter ses clients sept jours après la signature de leur contrat d'assurance pour leur demander de confirmer s'ils souhaitent conserver la police d'assurance souscrite dans le cadre de ce contrat, tout en ajoutant qu'elle couvrirait le coût de la prime d'assurance pendant la période correspondant à ces sept jours.
- 24 Par décision du 2 avril 2019, confirmée le 3 juillet 2019, l'AGCM a rejeté cette proposition d'engagements.
- 25 Par décision du 27 novembre 2019, communiquée à Compass Banca le 23 décembre 2019, l'AGCM a constaté que cette société avait mis en œuvre une pratique commerciale « agressive » et, partant, « déloyale », au sens de la directive 2005/29, consistant en un « croisement forcé, au moment de leur conclusion, de contrats de prêt personnel avec des produits d'assurance non liés au crédit ». Elle a interdit la poursuite de cette pratique et a infligé à Compass Banca une amende d'un montant de 4 700 000 euros.
- 26 Compass Banca a saisi le Tribunale amministrativo regionale per il Lazio (tribunal administratif régional pour le Latium, Italie) d'un recours contre les décisions de l'AGCM mentionnées aux points 24 et 25 du présent arrêt, qui, par le jugement n° 9516 de 2021, a rejeté ce recours.

- 27 Compass Banca a interjeté appel de ce jugement devant le Consiglio di Stato (Conseil d'État, Italie), qui est la juridiction de renvoi.
- 28 Compass Banca soutient que l'AGCM a considéré sa pratique commerciale comme étant « agressive » et, partant, comme étant « déloyale », au sens de la directive 2005/29, au seul motif que cette pratique consistait en la vente croisée de prêts personnels et de produits d'assurance, sans apporter la preuve concrète de ce caractère « agressif » eu égard aux spécificités de cette pratique ou des circonstances de l'espèce. Compass Banca en déduit que l'AGCM a procédé à un renversement de la charge de la preuve injustifié et inacceptable, en l'obligeant à démontrer que sa pratique commerciale n'est, en réalité, pas « agressive », au sens de cette directive.
- 29 L'AGCM fait valoir que, en vendant de manière croisée des prêts personnels et des produits d'assurance, Compass Banca a significativement influencé et limité la liberté de choix de ses clients. Elle constate que Compass Banca n'a, notamment, pas fourni d'informations à ses clients sur le caractère facultatif du produit d'assurance et ajoute qu'une telle pratique n'aurait pas été considérée comme étant « agressive » si un délai de réflexion de sept jours avait été octroyé aux clients concernés entre la date de signature du contrat relatif au prêt personnel et celle du contrat afférent au produit d'assurance.
- 30 La juridiction de renvoi se demande, tout d'abord, si la notion de « consommateur moyen », au sens de la directive 2005/29, accorde suffisamment d'importance à la théorie de la « rationalité limitée », qui exige la nécessité d'une protection plus grande des consommateurs. Selon cette théorie, les personnes agissent souvent sans disposer de toutes les informations nécessaires. Ainsi, et dans la mesure où ils seraient sujets notamment à des biais dits, en sciences cognitives, de « cadrage » (*framing*), les consommateurs seraient susceptibles de modifier leurs préférences en fonction des modalités de présentation des offres contractuelles qui leur sont faites et, par suite, de prendre des décisions irrationnelles par rapport à celles qui seraient prises par une personne normalement informée, ainsi que raisonnablement attentive et avisée.
- 31 Ensuite, elle se demande si la pratique en cause au principal doit être considérée comme étant une pratique commerciale « agressive » et, partant, « déloyale », au sens de la directive 2005/29, dans la mesure où les offres commerciales faites aux consommateurs pour un contrat de prêt et un produit d'assurance seraient présentées, par un biais de « cadrage » (*framing*), de manière à leur faire croire que l'octroi d'un prêt personnel est subordonné à la souscription d'une assurance.
- 32 Enfin, la juridiction de renvoi se demande si l'article 24, paragraphe 3, de la directive 2016/97, relatif à la vente croisée de produits d'assurance avec d'autres produits, s'oppose à ce que l'AGCM interdise une pratique commerciale telle que celle suivie par Compass Banca.
- 33 Dans ces conditions, le Consiglio di Stato (Conseil d'État) a décidé de surseoir à statuer et de poser à la Cour les questions préjudicielles suivantes :
- « 1) La notion de consommateur moyen figurant dans la directive [2005/29], entendue comme désignant le consommateur normalement informé et raisonnablement attentif et avisé ne devrait-elle pas, en raison de sa souplesse et de son imprécision, être définie en fonction du meilleur état des connaissances et de l'expérience, de sorte qu'elle renverrait non seulement à la notion classique de l'« homo oeconomicus », mais aussi aux apports [de la théorie] sur la rationalité limitée, qui [a] démontré que les personnes agissent souvent en réduisant les informations nécessaires et en prenant des décisions « irrationnelles » par rapport à celles

qu'aurait prises une personne qui serait, par hypothèse, attentive et avisée, apports qui justifient un niveau de protection plus élevé du consommateur en cas de risque d'influence cognitive, ce qui est de plus en plus courant dans les dynamiques de marché modernes ?

- 2) Une pratique commerciale qui, en raison de l'encadrement des informations [*framing* (cadrage)], peut faire apparaître un choix comme obligatoire et n'offrant pas d'autre option peut-elle être considérée comme agressive en soi, compte tenu de l'article 6, paragraphe 1, de la directive 2005/29, qui qualifie de "trompeuse" une pratique commerciale qui, d'une manière quelconque, induit ou est susceptible d'induire en erreur le consommateur moyen "y compris par sa formulation générale" ?
- 3) La directive 2005/29 justifie-t-elle de permettre à l'autorité nationale de la concurrence (une fois constaté le risque d'influence psychologique lié[, premièrement,] à la situation de besoin dans laquelle se trouve normalement la personne qui demande un financement, [deuxièmement,] à la complexité des contrats soumis à la signature du consommateur, [troisièmement,] à la présentation concomitante des offres croisées, [quatrièmement,] à la brièveté du délai accordé pour souscrire à l'offre) d'introduire une dérogation au principe de l'autorisation des ventes croisées de produits d'assurance et de produits financiers non liés, en imposant un intervalle [de réflexion] de sept jours entre les signatures des deux contrats ?
- 4) S'agissant de ce pouvoir de réprimer les pratiques commerciales agressives, la directive [2016/97], et, en particulier, l'article 24, paragraphe 3, de celle-ci, s'oppose-t-elle à ce que l'AGCM adopte une décision sur la base de l'article 2, initio et sous d) et j), et des articles 4, 8 et 9 de la directive 2005/29 ainsi que de la législation nationale de transposition après avoir rejeté une proposition d'engagements à la suite du refus opposé par une société de services d'investissement, en cas de vente croisée d'un produit financier et d'un produit d'assurance non lié au premier – et en cas de risque d'influence exercée sur le consommateur par les circonstances du cas d'espèce, en raison notamment de la complexité des documents à examiner – d'accorder au consommateur un délai de réflexion de sept jours entre la formulation de la proposition croisée et la souscription du contrat d'assurance ?
- 5) Considérer comme une pratique agressive le simple croisement de deux produits financiers et d'assurance pourrait-il finir par constituer un acte réglementaire non autorisé et ne reviendrait-il pas à faire peser sur le professionnel (au lieu de l'AGCM qui devrait normalement la supporter) la charge de la preuve (difficile à rapporter) qu'il ne s'agit pas d'une pratique agressive, en violation de la directive 2005/29 (d'autant plus que celle-ci ne permet pas aux États membres d'adopter des mesures plus restrictives que celles qu'elle prévoit, même pour assurer un niveau plus élevé de protection des consommateurs) ou, au contraire, [faut-il considérer que] ce renversement de la charge de la preuve n'a pas lieu, à la condition que des éléments objectifs permettent de conclure que, face à une offre croisée complexe, le consommateur qui a besoin d'obtenir un financement risque concrètement de subir une influence ? »

## Sur les questions préjudicielles

### *Sur la première question*

#### *Sur la recevabilité*

- 34 Compass Banca émet des doutes quant à la recevabilité de la première question en ce que, dans cette question, la notion de « consommateur moyen » est définie de manière différente par rapport à la définition habituellement retenue, dès lors qu'elle prend en considération le risque d'influence cognitive sur les consommateurs, ce qui rendrait la question hypothétique. En effet, étant donné que les décisions contestées dans l'affaire en cause au principal ont été adoptées sur le fondement des dispositions nationales transposant l'article 8 de la directive 2005/29 et non l'article 6 de celle-ci, la prise en compte d'un tel risque ne serait pas pertinente.
- 35 À cet égard, il convient de rappeler que, selon une jurisprudence constante, dans le cadre de la coopération entre la Cour et les juridictions nationales instituée à l'article 267 TFUE, il appartient au seul juge national qui est saisi du litige et qui doit assumer la responsabilité de la décision juridictionnelle à intervenir d'apprécier, au regard des particularités de l'affaire, tant la nécessité d'une décision préjudicielle pour être en mesure de rendre son jugement que la pertinence des questions qu'il pose à la Cour. En conséquence, dès lors que les questions posées portent sur l'interprétation du droit de l'Union, la Cour est, en principe, tenue de statuer [arrêt du 7 février 2023, Confédération paysanne e.a. (Mutagenèse aléatoire in vitro), C-688/21, EU:C:2023:75, point 32].
- 36 Le refus de la Cour de statuer sur une question préjudicielle posée par une juridiction nationale n'est possible que s'il apparaît de manière manifeste que l'interprétation sollicitée du droit de l'Union n'a aucun rapport avec la réalité ou l'objet du litige au principal, lorsque le problème est de nature hypothétique ou encore lorsque la Cour ne dispose pas des éléments de fait et de droit nécessaires pour répondre de façon utile aux questions qui lui sont posées [arrêt du 7 février 2023, Confédération paysanne e.a. (Mutagenèse aléatoire in vitro), C-688/21, EU:C:2023:75, point 33].
- 37 En l'occurrence, par sa première question, la juridiction de renvoi sollicite de la Cour l'interprétation de la notion de « consommateur moyen », aux fins de déterminer si une pratique commerciale dite de « cadrage » (*framing*), consistant, à présenter simultanément une offre pour un prêt personnel et une offre d'un produit d'assurance non lié à ce prêt, sans accorder au consommateur un délai de réflexion entre la date de signature des contrats liés à ces offres, ce qui, en raison d'un biais de cadrage, serait susceptible de donner l'impression à un consommateur moyen qu'il doit obligatoirement souscrire à ces deux offres (ci-après la « pratique commerciale de "cadrage" »), doit être considérée comme constituant une pratique commerciale agressive, au sens, notamment, des articles 8 et 9 de la directive 2005/29 et, partant, déloyale, au sens de l'article 5 de cette directive.
- 38 Or, aux fins de déterminer si une pratique commerciale est « agressive », au sens de ladite directive, l'article 8 de celle-ci fait expressément référence à la notion de « consommateur moyen ».

- 39 Partant, il n'apparaît pas de manière manifeste que l'interprétation sollicitée du droit de l'Union ne présente aucun rapport avec la réalité ou l'objet du litige au principal ou que le problème soulevé par la juridiction de renvoi soit de nature hypothétique. En outre, la Cour dispose de l'ensemble des éléments de fait et de droit nécessaires pour répondre de façon utile à la première question.
- 40 Il s'ensuit que la première question est recevable.

*Sur le fond*

- 41 À titre liminaire, il y a lieu de rappeler que, selon une jurisprudence constante, dans le cadre de la procédure de coopération entre les juridictions nationales et la Cour, instituée à l'article 267 TFUE, il appartient à celle-ci de donner au juge national une réponse utile qui lui permette de trancher le litige dont il est saisi. Dans cette optique, il incombe, le cas échéant, à la Cour de reformuler la question qui lui est soumise (arrêt du 8 septembre 2022, IRnova, C-399/21, EU:C:2022:648, point 22).
- 42 En l'occurrence, il ressort de la décision de renvoi que, par sa première question, la juridiction de renvoi cherche à savoir si, aux fins de l'interprétation de la notion de « consommateur moyen », au sens de la directive 2005/29, notamment de son article 8, il y a lieu de se référer non seulement à l'« homo oeconomicus », c'est à dire, en substance, à un acteur économique parfaitement rationnel dans sa prise de décision, mais également aux études les plus récentes portant sur la théorie de la « rationalité limitée », selon laquelle la capacité de décision d'un consommateur « se heurte aux limites imposées à la capacité cognitive par le nombre de stimuli reçus, la capacité de soutenir l'attention dans le temps et la capacité de conserver en mémoire toutes les informations reçues ».
- 43 Dans ces conditions, il y a lieu de considérer que, par sa première question, la juridiction de renvoi demande, en substance, si la directive 2005/29 doit être interprétée en ce sens que la notion de « consommateur moyen », au sens de cette directive, doit être définie non seulement par référence à un consommateur normalement informé ainsi que raisonnablement attentif et avisé, mais également en tenant compte du fait que la capacité de décision d'un individu est altérée par des contraintes, telles que des biais cognitifs.
- 44 À titre liminaire, il y a lieu de rappeler que l'article 5, paragraphe 2, de la directive 2005/29 fait référence à la notion de « consommateur moyen », afin de déterminer si une pratique commerciale, qui est contraire aux exigences de la diligence professionnelle, est de nature à produire un effet suffisant pour justifier son interdiction en tant que pratique commerciale déloyale ou s'il y a lieu de considérer que, n'étant pas susceptible de n'induire en erreur qu'un consommateur très crédule ou naïf, elle échappe à une telle interdiction.
- 45 Cette même notion est reprise aux articles 6 à 8 de cette directive qui, ainsi qu'il découle de l'article 5, paragraphe 4, de ladite directive, précisent la manière dont les deux critères posés à l'article 5, paragraphe 2, de ladite directive, pour qualifier une pratique de déloyale, s'appliquent à l'égard de certaines formes particulières de pratiques commerciales déloyales.
- 46 Or, s'agissant de l'interprétation qu'il convient de donner à cette notion, il ressort du considérant 18 de la même directive que, s'il convient de protéger tous les consommateurs des pratiques commerciales déloyales, la Cour a jugé, dans les affaires de publicité, depuis la transposition de la directive 84/450, qu'il convenait d'examiner les effets des pratiques commerciales « pour un consommateur typique fictif ».

- 47 Il découle également dudit considérant que, conformément au principe de proportionnalité, et en vue de permettre l'application effective des protections qui en relèvent, la directive 2005/29 prend comme critère d'évaluation le consommateur moyen qui est normalement informé ainsi que raisonnablement attentif et avisé, compte tenu des facteurs sociaux, culturels et linguistiques.
- 48 Il s'ensuit, ainsi que la Cour l'a jugé dans le contexte de la directive 93/13, que cette référence au consommateur moyen constitue un critère objectif et que la notion de « consommateur moyen » est indépendante des connaissances concrètes que la personne concernée peut avoir ou des informations dont elle dispose réellement. Par ailleurs, ne correspondent à ce critère objectif ni le consommateur moins avisé que ce consommateur moyen ni le consommateur plus avisé que ce dernier [voir, en ce sens, arrêt du 21 septembre 2023, mBank (Registre polonais des clauses illicites), C-139/22, EU:C:2023:692, points 60, 61 et 66].
- 49 Cela étant, il convient de rappeler que la directive 2005/29 vise à assurer un niveau élevé de protection des consommateurs en rapprochant les dispositions des États membres relatives aux pratiques commerciales déloyales qui portent atteinte aux intérêts économiques des consommateurs (arrêt du 19 décembre 2013, Trento Sviluppo et Centrale Adriatica, C-281/12, EU:C:2013:859, point 31). Cet objectif est corroboré par les considérants 7, 11, 13 et 14 de cette directive, aux termes desquels sont interdites les pratiques commerciales qui visent directement à influencer les décisions commerciales des consommateurs, altèrent leurs comportements économiques ou les empêchent de faire un choix en connaissance de cause et donc de manière efficace.
- 50 En outre, si le considérant 18 de cette directive précise la notion de « consommateur moyen », il résulte également de ce considérant que cette notion n'est pas statique et que les juridictions et les autorités nationales doivent s'en remettre à leur propre faculté de jugement, en tenant compte de la jurisprudence de la Cour, pour déterminer la réaction typique du consommateur moyen dans un cas donné.
- 51 Par conséquent, comme M. l'avocat général l'a relevé, en substance, au point 40 de ses conclusions, la détermination de la réaction du consommateur moyen, par rapport à une pratique commerciale spécifique, « n'est donc pas censée constituer un simple exercice théorique. Des considérations plus réalistes doivent également être prises en compte, pour autant qu'elles soient compatibles avec les précisions apportées au sujet de cette notion par le considérant 18 de la directive 2005/29.
- 52 Certes, selon ledit considérant le consommateur moyen est une personne, d'une part, normalement informée et, d'autre part, raisonnablement attentive et avisée. Toutefois, étant donné que, conformément à l'article 7 de la directive 2005/29, il revient au professionnel de fournir aux consommateurs les informations substantielles dont ceux-ci ont besoin, compte tenu du contexte, pour prendre leur décision, ce caractère « normalement informé » du consommateur moyen doit être compris comme se référant aux informations dont il peut raisonnablement être présumé qu'elles sont connues de tout consommateur, compte tenu des facteurs sociaux, culturels et linguistiques pertinents, et non aux informations qui sont propres à l'opération en cause. Par conséquent, ledit caractère n'exclut pas qu'une pratique commerciale puisse altérer de manière substantielle le comportement économique de ce consommateur fictif en raison d'un manque d'informations de ce dernier.

- 53 De même, le fait que la notion de « consommateur moyen » doive se comprendre par référence à un consommateur « raisonnablement attentif et avisé » n'exclut pas la prise en compte de l'influence de biais cognitifs sur ce consommateur moyen, pour autant qu'il est établi que de tels biais sont susceptibles d'affecter une personne normalement informée ainsi que raisonnablement attentive et avisée, et ce dans des proportions telles que son comportement en serait altéré de manière substantielle.
- 54 D'ailleurs, la Cour a déjà relevé qu'un consommateur moyen peut être induit en erreur et que, par conséquent, il puisse effectuer ses choix commerciaux ni en connaissance de cause ni de manière efficace (voir, en ce sens, arrêt du 19 décembre 2013, Trento Sviluppo et Centrale Adriatica, C-281/12, EU:C:2013:859, points 34 et 38).
- 55 En outre, la Cour a jugé, dans le domaine des marques de l'Union européenne, qu'il y a lieu de prendre en considération le fait que le niveau d'attention du consommateur moyen est susceptible de varier en fonction de la catégorie de produits ou de services en cause (voir, en ce sens, arrêt du 22 juin 1999, Lloyd Schuhfabrik Meyer, C-342/97, EU:C:1999:323, points 25 et 26).
- 56 Par ailleurs, elle a déjà eu l'occasion de constater qu'une perception erronée d'une information peut avoir été suggérée au consommateur moyen (voir, en ce sens, arrêt du 26 octobre 2016, Canal Digital Danmark, C-611/14, EU:C:2016:800, points 40 et 41) et qu'il est improbable que le consommateur moyen dispose, dans certains domaines, de la maîtrise technique pour comprendre tous les éléments d'une éventuelle offre aux fins d'effectuer un choix de manière pleinement rationnelle (voir, en ce sens, arrêt du 13 septembre 2018, Wind Tre et Vodafone Italia, C-54/17 et C-55/17, EU:C:2018:710, points 50 à 52).
- 57 Cela étant, si la capacité de décision d'un consommateur est susceptible d'être altérée par un ensemble de contraintes, telles que des biais cognitifs, cela n'implique pas pour autant qu'il doive être nécessairement considéré que tout risque de survenance d'un biais cognitif à l'occasion d'une pratique commerciale aurait nécessairement pour effet d'altérer, de manière substantielle, le comportement de ce consommateur fictif. Encore faut-il qu'il soit dûment établi que, dans les circonstances particulières d'une situation concrète, une telle pratique est de nature à affecter le consentement d'une personne normalement informée ainsi que raisonnablement attentive et avisée, et ce dans des proportions telles que son comportement en serait altéré de manière substantielle.
- 58 En effet, il revient, en tout état de cause, aux juridictions nationales de déterminer la réaction typique du consommateur moyen dans une situation donnée (voir, en ce sens, arrêt du 26 octobre 2016, Canal Digital Danmark, C-611/14, EU:C:2016:800, point 39).
- 59 Eu égard à l'ensemble des motifs qui précèdent, il convient de répondre à la première question que la directive 2005/29 doit être interprétée en ce sens que la notion de « consommateur moyen », au sens de cette directive, doit être définie par référence à un consommateur normalement informé ainsi que raisonnablement attentif et avisé. Une telle définition n'exclut toutefois pas que la capacité de décision d'un individu est susceptible d'être altérée par des contraintes, telles que des biais cognitifs.

### *Sur la deuxième question*

- 60 À titre liminaire, il convient de relever, ainsi qu'il ressort de la demande de décision préjudicielle, que la juridiction de renvoi cherche à savoir, par sa deuxième question, si une pratique commerciale de « cadrage » peut être considérée comme étant « agressive » en toutes circonstances, au sens de la directive 2005/29, et, ainsi, être contraire à celle-ci de ce seul fait. Toutefois, dans cette deuxième question, la juridiction de renvoi fait également référence à la notion de pratique commerciale « trompeuse ». Or, ainsi qu'il résulte de l'article 5, paragraphe 2, de cette directive, les pratiques commerciales agressives et trompeuses constituent deux catégories de pratiques commerciales déloyales. Par ailleurs, la notion de pratique commerciale réputée déloyale en toutes circonstances est introduite à l'article 5, paragraphe 5, de ladite directive.
- 61 Il convient, en conséquence, conformément à la jurisprudence de la Cour citée au point 41 du présent arrêt, de considérer que, par la deuxième question, la juridiction de renvoi demande, en substance, si l'article 2, sous j), l'article 5, paragraphes 2 et 5, ainsi que les articles 8 et 9 de la directive 2005/29 doivent être interprétés en ce sens qu'une pratique commerciale consistant à proposer simultanément au consommateur une offre de prêt personnel et une offre d'un produit d'assurance non lié à ce prêt constitue une pratique commerciale agressive en toutes circonstances ou, à tout le moins, une pratique commerciale réputée déloyale en toutes circonstances, au sens de cette directive.
- 62 En premier lieu, il y a lieu de rappeler que le chapitre 2 de la directive 2005/29, intitulé « Pratiques commerciales déloyales », contient deux sections, à savoir la section 1, relative aux pratiques commerciales trompeuses, et la section 2, relative aux pratiques commerciales agressives.
- 63 L'article 5 de cette directive, figurant au chapitre 2 de celle-ci, interdit, à son paragraphe 1, les pratiques commerciales déloyales et fixe, à son paragraphe 2, les critères permettant de déterminer si une pratique commerciale présente un caractère déloyal.
- 64 Cet article 5 précise, à son paragraphe 4, que sont déloyales, en particulier, les pratiques commerciales qui sont « trompeuses », au sens des articles 6 et 7 de la directive 2005/29, et celles qui sont « agressives », au sens des articles 8 et 9 de cette directive.
- 65 Le paragraphe 5 dudit article 5 prévoit, en outre, que l'annexe I de la directive 2005/29 contient la liste des pratiques commerciales réputées déloyales en toutes circonstances et que cette liste, qui s'applique dans tous les États membres, ne peut être modifiée qu'au moyen d'une révision de cette directive.
- 66 À cet égard, le considérant 17 de la directive 2005/29 précise que, afin d'apporter une plus grande sécurité juridique, seules les pratiques énumérées à cette annexe I sont réputées déloyales en toutes circonstances, sans qu'il soit besoin d'effectuer une évaluation au cas par cas au titre des dispositions des articles 5 à 9 de cette directive.
- 67 L'annexe I de la directive 2005/29 constituant une liste complète et exhaustive des pratiques commerciales réputées déloyales en toutes circonstances, une pratique commerciale telle que la pratique commerciale de « cadrage » en cause au principal ne saurait être qualifiée de pratique commerciale agressive en toutes circonstances, voire même, plus généralement, de pratique commerciale réputée déloyale en toutes circonstances, au sens de cette directive, qu'à la condition qu'elle corresponde à l'une des situations énumérées à cette annexe.

- 68 Or, une lecture de ladite annexe permet de constater l'absence d'une telle correspondance, qui n'a, au demeurant, pas été alléguée dans l'affaire au principal.
- 69 Il convient, dès lors, de considérer qu'une pratique commerciale telle que la pratique commerciale de « cadrage » en cause au principal, consistant à proposer simultanément au consommateur une offre de prêt personnel et une offre d'un produit d'assurance non lié à ce prêt, ne constitue pas une pratique susceptible d'être qualifiée de pratique commerciale agressive en toutes circonstances, voire même de pratique commerciale réputée déloyale en toutes circonstances, au sens de ladite directive.
- 70 Cela étant, étant donné que, eu égard aux éléments du dossier communiqué à la Cour, il ne saurait être exclu que l'AGCM a qualifié la pratique en cause au principal d'« agressive » à la suite d'une analyse approfondie de la pratique commerciale en cause menée en tenant compte des circonstances de l'espèce, il convient, en second lieu, et afin d'apporter une réponse utile à la juridiction de renvoi, d'examiner si une pratique commerciale de « cadrage » peut constituer une pratique commerciale agressive, au sens de la directive 2005/29, au seul motif qu'elle consiste à présenter simultanément à un consommateur une offre de prêt personnel et une offre d'un produit d'assurance non lié à ce prêt, sans que soit accordé au consommateur un délai de réflexion entre la signature des deux contrats relatifs à ces offres, et ce quand bien même cette pratique serait susceptible de générer un biais de cadrage, donnant ainsi à ce consommateur l'impression qu'il doit obligatoirement souscrire une assurance afin d'obtenir un prêt personnel.
- 71 Il ressort de l'article 8 de la directive 2005/29 qu'une pratique commerciale est réputée agressive si elle altère ou est susceptible d'altérer de manière significative, du fait du harcèlement, de la contrainte, y compris le recours à la force physique, ou d'une influence injustifiée, la liberté de choix ou de conduite du consommateur moyen à l'égard d'un produit et, par conséquent, l'amène ou est susceptible de l'amener à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement.
- 72 Or, en l'absence de définition des notions de « harcèlement » et de « contrainte », au sens de cet article 8, il convient, pour définir ces dernières, de se référer au sens habituel que ces termes ont dans le langage courant, lequel exclut qu'une pratique commerciale puisse induire une forme de harcèlement ou de contrainte pour le seul motif qu'elle présenterait les caractéristiques d'une pratique commerciale de cadrage.
- 73 Quant à la possibilité qu'une telle pratique commerciale puisse induire une « influence injustifiée », au sens dudit article 8, il convient de rappeler que cette dernière notion, qui est définie à l'article 2, sous j), de la directive 2005/29, couvre l'utilisation d'une position de force à l'égard du consommateur de manière à faire pression sur celui-ci, même sans l'utilisation de la force physique ou la menace de le faire, de sorte que son aptitude à prendre une décision en connaissance de cause est limitée de manière significative. Ainsi qu'il ressort de la jurisprudence de la Cour, une influence injustifiée est non pas nécessairement une influence illicite, mais une influence qui, indépendamment de sa licéité, comporte de manière active, par une certaine pression, le conditionnement forcé de la volonté du consommateur (arrêt du 12 juin 2019, *Orange Polska*, C-628/17, EU:C:2019:480, point 33).
- 74 Ainsi, l'application par un professionnel d'un mode de conclusion ou de modification des contrats peut être qualifiée de « pratique commerciale agressive » en raison de l'exercice d'une influence injustifiée par l'adoption de comportements déloyaux qui ont pour effet de faire pression sur le consommateur de telle sorte que sa liberté de choix est altérée de manière significative, tels que

des comportements susceptibles d'incommoder un consommateur moyen ou de troubler sa réflexion (voir, en ce sens, arrêt du 12 juin 2019, *Orange Polska*, C-628/17, EU:C:2019:480, point 47).

- 75 Or, une pratique consistant à présenter simultanément à un consommateur une offre pour un prêt personnel et une offre d'un produit d'assurance non lié à ce prêt, sans lui laisser un délai de réflexion entre la signature des contrats relatifs à ces offres, n'implique pas, en tant que telle, l'existence d'actes de pression, quand bien même cette pratique serait susceptible de générer un biais de cadrage. Par conséquent, une telle pratique ne saurait caractériser, à elle seule, une « influence injustifiée », au sens de l'article 8 de la directive 2005/29.
- 76 Cela étant, il y a lieu de rappeler que la directive 2005/29 fait état, parmi les pratiques commerciales déloyales, non seulement des pratiques commerciales agressives, mais également des pratiques commerciales trompeuses lesquelles sont définies à l'article 6, paragraphe 1, sous e), de cette directive comme incluant les pratiques commerciales qui, d'une manière quelconque, induisent ou sont susceptibles d'induire en erreur le consommateur moyen en ce qui concerne, notamment, la nécessité d'un service et qui l'amènent ou sont susceptibles de l'amener à prendre une décision commerciale qu'il n'aurait pas prise autrement.
- 77 Dans l'affaire en cause au principal, ce n'est donc que si, à l'occasion de la pratique en cause, le professionnel, non seulement n'a pas accordé au consommateur de délai de réflexion entre la signature du contrat de prêt et celle du contrat d'assurance, mais a, de plus, eu recours à un harcèlement, à la contrainte ou à une influence injustifiée, qu'une telle pratique pourrait être qualifiée d'« agressive », au sens de l'article 8 de la directive 2005/29. En revanche, même en l'absence de harcèlement, de contrainte ou d'influence injustifiée, ladite pratique pourra être qualifiée de « pratique commerciale trompeuse » et, par suite, de « pratique commerciale déloyale », si elle remplit les conditions définies aux articles 6 et 7 de cette directive.
- 78 À cet égard, il y a lieu de rappeler qu'il ressort de la jurisprudence qu'il est essentiel de fournir au consommateur, même avant la conclusion du contrat, des informations claires et adéquates (voir, en ce sens, arrêt du 12 juin 2019, *Orange Polska*, C-628/17, EU:C:2019:480, point 34 ainsi que jurisprudence citée).
- 79 Or, la présentation simultanée de deux offres de services distincts, quand bien même ces offres ne seraient pas juridiquement liées, peut nécessiter la fourniture d'informations supplémentaires au consommateur, afin précisément que ce dernier ne soit pas induit en erreur sur l'absence de lien entre lesdites offres.
- 80 En l'occurrence, il ressort de la décision de renvoi que la présentation des deux offres en cause au principal aurait pu faire croire au consommateur qu'il n'était pas possible d'obtenir le prêt sans souscrire un produit d'assurance en cause au principal, d'autant que certains risques relatifs au prêt étaient couverts par cette police d'assurance, tels que, notamment, la détérioration de l'état de santé qui peut faire obstacle au respect des obligations contractuelles relatives au prêt.
- 81 Par ailleurs, la juridiction de renvoi se réfère, dans sa troisième question, à la situation de besoin dans laquelle se trouve normalement la personne qui demande un financement, à la complexité des contrats soumis à la signature du consommateur, à la présentation simultanée des offres croisées et à la brièveté du délai accordé pour souscrire l'offre concernée.

- 82 Cependant, il ressort également de la décision de renvoi que Compass Banca soutient avoir dûment informé les consommateurs concernés du fait que le produit d'assurance en cause au principal n'était pas lié au prêt personnel et avoir remis à ces consommateurs les documents pertinents, y compris lors de la phase précontractuelle.
- 83 En définitive, il appartient à la juridiction de renvoi de vérifier si la pratique commerciale en cause au principal est susceptible de constituer une « pratique commerciale déloyale », notamment en ce qu'elle peut être qualifiée de « pratique commerciale trompeuse », au sens des articles 6 et 7 de la directive 2005/29, ou de « pratique commerciale agressive », au sens des articles 8 et 9 de cette directive.
- 84 Eu égard à l'ensemble des motifs qui précèdent, il convient de répondre à la deuxième question que l'article 2, sous j), l'article 5, paragraphes 2 et 5, ainsi que les articles 8 et 9 de la directive 2005/29 doivent être interprétés en ce sens que la pratique commerciale consistant à proposer simultanément au consommateur une offre de prêt personnel et une offre d'un produit d'assurance non lié à ce prêt ne constitue ni une pratique commerciale agressive en toutes circonstances ni même une pratique commerciale réputée déloyale en toutes circonstances, au sens de cette directive.

### ***Sur la troisième question***

- 85 Par sa troisième question, la juridiction de renvoi demande, en substance, si la directive 2005/29 doit être interprétée en ce sens qu'elle s'oppose à une mesure nationale qui permet à une autorité nationale, une fois constaté le caractère « agressif » ou, plus généralement, le caractère « déloyal » d'une pratique commerciale adoptée par un professionnel donné, d'imposer à ce professionnel d'accorder audit consommateur un délai de réflexion raisonnable entre les dates de la signature du contrat d'assurance et du contrat de prêt.
- 86 À cet égard, il convient de relever que, en vertu de l'article 1<sup>er</sup> de la directive 2005/29, cette dernière a pour objectif de contribuer au bon fonctionnement du marché intérieur et d'assurer un niveau élevé de protection des consommateurs, en rapprochant les dispositions législatives, réglementaires et administratives des États membres relatives aux pratiques commerciales déloyales qui portent atteinte aux intérêts économiques des consommateurs.
- 87 Ainsi qu'il ressort du considérant 14 de la directive 2005/29, ce rapprochement prenant la forme d'une harmonisation complète de ces dispositions des États membres, il doit être constaté que ladite directive interdit à ces mêmes États membres de maintenir ou d'adopter des mesures relevant de ce domaine harmonisé que la directive 2005/29 n'énoncerait pas ou n'autoriserait pas, même lorsque de telles mesures visent à assurer un niveau de protection plus élevé des consommateurs (voir, en ce sens, arrêt du 9 novembre 2010, Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag, C-540/08, EU:C:2010:660, point 38).
- 88 Or, ainsi qu'il ressort de la réponse à la deuxième question, une pratique commerciale telle que la pratique commerciale de « cadrage » en cause au principal ne constitue pas une pratique commerciale agressive en toutes circonstances ni même une pratique déloyale en toutes circonstances, au sens de la directive 2005/29.

- 89 Certes, en vertu de l'article 3, paragraphe 9, de cette directive, pour ce qui est des services financiers, au sens de la directive 2002/65, lesquels comprennent tout service ayant trait au crédit ou à l'assurance, les États membres peuvent imposer des exigences plus restrictives ou plus rigoureuses que celles prévues par la directive 2005/29 dans le domaine dans lequel cette dernière vise au rapprochement des dispositions en vigueur.
- 90 Toutefois, d'une part, une telle faculté doit être exercée dans le respect des dispositions impératives du droit de l'Union, le cas échéant, dans tout autre instrument pertinent. D'autre part, pour qu'une autorité puisse, sur le fondement de cette faculté, imposer des exigences plus restrictives ou plus rigoureuses que celles prévues par la directive 2005/29, ladite faculté doit avoir été mise en œuvre par l'État membre concerné avec la spécificité, la précision et la clarté requises par l'exigence de la sécurité juridique [voir, par analogie, arrêt du 3 septembre 2020, *Subdelegación del Gobierno en Barcelona (Résidents de longue durée)*, C-503/19 et C-592/19, EU:C:2020:629, point 35 ainsi que jurisprudence citée].
- 91 Par conséquent, la directive 2005/29 s'oppose à ce qu'une autorité nationale puisse prévoir, aux fins de protéger les consommateurs, une obligation générale ou préventive de respecter un certain délai de réflexion en cas de pratique commerciale consistant à présenter simultanément une offre d'un produit d'assurance et une offre pour un contrat de prêt, lorsque ni une telle obligation ni la compétence pour une telle autorité de prévoir une telle obligation n'ont été expressément prévues par la législation nationale.
- 92 En revanche, la directive 2005/29 ne s'oppose pas à ce que les États membres prévoient dans leur législation nationale qu'une autorité nationale puisse exercer, une fois constaté, aux termes d'un examen circonstancié de la pratique commerciale d'un professionnel donné, que cette pratique est « agressive » et, partant, plus généralement « déloyale », au sens de cette directive, un pouvoir d'injonction à l'égard de ce professionnel.
- 93 En effet, aux termes de l'article 11, paragraphe 1, premier alinéa, de la directive 2005/29, les États membres doivent veiller à ce qu'il existe des moyens adéquats et efficaces pour lutter contre les pratiques commerciales déloyales afin de faire respecter les dispositions de cette directive.
- 94 Cela étant, il convient notamment de relever que, d'une part, l'article 4 de la directive 2005/29 énonce expressément que les États membres ne sauraient restreindre la libre prestation de services pour des raisons relevant du domaine dans lequel cette directive vise au rapprochement des dispositions en vigueur. D'autre part, conformément à l'article 51, paragraphe 1, de la charte des droits fondamentaux de l'Union européenne, lorsque les États membres mettent en œuvre le droit de l'Union, ils doivent respecter les droits garantis par celle-ci.
- 95 Or, une mesure prise par une autorité nationale qui, afin de faire cesser une pratique commerciale agressive, imposerait le respect d'un délai raisonnable de réflexion entre les dates de signature d'un contrat de prêt personnel et celle d'un contrat d'assurance serait susceptible de porter atteinte à la libre prestation de services et de restreindre la liberté d'entreprise du professionnel concerné.
- 96 Dès lors, conformément au principe de proportionnalité, une autorité nationale ne saurait recourir à une telle mesure que s'il est établi que, eu égard aux raisons ayant conduit cette autorité à qualifier d'« agressive » ou, à tout le moins, de « déloyale », la pratique commerciale en

cause, il n'existe pas d'autres moyens tout aussi efficaces pour mettre fin à cette pratique qui soient moins attentatoires à la libre prestation de services et à la liberté d'entreprise du professionnel concerné.

97 Eu égard à l'ensemble des motifs qui précèdent, il convient de répondre à la troisième question que la directive 2005/29 doit être interprétée en ce sens qu'elle ne s'oppose pas à une mesure nationale qui permet à une autorité nationale, une fois constaté le caractère « agressif » ou, plus généralement, le caractère « déloyal », d'une pratique commerciale adoptée par un professionnel donné, d'imposer à ce professionnel d'accorder audit consommateur un délai de réflexion raisonnable entre les dates de la signature du contrat d'assurance et du contrat de prêt, à moins qu'il n'existe d'autres moyens moins attentatoires à la liberté d'entreprise qui soient tout aussi efficaces pour mettre fin au caractère « agressif » ou, plus généralement, « déloyal » de ladite pratique.

### *Sur la quatrième question*

98 Par sa quatrième question, la juridiction de renvoi demande, en substance, si l'article 24, paragraphe 3, de la directive 2016/97 doit être interprété en ce sens qu'il s'oppose à ce qu'une autorité nationale exige du professionnel, dont la pratique commerciale de cadrage est considérée comme « agressive », au sens des articles 8 et 9 de la directive 2005/29, ou, plus généralement, comme « déloyale », au sens de l'article 5, paragraphe 2, de cette directive, que, afin de mettre fin à cette pratique, il accorde au consommateur un délai de réflexion raisonnable entre les dates de signature des contrats concernés.

99 Il y a lieu de constater d'emblée que la quatrième question vise la vente croisée d'un prêt personnel et d'un produit d'assurance et que la distribution des produits d'assurance est régie par la directive 2016/97.

100 À cet égard, il convient de rappeler que, aux termes de l'article 3, paragraphe 4, de la directive 2005/29, en cas de conflit entre les dispositions de cette directive et d'autres règles de l'Union régissant des aspects spécifiques des pratiques commerciales déloyales, ces autres règles priment et s'appliquent à ces aspects spécifiques.

101 L'article 24 de la directive 2016/97 soumet les distributeurs de produits d'assurance, qui sont vendus de manière croisée avec d'autres produits, à des obligations particulières.

102 Aux termes de l'article 24, paragraphe 3, de la directive 2016/97, qui est la seule disposition visée par la juridiction de renvoi dans le cadre de la quatrième question, lorsqu'un produit d'assurance est un produit accessoire à un bien ou à un service qui n'est pas une assurance dans le cadre d'un lot ou du même accord, le distributeur des produits d'assurance doit donner au client la possibilité d'acheter le bien ou le service séparément.

103 Or, conformément à l'article 24, paragraphe 7, de la directive 2016/97, les États membres peuvent maintenir ou adopter des mesures supplémentaires plus strictes ou intervenir au cas par cas pour interdire la vente d'une assurance avec un service ou un produit accessoire qui n'est pas une assurance, dans le cadre d'un lot ou du même accord, lorsqu'ils peuvent démontrer que de telles pratiques portent préjudice aux consommateurs. Comme l'a relevé M. l'avocat général au point 92 de ses conclusions, cette disposition ne s'applique que si, d'une part, le produit

d'assurance peut être qualifié de produit « essentiel » ou « principal » et l'autre produit ou service d'« auxiliaire » ou d'« accessoire », et que, d'autre part, les deux produits sont « proposés dans le cadre d'un lot ou du même accord ».

- 104 Cela étant, il convient de relever que la règle figurant à l'article 24, paragraphe 3, de la directive 2016/97 ne régit pas des aspects spécifiques des pratiques commerciales déloyales, mais se limite à exiger, indépendamment de toute considération relative à la loyauté de la pratique commerciale en cause, que, si de tels produits et/ou services font l'objet d'une « vente croisée » aux consommateurs, ceux-ci doivent avoir la possibilité de les acheter séparément.
- 105 Ainsi, cet article 24, paragraphe 3, n'impose pas aux autorités nationales compétentes d'aller au-delà de ce que la directive 2005/29 exige. En effet, cette disposition se limite à exiger que, si de tels produits et/ou services font l'objet d'une « vente croisée », les consommateurs ont également la possibilité de les acheter séparément.
- 106 En outre, comme l'a relevé M. l'avocat général au point 95 de ses conclusions, ladite disposition ne requiert pas non plus de ces autorités de faire moins que ce qu'elles sont autorisées à faire au titre de la directive 2005/29.
- 107 Eu égard à l'ensemble des motifs qui précèdent, il convient de répondre à la quatrième question que l'article 24, paragraphe 3, de la directive 2016/97 doit être interprété en ce sens qu'il ne s'oppose pas à ce qu'une autorité nationale exige du professionnel, dont la pratique commerciale de cadrage est considérée comme « agressive », au sens des articles 8 et 9 de la directive 2005/29, ou, plus généralement, comme « déloyale », au sens de l'article 5, paragraphe 2, de cette directive, que, afin de mettre fin à cette pratique, il accorde au consommateur un délai de réflexion raisonnable entre les dates de signature des contrats concernés.

### *Sur la cinquième question*

- 108 Par sa cinquième question, la juridiction de renvoi se demande, en substance, si la directive 2005/29 doit être interprétée en ce sens que la qualification d'un type de pratique commerciale comme étant « agressive » en toutes circonstances, au sens des articles 8 et 9 de cette directive ou, plus généralement, « déloyale » en toutes circonstances, au sens de l'article 5, paragraphe 2, de cette directive, conduit à un renversement de la charge de la preuve sur le professionnel contraire au droit de l'Union.
- 109 Ainsi qu'il ressort de la réponse à la deuxième question, telle que donnée au point 84 du présent arrêt, une pratique commerciale telle que celle en cause au principal ne saurait être qualifiée de pratique commerciale agressive en toutes circonstances ou, de façon plus générale, de pratique commerciale déloyale en toutes circonstances, au sens de la directive 2005/29.
- 110 Compte tenu de cette réponse, il n'y a pas lieu de répondre à la cinquième question.

### **Sur les dépens**

- 111 La procédure revêtant, à l'égard des parties au principal, le caractère d'un incident soulevé devant la juridiction de renvoi, il appartient à celle-ci de statuer sur les dépens. Les frais exposés pour soumettre des observations à la Cour, autres que ceux desdites parties, ne peuvent faire l'objet d'un remboursement.

Par ces motifs, la Cour (cinquième chambre) dit pour droit :

- 1) **La directive 2005/29/CE du Parlement européen et du Conseil, du 11 mai 2005, relative aux pratiques commerciales déloyales des entreprises vis-à-vis des consommateurs dans le marché intérieur et modifiant la directive 84/450/CEE du Conseil et les directives 97/7/CE, 98/27/CE et 2002/65/CE du Parlement européen et du Conseil et le règlement (CE) n° 2006/2004 du Parlement européen et du Conseil (« directive sur les pratiques commerciales déloyales »),**

**doit être interprétée en ce sens que :**

**la notion de « consommateur moyen », au sens de cette directive, doit être définie par référence à un consommateur normalement informé ainsi que raisonnablement attentif et avisé. Une telle définition n'exclut toutefois pas que la capacité de décision d'un individu est susceptible d'être altérée par des contraintes, telles que des biais cognitifs.**

- 2) **L'article 2, sous j), l'article 5, paragraphes 2 et 5, ainsi que les articles 8 et 9 de la directive 2005/29**

**doivent être interprétés en ce sens que :**

**la pratique commerciale consistant à proposer simultanément au consommateur une offre de prêt personnel et une offre d'un produit d'assurance non lié à ce prêt ne constitue ni une pratique commerciale agressive en toutes circonstances ni même une pratique commerciale réputée déloyale en toutes circonstances, au sens de cette directive.**

- 3) **La directive 2005/29**

**doit être interprétée en ce sens que :**

**elle ne s'oppose pas à une mesure nationale qui permet à une autorité nationale, une fois constaté le caractère « agressif » ou plus généralement, le caractère « déloyal » d'une pratique commerciale adoptée par un professionnel donné, d'imposer à ce professionnel d'accorder audit consommateur un délai de réflexion raisonnable entre les dates de la signature du contrat d'assurance et du contrat de prêt, à moins qu'il n'existe d'autres moyens moins attentatoires à la liberté d'entreprise qui soient tout aussi efficaces pour mettre fin au caractère « agressif » ou, plus généralement, « déloyal » de ladite pratique.**

- 4) **L'article 24, paragraphe 3, de la directive (UE) 2016/97 du Parlement européen et du Conseil, du 20 janvier 2016, sur la distribution d'assurances,**

**doit être interprété en ce sens que :**

**il ne s'oppose pas à ce qu'une autorité nationale exige du professionnel, dont la pratique commerciale de cadrage est considérée comme « agressive », au sens des articles 8 et 9 de la directive 2005/29, ou, plus généralement, comme « déloyale », au sens de l'article 5, paragraphe 2, de cette directive, que, afin de mettre fin à cette pratique, il**

**accorde au consommateur un délai de réflexion raisonnable entre les dates de signature des contrats concernés.**

Signatures