Coletânea da Jurisprudência

ACÓRDÃO DO TRIBUNAL DE JUSTIÇA (Nona Secção)

8 de maio de 2025*

«Reenvio prejudicial — Diretiva 2006/114/CE — Publicidade enganosa e comparativa — Artigo 4.º, alínea c) — Publicidade comparativa lícita — Sítio Internet que oferece um serviço de comparação em linha de ofertas de seguros — Comparação efetuada por um terceiro através de um sistema de classificação ou de pontuação — Artigo 2.º, alínea c) — Identificação de um "concorrente" — Inexistência»

No processo C-697/23,

que tem por objeto um pedido de decisão prejudicial apresentado, nos termos do artigo 267.º TFUE, pelo Landgericht München I (Tribunal Regional de Munique I, Alemanha), por Decisão de 7 de novembro de 2023, que deu entrada no Tribunal de Justiça em 17 de novembro de 2023, no processo

HUK-COBURG Haftpflicht-Unterstützungs-Kasse kraftfahrender Beamter Deutschlands a.G. in Coburg

contra

Check24 Vergleichsportal GmbH,

CHECK24 Vergleichsportal für Kfz-Versicherungen GmbH,

CHECK24 Vergleichsportal für Sachversicherungen GmbH,

CHECK24 Vergleichsportal für Krankenversicherungen GmbH,

Check24 Vergleichsportal für Vorsorgeversicherungen GmbH,

Check24 Vergleichsportal für Versicherungsprodukte GmbH,

O TRIBUNAL DE JUSTIÇA (Nona Secção),

composto por: N. Jääskinen (relator), presidente de secção, A. Arabadjiev e M. Condinanzi, juízes,

advogado-geral: M. Campos Sánchez-Bordona,

secretário: A. Calot Escobar,

* Língua do processo: alemão.

vistos os autos,

vistas as observações apresentadas:

– em representação da HUK-COBURG Haftpflicht-Unterstützungs-Kasse kraftfahrender Beamter Deutschlands a.G. in Coburg, por H.-J. Omsels, Rechtsanwalt,

– em representação da Check24 Vergleichsportal GmbH, CHECK24 Vergleichsportal für Kfz-Versicherungen GmbH, CHECK24 Vergleichsportal für Sachversicherungen GmbH, CHECK24 Vergleichsportal für Krankenversicherungen GmbH, CHECK24 Vergleichsportal für Vorsorgeversicherungen GmbH, CHECK24 Vergleichsportal für Versicherungsprodukte GmbH, por A. Bauer, Rechtsanwalt,

– em representação do Governo Italiano, por G. Palmieri, na qualidade de agente, assistida por E. Manzo, avvocato dello Stato,

– em representação da Comissão Europeia, por P. Kienapfel e B.-R. Killmann, na qualidade de agentes,

vista a decisão tomada, ouvido o advogado-geral, de julgar a causa sem apresentação de conclusões,

profere o presente

Acórdão

1 O pedido de decisão prejudicial tem por objeto a interpretação do artigo 4.º, alínea c), da Diretiva 2006/114/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 12 de dezembro de 2006, relativa à publicidade enganosa e comparativa (JO 2006, L 376, p. 21).

2 Este pedido foi apresentado no âmbito de um litígio que opõe a HUK-COBURG Haftpflicht-Unterstützungs-Kasse kraftfahrender Beamter Bremlands a.G. in Coburg (a seguir «HUK-Coburg») à Check24 Vergleichsportal GmbH e o. (a seguir, conjuntamente, «Check24») a respeito de um pedido inibitório de um sistema de comparação em linha através de uma classificação no sítio Internet explorado por estas últimas.

Quadro jurídico

Direito da União

3 Nos termos do artigo 1.º da Diretiva 2006/114:

«A presente diretiva tem por objetivo proteger os negociantes contra a publicidade enganosa e as suas consequências desleais e estabelecer as normas permissivas da publicidade comparativa.»

4 O artigo 2.º, alínea c), desta diretiva dispõe:

« Na aceção da presente diretiva, entende-se por:

[…]

c) "Publicidade comparativa": a publicidade que identifica, explícita ou implicitamente, um concorrente ou os bens ou serviços oferecidos por um concorrente».

5 O artigo 4.º da referida diretiva prevê:

«No que se refere à comparação, a publicidade comparativa é permitida se estiverem reunidas as seguintes condições:

[…]

b) Comparar bens ou serviços que respondem às mesmas necessidades ou têm os mesmos fins;

c) Comparar objetivamente uma ou mais características essenciais, pertinentes, comprováveis e representativas desses bens e serviços, entre as quais se pode incluir o preço;

d) Não desacreditar ou depreciar marcas, designações comerciais, outros sinais distintivos, bens, serviços, atividades ou situação de um concorrente;

[…]

h) Não gerar confusão no mercado entre negociantes, entre o anunciante e um concorrente ou entre as marcas, designações comerciais, outros sinais distintivos, bens ou serviços do anunciante e do concorrente.»

6 O artigo 5.º da referida diretiva enuncia, no seu n.º 1, primeiro parágrafo:

«Os Estados-Membros devem assegurar a existência de meios adequados e eficazes para lutar contra a publicidade enganosa e garantir o cumprimento das disposições em matéria de publicidade comparativa no interesse dos negociantes e dos concorrentes.»

Direito alemão

7 O § 6.º da Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (Lei contra a Concorrência Desleal), de 3 de julho de 2004 (BGBl. 2004 I, p. 1414), na sua versão aplicável ao litígio no processo principal (a seguir «UWG»), dispõe:

«(1) Constitui publicidade comparativa a publicidade que identifica, implícita ou explicitamente, um concorrente ou os bens ou serviços oferecidos por um concorrente.

(2) Aquele que faz publicidade comparativa atua de maneira desleal se esta:

[…]

2. não incidir objetivamente sobre uma ou mais características essenciais, pertinentes, comprováveis e representativas ou sobre o preço desses bens ou serviços;

[…]»

Litígio no processo principal e questão prejudicial

8 A HUK-Coburg é a sociedade-mãe de um grande grupo segurador alemão cujas filiais propõem seguros em diferentes ramos, nomeadamente no dos seguros automóveis.

9 Por seu turno, a Check24 é um grupo de sociedades de direito alemão que explora um sítio Internet de comparação em linha que oferece de forma gratuita aos utilizadores desse sítio a possibilidade de comparar diferentes produtos, entre os quais propostas de seguros. Tal comparação é efetuada com base num conjunto de critérios, nomeadamente o preço, através de notas atribuídas às diferentes propostas de seguros (a seguir «notas»). Este sítio Internet oferece também a possibilidade de celebrar, eventualmente, contratos com os fornecedores desses produtos.

10 Estas comparações são, em princípio, concebidas segundo o mesmo modelo, nos diferentes ramos de seguros em questão. É obtida uma página de resultados após a introdução de determinados dados de referência, uns obrigatórios e outros opcionais, relativos ao tomador do seguro e ao produto pretendido. Esta página contém uma lista de propostas de seguros de diferentes seguradoras e um breve resumo das informações relativas a estas consideradas essenciais, a saber, o nome da seguradora, o prémio da proposta de seguro em questão, mas também, sob a forma de palavras-chave, informações mais detalhadas sobre a proposta de seguro. Além disso, é exibida uma nota expressamente designada como tal num campo retangular de contorno azul com o nome da seguradora comparada. Esta nota indica um valor numérico compreendido entre 1,0 e 4,0 e é acompanhado, consoante o caso, das menções «muito bom», «bom», «satisfaz» ou «suficiente», atribuídas a cada seguradora. No topo desta lista figura uma primeira oferta, designada, na maior parte dos casos, pela menção «recomendação de qualidade-preço», seguida de uma segunda, designada pela menção «recomendação em função do desempenho».

11 As ofertas seguintes são, em princípio, classificadas por ordem crescente de preço, mas os clientes têm também a possibilidade de pressionar os botões correspondentes para obter uma ordem de classificação diferente, ou seja, pelos nomes das seguradoras em questão, por ordem alfabética, pelas notas, por ordem decrescente, e pelas avaliações dos clientes, classificadas por ordem da melhor para a pior. Além disso, se o utilizador deslocar o cursor do rato no campo que contém uma nota, uma janela instantânea apresenta informações básicas sobre essa nota.

12 A referida nota assenta num sistema de pontos baseado em diferentes «parâmetros de classificação» que consistem em pontos atribuídos até um determinado limite, os quais, adicionados, dão uma pontuação total. Estes parâmetros de classificação e essa pontuação total variam em função do ramo de seguro em questão. Os referidos parâmetros de classificação são agrupados em subconjuntos ou em categorias, que são diferentes consoante os ramos de seguro em causa, e são acompanhados de um sinal de visto verde ou amarelo ou de uma cruz vermelha. Na parte inferior desta janela instantânea, indica-se que estes símbolos significam, respetivamente, «muito bom», «médio» e «inferior à média/risco não segurado».

13 Foi neste contexto que, em 2020, a HUK-Coburg intentou uma ação no Landgericht Köln (Tribunal Regional de Colónia, Alemanha) contra a Check24, alegando, nomeadamente, que, no que respeita aos seguros automóveis, as comparações propostas no sítio Internet em causa através de notas eram contrárias ao artigo 6.º, n.º 2, ponto 2, da UWG. Esse órgão jurisdicional acolheu esta posição na Sentença de 22 de abril de 2020, na sequência da qual a Check24 alterou esse sítio Internet no que respeita aos produtos de seguro automóvel e disponibilizou aos consumidores em questão informações adicionais sobre as notas. Posteriormente, a Check24 procedeu também a alterações análogas no que respeita a outros produtos de seguros.

14 Em 26 de novembro de 2020, a HUK-Coburg intentou uma ação no referido órgão jurisdicional contra a Check24 Vergleichsportal, a sociedade encarregada de disponibilizar o referido sítio Internet aos consumidores. A pedido da HUK-Coburg, o mesmo órgão jurisdicional, por Despacho de 22 de março de 2021, remeteu o processo ao Landgericht München I (Tribunal Regional de Munique I, Alemanha), que é o órgão jurisdicional de reenvio. A HUK-COBURG deduziu um pedido inibitório e de indemnização respeitante a formas concretas de violação, nomeadamente, a afixação das notas nas páginas de resultados enquanto tais, mas também em relação com as informações correspondentes através de janelas instantâneas. A este respeito, alegou que tais notas constituem uma publicidade comparativa ilícita nos termos do direito nacional, uma vez que devem ser consideradas juízos de valor que não podem ser objeto de publicidade comparativa porque refletem uma falsa objetividade e podem ser extremamente enganosas para o consumidor.

15 Em 20 de setembro de 2021, a HUK-Coburg estendeu essa ação à Check24. Em especial, a HUK-Coburg pediu à Check24 Vergleichsportal für Sachversicherungen GmbH que deixasse de apresentar propostas de seguros de mobiliário e de proteção jurídica classificadas em função dos seus preços e das avaliações dos clientes.

16 O órgão jurisdicional de reenvio considera que a questão de saber se o artigo 6.º, n.º 2, ponto 2, da UWG proíbe, de modo geral, uma comparação através de notas, como a que está em causa no litígio que lhe foi submetido, depende da interpretação do artigo 4.º, alínea c), da Diretiva 2006/114.

17 Esse órgão jurisdicional considera, antes de mais, que uma nota é um número que, por si só, não fornece ao consumidor uma informação sobre o produto comparado que seja suficientemente importante para conduzir uma decisão de compra, pelo que essa nota não constitui uma característica de um produto, na aceção do artigo 4.º, alínea c), da Diretiva 2006/114.

18 Observa, em seguida, que a atribuição de pontos ou de notas é um ato subjetivo, ao passo que esta disposição exige expressamente uma comparação objetiva. Em seu entender, essa objetividade é exigida juntamente com o caráter verificável e deve, portanto, ter um significado autónomo, independente desta.

19 Por outro lado, o órgão jurisdicional de reenvio salienta que a Diretiva 2006/114 tem, em princípio, uma perspetiva positiva sobre a publicidade comparativa do ponto de vista da concorrência e da política de proteção dos consumidores, e que visa unicamente proteger os consumidores e os concorrentes contra as eventuais desvantagens desta publicidade. Nestas circunstâncias, as condições previstas no artigo 4.º, alínea c), da Diretiva 2006/114 devem, segundo esse órgão jurisdicional, ser interpretadas de modo amplo.

20 Por último, o referido órgão jurisdicional considera que um sistema de classificação ou de pontuação permite uma comparação sintética de um grande número de critérios e pode, portanto, constituir um auxílio para o consumidor no quadro de operações de compra complexas.

21 Nestas circunstâncias, o Landgericht München I (Tribunal Regional de Munique I) decidiu suspender a instância e submeter ao Tribunal de Justiça a seguinte questão prejudicial:

«Deve o artigo 4.º, alínea c), da Diretiva [2006/114] ser interpretado no sentido de que as condições em que uma publicidade comparativa é permitida ao abrigo desta disposição podem estar igualmente preenchidas quando a comparação é efetuada através de um sistema de classificação ou de pontuação?»

Quanto à questão prejudicial

22 A título preliminar, importa recordar que, no âmbito do processo de cooperação entre os órgãos jurisdicionais nacionais e o Tribunal de Justiça instituído pelo artigo 267.º TFUE, cabe a este dar ao juiz nacional uma resposta útil que lhe permita decidir o litígio que lhe foi submetido. Nesta ótica, incumbe ao Tribunal, se necessário, reformular as questões que lhe são submetidas. Com efeito, o Tribunal de Justiça tem por missão interpretar todas as disposições do direito da União de que os órgãos jurisdicionais nacionais necessitem para decidir dos litígios que lhes são submetidos, ainda que essas disposições não sejam expressamente referidas nas questões que lhe são apresentadas por esses órgãos jurisdicionais [Acórdão de 7 de novembro de 2019, K.H.K. (Arresto de contas), C-555/18, EU:C:2019:937, n.º 28 e jurisprudência referida].

23 Por conseguinte, embora, no plano formal, a questão suscitada se refira à interpretação do artigo 4.º, alínea c), da Diretiva 2006/114, nomeadamente à questão de saber se as condições constitutivas de uma publicidade comparativa lícita podem igualmente estar preenchidas quando uma comparação é efetuada através de um sistema de classificação ou de pontuação, tal circunstância não obsta a que o Tribunal de Justiça forneça todos os elementos de interpretação do direito da União que possam ser úteis para a decisão do processo principal. A este respeito, cabe ao Tribunal extrair do conjunto dos elementos fornecidos pelo órgão jurisdicional nacional, designadamente da fundamentação da decisão de reenvio, os elementos desse direito da União que requerem uma interpretação, tendo em conta o objeto do litígio no processo principal [v., por analogia, Acórdão de 7 de novembro de 2019, K.H.K. (Arresto de contas), C-555/18, EU:C:2019:937, n.º 29 e jurisprudência referida].

24 No caso em apreço, tendo em conta os elementos que resultam do pedido de decisão prejudicial, há que examinar se um serviço de comparação em linha de produtos de seguros prestado por uma empresa pode ser considerado como constituindo uma «publicidade comparativa», na aceção do artigo 2.º, alínea c), da Diretiva 2006/114, e, sendo caso disso, se essa forma de publicidade preenche os critérios de licitude estabelecidos por esta diretiva.

25 Este artigo 2.º, alínea c), define o conceito de «publicidade comparativa» como «a publicidade que identifica, explícita ou implicitamente, um concorrente ou os bens ou serviços oferecidos por um concorrente».

26 A este respeito, o Tribunal de Justiça já esclareceu que o elemento específico do conceito de publicidade comparativa é constituído pela identificação de um concorrente do anunciante ou dos bens ou serviços que este oferece (Acórdãos de 19 de abril de 2007, De Landtsheer Emmanuel, C-381/05, EU:C:2007:230, n.º 27, e de 18 de novembro de 2010, Lidl, C-159/09, EU:C:2010:696, n.º 30).

27 Por conseguinte, como a Comissão Europeia sublinhou com razão, é, portanto, determinante, no caso em apreço, saber se um grupo de sociedades que oferecem serviços de comparação em linha de produtos de seguros pode ser qualificado como «concorrente», na aceção do artigo 2.º, alínea c), da Diretiva 2006/114, de um grupo segurador.

28 Daqui resulta que o anunciante, a saber, a Check24, deve ser um concorrente da HUK-Coburg para que a prática contestada seja considerada publicidade comparativa na aceção deste artigo 2.º, alínea c), da Diretiva 2006/114 e que esta prática possa, portanto, ser abrangida pelo âmbito de aplicação desta diretiva, o que cabe ao órgão jurisdicional de reenvio examinar.

29 A este respeito, há que salientar que nem esta disposição nem nenhuma outra disposição da referida diretiva contêm uma definição do conceito de «concorrente».

30 Relativamente a este conceito de «concorrente», importa recordar que o Tribunal de Justiça já precisou que a qualidade de empresas concorrentes assenta, por definição, no carácter substituível dos bens ou dos serviços que essas empresas oferecem no mercado (Acórdãos de 19 de abril de 2007, De Landtsheer Emmanuel, C-381/05, EU:C:2007:230, n.º 28, e de 18 de novembro de 2010, Lidl, C-159/09, EU:C:2010:696, n.º 30).

31 É esta a razão pela qual o artigo 4.º, alínea b), da Diretiva 2006/114 sujeita a licitude de uma publicidade comparativa à condição de esta comparar bens ou serviços que respondam às mesmas necessidades ou que tenham os mesmos fins (v., neste sentido, Acórdão de 19 de abril de 2007, De Landtsheer Emmanuel, C-381/05, EU:C:2007:230, n.º 29).

32 Por outro lado, como o Tribunal de Justiça já declarou, o facto de certos produtos serem, em certa medida, suscetíveis de satisfazer necessidades idênticas permite concluir por um certo grau de substituição entre eles (Acórdãos de 19 de abril de 2007, De Landtsheer Emmanuel, C-381/05, EU:C:2007:230, n.º 30, e de 18 de novembro de 2010, Lidl, C-159/09, EU:C:2010:696, n.º 32).

33 Por último, a apreciação concreta deste grau de substituição, a qual compete aos órgãos jurisdicionais nacionais e deve ser feita à luz dos objetivos da Diretiva 2006/114, assim como dos princípios estabelecidos pela jurisprudência do Tribunal de Justiça, pressupõe a apreciação de critérios que permitam concluir pela existência de uma relação concorrencial entre pelo menos uma parte da gama de produtos oferecidos pelas empresas em causa (v., neste sentido, Acórdão de 19 de abril de 2007, De Landtsheer Emmanuel, C-381/05, EU:C:2007:230, n.º 33).

34 No caso em apreço, tendo em conta as considerações precedentes, o exame da existência de uma relação de concorrência entre a Check24 e a HUK-Coburg, o qual incumbe ao órgão jurisdicional de reenvio efetuar, deverá assentar numa análise do caráter eventualmente substituível dos serviços oferecidos respetivamente pelas partes no processo principal, com vista a determinar se estas operam no mesmo mercado.

35 A este respeito, resulta dos autos de que o Tribunal de Justiça dispõe que, enquanto a HUK-Coburg presta aos seus clientes serviços de seguros em diferentes ramos, a Check24 não oferece ela própria esses serviços, limitando-se a comparar em linha diferentes propostas de seguros oferecidos por companhias de seguros através de um sistema de classificação ou de pontuação e, sendo caso disso, a oferecer, enquanto mediador, a possibilidade de celebrar contratos com as companhias de seguros que prestam os serviços comparados.

36 Assim, visto que resulta dos autos que a Check24 explora uma plataforma de comparação de serviços de seguros em linha e não é, ela própria, uma companhia de seguros, não pode prestar nem dispor de tais serviços, incluindo quando permite, enquanto simples mediador, a celebração de contratos entre clientes e fornecedores de produtos de seguros.

37 Por conseguinte, sem prejuízo de uma mais ampla verificação pelo órgão jurisdicional de reenvio, afigura-se que um grupo segurador, como a HUK-Coburg, e um grupo de sociedades que prestam serviços de comparação em linha de produtos de seguros, como a Check24, oferecem serviços que não são substituíveis e operam, portanto, em mercados de serviços diferentes.

38 Daqui decorre que não estão abrangidos pelo conceito de «publicidade comparativa», na aceção do artigo 2.º, alínea c), da Diretiva 2006/114, os serviços de comparação em linha de produtos de seguros fornecidos por uma empresa que não identificam nem um concorrente desta nem os bens ou serviços oferecidos por esse concorrente.

39 Tendo em conta todas as considerações precedentes, há que responder ao órgão jurisdicional de reenvio que o artigo 2.º, alínea c), da Diretiva 2006/114 deve ser interpretado no sentido de que não está abrangido pelo conceito de «publicidade comparativa», referido nesta disposição, um serviço de comparação em linha de produtos ou de serviços fornecido por uma empresa que não é um «concorrente» na aceção da referida disposição, ou seja, que não oferece ela própria os produtos ou os serviços que compara e que opera, por conseguinte, num mercado de produtos ou de serviços distintos. Sucede o mesmo quando esta empresa atua como mediador e permite aos consumidores celebrarem contratos com empresas que propõem os produtos ou os serviços em questão, sem operar ela própria no mercado desses produtos ou desses serviços.

Quanto às despesas

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

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

O artigo 2.º, alínea c), da Diretiva 2006/114/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 12 de dezembro de 2006, relativa à publicidade enganosa e comparativa,

deve ser interpretado no sentido de que:

não está abrangido pelo conceito de «publicidade comparativa», referido nesta disposição, um serviço de comparação em linha de produtos ou de serviços fornecido por uma empresa que não é um «concorrente» na aceção da referida disposição, ou seja, que não oferece ela

própria os produtos ou os serviços que compara e que opera, por conseguinte, num mercado de produtos ou de serviços distintos. Sucede o mesmo quando esta empresa atua como mediador e permite aos consumidores celebrarem contratos com empresas que propõem os produtos ou os serviços em questão, sem operar ela própria no mercado desses produtos ou desses serviços.

Assinaturas