Coletânea da Jurisprudência

CONCLUSÕES DO ADVOGADO-GERAL
PAOLO MENGOZZI
apresentadas em 16 de dezembro de 2015*

Processo C-476/14

Citroën Commerce GmbH
contra
Zentralvereinigung des Kraftfahrzeuggewerbes zur Aufrechterhaltung lauteren Wettbewerbs eV (ZLW)

[pedido de decisão prejudicial submetido pelo Bundesgerichtshof (Supremo Tribunal Federal, Alemanha)]

«Reenvio prejudicial — Proteção dos consumidores — Anúncio de publicidade com uma indicação do preço — Indicação separada das despesas de transferência — Conceitos de "oferta" e de preço "incluindo impostos e taxas" — Obrigação do direito nacional de incluir, no preço indicado numa publicidade, os custos suplementares obrigatórios associados ao transporte da viatura — Compatibilidade com o direito da União — Prática comercial desleal — Convite a contratar — Informação substancial relativa ao preço»

1. O direito da União prevê disposições de tal modo precisas, em termos de afixação e de indicação do preço, que uma publicidade para uma viatura que refere separadamente o preço do produto, por um lado, e o montante das despesas obrigatórias de entrega do fabricante para o comprador, por outro, deve ser sistematicamente proibida? Esta é a questão em causa no presente reenvio prejudicial.

I – **Enquadramento jurídico**

A – *Direito da União*

1. Diretiva 98/6/CE

2. Resulta do considerando 1 da Diretiva 98/6/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 16 de fevereiro de 1998, relativa à defesa dos consumidores em matéria de indicações dos preços dos produtos oferecidos aos consumidores**, que «um funcionamento transparente do mercado e uma informação correta favorecem a proteção do consumidor e uma concorrência sã entre as empresas e os produtos».

3. O considerando 2 da Diretiva 98/6 recorda «que se deve assegurar aos consumidores um nível elevado de proteção».

* Língua original: francês.

** JO L 80, p. 27.

4. O considerando 6 da Diretiva 98/6 afirma que «a obrigação de indicar o preço de venda e o preço por unidade de medida contribui significativamente para melhorar a informação dos consumidores, pois é esta a forma mais simples de dar aos consumidores as melhores possibilidades de avaliarem e compararem o preço dos produtos, permitindo-lhes, por conseguinte, fazer escolhas esclarecidas com base em comparações simples».

5. O considerando 7 da Diretiva 98/6 acrescenta «que deverá haver, portanto uma obrigação geral de indicar tanto o preço de venda como o preço por unidade de medida para todos os produtos […]».

6. Resulta do considerando 12 «que uma regulamentação a nível comunitário permite assegurar uma informação homogénea e transparente que beneficie o conjunto dos consumidores no âmbito do mercado interno […]».

7. O artigo 1.º da Diretiva 98/6 estabelece que «[a] finalidade da presente diretiva é estipular a indicação do preço de venda e do preço por unidade de medida dos produtos vendidos pelos comerciantes aos consumidores, a fim de melhorar a informação dos consumidores e de facilitar a comparação dos preços».

8. O artigo 2.º, alínea a), da Diretiva 98/6 define o preço de venda como «o preço final para uma unidade do produto ou uma determinada quantidade do produto, isto é, incluindo o (imposto sobre o valor acrescentado (IVA)]».

9. O artigo 3.º, n.º 4, da Diretiva 98/6 prevê que «[q]ualquer publicidade que mencione o preço de venda dos produtos referidos no artigo 1.º indicará também o preço unitário, sem prejuízo do artigo 5.º».

10. O artigo 4.º, n.º 1, da Diretiva 98/6 estabelece, designadamente, que «[o] preço de venda e o preço por unidade de medida devem ser inequívocos, facilmente reconhecíveis e perfeitamente legíveis […]».

11. O artigo 5.º, n.º 1, da Diretiva 98/6 prevê que «[o]s Estados-Membros podem dispensar da obrigação de indicar o preço por unidade de medida os produtos para os quais tal indicação não seja útil, dada a sua natureza ou destino, ou seja suscetível de gerar confusões».

2. Diretiva 2005/29/CE

12. Resulta dos considerandos 3 e 4 da Diretiva 2005/29/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 11 de maio de 2005, relativa às práticas comerciais desleais das empresas face aos consumidores no mercado interno e que altera a Diretiva 84/450/CEE do Conselho, as Diretivas 97/7/CE, 98/27/CE e 2002/65/CE e o Regulamento (CE) n.º 2006/2004 do Parlamento Europeu e do Conselho («diretiva relativa às práticas comerciais desleais»)***, que «[a]s legislações dos Estados-Membros em matéria de práticas comerciais desleais apresentam diferenças de relevo, que podem provocar distorções sensíveis de concorrência e criar obstáculos ao bom funcionamento do mercado interno. […] Estas disparidades causam incerteza sobre quais as disposições nacionais aplicáveis a práticas comerciais lesivas dos interesses económicos dos consumidores e criam muitos entraves que afetam empresas e consumidores. […] Em relação aos consumidores, provocam incertezas quanto aos seus direitos e põem em causa a sua confiança no mercado interno».

*** JO L 149, p. 22.

13. O considerando 6 da Diretiva 2005/29 precisa que esta «[…] aproxima as legislações dos Estados-Membros relativas às práticas comerciais desleais, incluindo a publicidade desleal, que prejudicam diretamente os interesses económicos dos consumidores e consequentemente prejudicam indiretamente os interesses económicos de concorrentes legítimos. De acordo com o princípio da proporcionalidade, a presente diretiva protege os consumidores das consequências de tais práticas comerciais desleais se estas forem substanciais, reconhecendo embora que, em alguns casos, o impacto sobre os consumidores pode ser negligenciável».

14. O considerando 10 da Diretiva 2005/29 afirma que «[é] necessário assegurar que a relação entre a presente diretiva e o direito comunitário em vigor seja coerente, especialmente quando haja lugar à aplicação a setores específicos de disposições detalhadas sobre práticas comerciais desleais. […] Consequentemente, a presente diretiva só se aplica quando não existam disposições comunitárias particulares que regulem aspetos específicos das práticas comerciais desleais, tais como requisitos de informação e regras relativas à forma como as informações são apresentadas ao consumidor. Assegura a proteção dos consumidores nos casos em que não exista legislação sectorial específica ao nível comunitário […]. Por conseguinte, a presente diretiva completa o acervo comunitário aplicável às práticas comerciais lesivas dos interesses económicos dos consumidores».

15. O artigo 1.º da Diretiva 2005/29 afirma que «[a] presente diretiva tem por objetivo contribuir para o funcionamento correto do mercado interno e alcançar um elevado nível de defesa dos consumidores através da aproximação das disposições legislativas, regulamentares e administrativas dos Estados-Membros relativas às práticas comerciais desleais que lesam os interesses económicos dos consumidores».

16. O artigo 2.º, alínea i), da Diretiva 2005/29 define o convite a contratar como «uma comunicação comercial que indica as características e o preço do produto de uma forma adequada aos meios utilizados pela comunicação comercial, permitindo assim que o consumidor efetue uma aquisição».

17. Os n.os 1 e 4 a 6, do artigo 3.º, da Diretiva 2005/29 têm a seguinte redação:

«1. A presente diretiva é aplicável às práticas comerciais desleais das empresas face aos consumidores, tal como estabelecidas no artigo 5.º, antes, durante e após uma transação comercial relacionada com um produto.

[…]

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

5. Por um período de seis anos após 12 de junho de 2007, os Estados-Membros podem continuar a aplicar disposições nacionais, no domínio sujeito a uma aproximação por força da presente diretiva, que sejam mais restritivas ou prescritivas do que a presente diretiva e que apliquem diretivas que contenham cláusulas de harmonização mínima. […]

6. Os Estados-Membros devem notificar a Comissão sem demora das disposições nacionais aplicadas com base no n.º 5.»

18. Os n.os 1 e 2, do artigo 5.º, da Diretiva 2005/29 têm a seguinte redação:

«1. São proibidas as práticas comerciais desleais.

2. Uma prática comercial é desleal se:

a) For contrária às exigências relativas à diligência profissional,

e

b) Distorcer ou for suscetível de distorcer de maneira substancial o comportamento económico, em relação a um produto, do consumidor médio a que se destina ou que afeta […].»

19. O artigo 7.º da Diretiva 2005/29 tem a seguinte redação:

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

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

[…]

4. No caso de existir um convite a contratar, são consideradas substanciais, se não se puderem depreender do contexto, as informações seguintes:

[…]

c) O preço, incluindo impostos e taxas, ou, quando, devido à natureza do produto, o preço não puder ser razoavelmente calculado de forma antecipada, a maneira como o preço é calculado, bem como, se for caso disso, todos os custos suplementares de transporte, de expedição e entrega e postais ou, quando estas despesas não puderem ser razoavelmente calculadas de forma antecipada, a indicação de que esses custos suplementares ficarão a cargo do consumidor;

[…]

5. São considerados substanciais os requisitos de informação estabelecidos pela legislação comunitária relativamente às comunicações comerciais, incluindo a publicidade ou o marketing, cuja lista não exaustiva, consta do anexo II.»

20. O anexo II da Diretiva 2005/29 contém a lista das disposições do direito da União que estabelecem as regras em matéria de publicidade e de comunicação comercial. Nesta lista figura o artigo 3.º, n.º 4, da Diretiva 98/6.

B – *Direito alemão*

21. Nos termos da Lei contra a concorrência desleal (Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, a seguir «UWG» ****), as práticas comerciais desleais são proibidas se foram suscetíveis de prejudicar significativamente os interesses dos consumidores, dos concorrentes ou de outros intervenientes do mercado *****. Quem violar uma disposição legal destinada, designadamente, a regulamentar, no interesse dos atores no mercado, o comportamento no mercado comete um ato de concorrência desleal ******.

22. O § 1 do Regulamento sobre a indicação dos preços (Preisangabenverordnung, a seguir «PAngV» *******) transpôs, para a ordem jurídica alemã, o artigo 4.º, n.º 1, da Diretiva 98/6. Prevê que quem oferecer a título comercial ou profissional, ou oferecer regularmente de outra forma, bens aos consumidores finais ou, enquanto vendedor, fizer publicidade junto de consumidores finais indicando os preços, deve indicar os preços a pagar incluindo o imposto sobre o valor acrescentado e os outros componentes do preço.

II – **Litígio no processo principal, questões prejudiciais e tramitação processual no Tribunal de Justiça**

23. A recorrente no processo principal, Citroën Commerce GmbH (a seguir «Citroën Commerce»), é uma concessionária de veículos automóveis na Alemanha. Em 30 de março de 2011, publicou um anúncio num periódico alemão relativo aos veículos oferecidos pela sua sucursal do *Land* da Baviera. A publicidade dava o exemplo de um modelo assim descrito: «por exemplo, Citroën C4 VTI 120 Exclusive: 21.800 € [1]», «todas as opções incluídas», «Desconto até 6.170,00 € [1]». O anunciante «[1]» remeteu para o texto seguinte, redigido em carateres mais reduzidos no final do anúncio: «Mais 790 € de despesas de entrega […]».

24. A Zentralvereinigung des Kraftfahrzeuggewerbes zur Aufrechterhaltung lauteren Wettbewerbs eV (ZLW) (União central da indústria automóvel para a preservação da leal concorrência) intentou uma ação contra a recorrente no processo principal com fundamento nas disposições da UWG, conjugadas com o § 1 do PAngV, para exigir que esta fizesse cessar a publicidade que não indicava o preço final efetivo do veículo, ou seja, o preço que inclui as despesas de entrega obrigatórias.

25. O órgão jurisdicional de primeira instância julgou procedente a ação da ZLW. A Citroën Commerce interpôs recurso. O órgão jurisdicional competente negou provimento ao recurso. Em seguida, a Citroën Commerce interpôs um recurso de «Revista» no órgão jurisdicional de reenvio.

26. O órgão jurisdicional de reenvio explica que, segundo a sua jurisprudência constante relativa à interpretação do § 1 do PAngV, é o preço final do veículo que, em princípio, deve ser indicado nos anúncios publicitários, ou seja, o preço que inclui as despesas de entrega, uma vez que o público considera que estas despesas anexas não são um custo adicional mas, pelo contrário, uma parte integrante do preço. A indicação separada do preço apenas é possível se o consumidor tiver escolhido entre duas opções, nomeadamente, recolher o veículo na fábrica do construtor ou receber a viatura na garagem onde a venda foi efetuada, ou se não for possível prever antecipadamente o montante das referidas despesas. No caso da publicidade em causa no litígio no processo principal, nenhum destes dois requisitos está preenchido. O órgão jurisdicional de reenvio questiona o facto de saber se esta orientação jurisprudencial nacional é compatível com o direito da União.

**** Alterado em último lugar pelo BGBl. 2010 I, p. 254.

***** § 3, n.º 1, da UWG.

****** § 4, n.º 11, da UWG.

******* Alterado em último lugar pelo BGBl. 2002 I, p. 4197.

27. A este respeito, afirma que o direito nacional assim interpretado pode corresponder a medidas «mais restritivas ou prescritivas», na aceção do artigo 3.º, n.º 5, da Diretiva 2005/29, do que aquelas que os Estados-Membros podiam manter nas suas ordens jurídicas até 12 de junho de 2013********. Findo este prazo, considera-se que a Diretiva 2005/29 procedeu a uma harmonização total da matéria. Por conseguinte, a conceção dos requisitos de apresentação do preço apenas pode perdurar se refletir o estado do direito da União.

28. O órgão jurisdicional de reenvio questiona se a publicidade publicada pela Citroën Commerce está abrangida pelo âmbito de aplicação da Diretiva 98/6 e se constitui uma «oferta de produto» na aceção desta. Se tal for o caso, questiona se o preço de venda que deve ser indicado nos termos da Diretiva 98/6 deve ser compreendido no sentido de que inclui as despesas de entrega obrigatórias do veículo.

29. Mas o tribunal *a quo* questiona igualmente a aplicabilidade da Diretiva 2005/29 e não exclui que o presente reenvio prejudicial deva ser resolvido com base nesta. Em tal caso, questiona se o preço que deve ser indicado num «convite a contratar», na aceção do artigo 7.º, n.º 4, alínea c), da referida diretiva, deve ser um preço global, ou seja, que inclui as referidas despesas.

30. Deste modo, confrontado com uma dificuldade associada à interpretação do direito da União, o Bundesgerichtshof (Supremo Tribunal Federal) decidiu suspender a instância e, por decisão que deu entrada na Secretaria do Tribunal de Justiça em 27 de outubro de 2014, submeter a este, com fundamento no artigo 267.º TFUE, as três questões prejudiciais seguintes:

«1) A publicidade a um produto com indicação do preço de venda constitui uma proposta de venda no sentido do artigo 1.º da Diretiva 98/6?

Em caso de resposta afirmativa à primeira questão:

2) Numa proposta de venda no sentido do artigo 1.º da Diretiva 98/6/CE, deve o preço de venda, a indicar nos termos dos artigos 1.° e 3.°, n.º 1, primeiro período, incluir as despesas obrigatórias decorrentes da entrega do veículo automóvel pelo fabricante ao comerciante?

Em caso de resposta negativa à primeira ou à segunda questão:

3) Num convite a contratar na aceção do artigo 2.º, alínea i), da Diretiva 2005/29/CE, deve o "preço, incluindo impostos e taxas" a indicar nos termos do respetivo artigo 7.º, n.º 4, alínea c), primeira hipótese, incluir também, no caso de um veículo automóvel, as despesas obrigatórias da entrega do veículo pelo fabricante ao comerciante?»

31. A recorrente no processo principal, a ZLW, o Governo austríaco, o Governo húngaro e a Comissão Europeia apresentaram observações escritas no Tribunal de Justiça.

32. Na audiência que se realizou no Tribunal de Justiça em 30 de setembro de 2015, a recorrente no processo principal e a Comissão formularam oralmente as suas observações.

******** Quanto a este aspeto, observo, todavia, que os Estados-Membros gozam de tal possibilidade desde que tenham notificado as referidas medidas à Comissão (v. artigo 3.º, n.ºs 5 e 6, da Diretiva 2005/29). Ora, não resulta dos autos que a República Federal da Alemanha tenha efetuado tal notificação do seu direito nacional relevante para efeitos da resolução do litígio no processo principal.

III – **Análise jurídica**

33. Antes de mais, importa delimitar o alcance das questões submetidas ao Tribunal de Justiça. Como recordou o representante da recorrente no processo principal na audiência no Tribunal de Justiça, o órgão jurisdicional de reenvio não pretende determinar se a publicidade em causa no litígio no processo principal é contrária à Diretiva 98/6 e/ou se constitui uma prática comercial desleal proibida pela Diretiva 2005/29. Pretende saber o estado do direito da União aplicável a fim de verificar se a interpretação que efetua do seu direito nacional é compatível com o direito da União*********.

34. De acordo com as afirmações do órgão jurisdicional de reenvio, a publicidade publicada na imprensa pela recorrente no processo principal viola o direito alemão, que exige que, nos anúncios publicitários, figure o preço global dos produtos, ou seja, no que respeita às circunstâncias do caso em apreço, o preço que inclui as despesas de entrega do veículo até à garagem da concessionária devido ao seu caráter obrigatório.

35. Para apreciar a compatibilidade do direito nacional com o direito da União, importa, no essencial, responder a duas séries de questões. Assim, numa primeira fase, é necessário determinar qual a diretiva que regula os requisitos de indicação do preço nos anúncios publicitários e definir qual é o nível de exigência, o padrão comunitário a este respeito. Para o efeito, e atendendo à regra de prioridade contida no artigo 3.º, n.º 4, da Diretiva 2005/29, a Diretiva 98/6 será apreciada em primeiro lugar. Em seguida, na hipótese de o direito alemão se revelar mais protetor dos consumidores que o direito da União, trata-se de verificar, numa segunda fase, se este autoriza os Estados-Membros a manterem ou a adotarem medidas mais restritivas do que aquelas que estabelece.

A – *Observação preliminar sobre a exclusão da Diretiva 2006/114*

36. Antes de mais, é necessário esclarecer que o litígio no processo principal não está abrangido pelo âmbito de aplicação da Diretiva 2006/114/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 12 de dezembro de 2006, relativa à publicidade enganosa e comparativa**********. O facto de a ação judicial ter sido intentada não por uma associação de proteção dos consumidores mas por um agrupamento que representa os interesses dos concorrentes do setor automóvel que podia levar a pensar que a Diretiva 2006/114 era aplicável uma vez que esta tem por objeto, nomeadamente, «proteger os negociantes contra a publicidade enganosa e as suas consequências desleais»***********. Não obstante, quanto ao mérito, a Diretiva 2006/114 não inclui qualquer disposição que estabeleça os requisitos em que o preço deve ser indicado nos anúncios publicitários***********.

B – *Quanto à primeira questão, relativa ao âmbito de aplicação da Diretiva 98/6*

37. Quanto à sua primeira questão, o órgão jurisdicional de reenvio pretende determinar se a publicidade em causa no litígio no processo principal pode estar abrangida pelo âmbito de aplicação da Diretiva 98/6, de que o § 1 do PAngV constitui uma medida de transposição. Por este motivo, é suficiente, segundo o órgão jurisdicional de reenvio, que a referida publicidade constitua uma «oferta de produtos» na aceção do artigo 1.º da referida diretiva.

********* Recordada no n.º 26 das presentes conclusões.

********** JO L 376, p. 21.

*********** Artigo 1.º da Diretiva 2006/114. V., igualmente, acórdão Posteshop (C-52/13, EU:C:2014:150, n.º 22).

************ O artigo 3.º, alínea b), da Diretiva 2006/114 limita-se a referir que, para determinar se uma publicidade é enganosa, são nomeadamente tidas em conta indicações relativas ao preço ou ao seu modo de estabelecimento e às condições de fornecimento dos bens.

38. É possível que a publicidade publicada pela recorrente no processo principal constitua uma oferta de produtos no sentido amplo, comum do termo. Todavia, no contexto da Diretiva 98/6, o conceito de «produtos vendidos pelos comerciantes aos consumidores» referido no artigo 1.º da Diretiva 98/6 deve ser interpretado nos limites específicos do objeto desta.

39. Deste modo, tendo sempre presente que o órgão jurisdicional de reenvio pretende determinar quais são as disposições do direito da União em matéria de indicação de preços referidos nos anúncios publicitários, há que reconhecer que não é este o principal objeto da Diretiva 98/6. Na verdade, toda uma série de elementos me fazem duvidar da relevância *ratione materiae* desta diretiva para a resolução do litígio no processo principal.

40. É certo que resulta da epígrafe da Diretiva 98/6 que esta é consagrada à proteção dos consumidores em matéria de indicação dos preços dos produtos que lhes são oferecidos. Não obstante, tal objetivo é precisado no artigo 1.º da Diretiva 98/6, que estabelece «a indicação do preço de venda e do preço por unidade de medida dos produtos vendidos [...] aos consumidores, a fim de melhorar a informação dos consumidores e de facilitar a comparação dos preços».

41. Assim sendo, é certo que o legislador da União consagrou uma obrigação geral — de indicar simultaneamente o preço de venda e o preço por unidade de medida********** — mas circunscrita aos casos em que esta dupla indicação é relevante ou, pelo menos, permite alcançar de forma mais eficaz o objetivo de facilitar a comparação.

42. Ainda que esta obrigação não seja expressamente precisada e que seja formulada, *prima facie*, para «todos os produtos vendidos», a análise do campo lexical da Diretiva 98/6 leva-me a concluir que, no entanto, foi essencialmente pensada para os produtos ditos de consumo corrente, considerando-se que tanto podem ser produtos alimentares como produtos não alimentares***********. Em todo caso, é assim que compreendo as diferentes referências efetuadas pela Diretiva 98/6 aos produtos a granel**********, à embalagem ou à pré-embalagem dos produtos**********, ao peso líquido e ao peso líquido escorrido dos produtos********** ou ainda aos pequenos estabelecimentos de comércio a retalho**********.

43. O facto de a Diretiva 98/6 não ter sido pensada como um tipo de diretiva-quadro sobre a indicação dos preços ou a publicidade em geral mas, antes, como um diploma que regula os requisitos segundo os quais o preço dos produtos deve, em princípio, ser objeto de uma dupla afixação quando são expostos ou propostos para o consumo num ponto de venda é ainda confirmado pelos trabalhos preparatórios.

********** V. considerando 7 da Diretiva 98/6.

*********** A Diretiva 98/6 substituiu a Diretiva 79/581/CEE do Conselho, de 19 de junho de 1979, relativa à proteção dos consumidores em matéria de indicação dos preços dos géneros alimentícios (JO L 158, p. 19) e a Diretiva 88/314/CEE do Conselho de 7 de junho de 1988, relativa à proteção dos consumidores em matéria de indicação dos preços dos produtos não alimentares (JO L 142, p. 19).

********** V. considerando 7 e artigos 2.º, alínea c), e 3.º, n.º 3, da Diretiva 98/6.

********** V. considerandos 5 e 10 e artigo 4.º da Diretiva 98/6.

********** V. artigo 4.º, n.º 2, segundo parágrafo, da Diretiva 98/6.

********** V. considerandos 9 e 14 e artigo 6.º da Diretiva 98/6.

44. A exposição de motivos da proposta de diretiva do Parlamento Europeu e do Conselho relativa à proteção dos consumidores em matéria de indicações dos preços dos produtos vendidos aos consumidores ********** refere, efetivamente, um determinado número de preocupações ligado às práticas da média e grande distribuição ********** no que respeita à etiquetagem dos produtos ********** ou ainda ao desenvolvimento da leitura do preço através de um código de barras **********.

45. É igualmente interessante observar que, apesar de o artigo 1.º da proposta de diretiva ter sido redigido no sentido de que a indicação dos preços de venda e do preço por unidade de medida devia estar prevista para «os produtos vendidos pelos comerciantes aos consumidores finais», a Comissão acrescentou que tal devia ser o caso quando esta dupla indicação era relevante. Assim, reconheceu que «exist[ia] um certo número de situações em que a comparação dos preços não dá uma informação determinante para o consumidor particularmente quando os produtos têm caraterísticas bastante diferentes ou quando respondem a necessidades diferenciadas dos consumidores. Por exemplo, é assim quanto aos produtos personalizados, aos artigos de vestuário, *aos veículos automóveis*, ao mobiliário e a todos os produtos para os quais uma indicação de medida [...] não dá uma informação útil para comparar os preços» **********.

46. Deste modo, devido às suas características individuais próprias muito variadas, as viaturas não são produtos em relação aos quais uma comparação dos preços pela afixação regulamentada pela Diretiva 98/6 é imediatamente relevante para o consumidor. Para ser mais claro, ainda que a Diretiva 98/6 facilite a comparação, para o consumidor, do preço do quilograma de tomates — sendo os tomates um produto facilmente comparável e, em qualquer caso, estritamente equivalente aos tomates vendidos noutra loja — no que respeita a produtos do tipo das viaturas, a indicação do preço nas condições descritas pela Diretiva 98/6 não permite atingir tal objetivo atendendo ao grau de especificidade de cada veículo **********.

47. Por conseguinte, a obrigação de indicar o preço de venda e o preço por unidade de medida imposta pela Diretiva 98/6 deve ser substituída no contexto do objetivo prosseguido pelo legislador que é assegurar uma informação homogénea e transparente no que respeita, em particular, à quantificação dos produtos de acordo com um sistema uniforme de medidas como base para a determinação do respetivo preço ********** para facilitar a comparação. O Tribunal de Justiça não decidiu de forma diferente quando declarou, no processo Comissão/Bélgica, que «a Diretiva 98/6 não tem por objetivo a defesa dos consumidores relativamente à indicação dos preços em geral ou quanto à realidade económica dos anúncios de redução de preços, mas em matéria de indicação dos preços dos produtos por referência a diferentes tipos de unidades de medida» **********.

48. Assim, sou levado a considerar, de acordo com a Comissão, que a principal finalidade da Diretiva 98/6 não é garantir a proteção dos consumidores no que respeita às indicações de preço em geral mas, ao invés, permitir uma informação suficiente dos consumidores, nomeadamente tornando a comparação dos preços possível, quando o preço dos produtos é indicado por referência a unidades de medida diferentes. Esta informação suficiente é exigida quando o mesmo produto é vendido em quantidades e em embalagens variáveis e os consumidores têm um interesse em comparar o preço do produto No caso em apreço questão com base numa mesma unidade de medida.

********** COM(95) 276 final, de 12 de julho de 1995.

********** O n.º 20 da exposição de motivos refere nomeadamente as «gôndolas».

********** V. n.º 17 da exposição de motivos da proposta de diretiva.

********** V. n.º 20 da exposição de motivos da proposta de diretiva.

********** N.º 27 da exposição de motivos da proposta de diretiva. Sublinhado nosso.

********** Mais ainda por as viaturas serem dotadas de um certo número de opções.

********** V. n.º 60 das conclusões do advogado-geral P. Cruz Villalón no processo Comissão/Bélgica (C-421/12, EU:C:2013:769).

********** Acórdão Comissão/Bélgica (C-421/12, EU:C:2014:2064, n.º 59). V. igualmente os n.ºs 58 e seguintes das conclusões do advogado-geral P. Cruz Villalón no processo Comissão/Bélgica (C-421/12, EU:C:2013:769) para as quais, de resto, o Tribunal de Justiça remete.

49. A Diretiva 98/6 não constitui, assim, a norma de referência, no direito da União, em matéria de indicação dos preços em geral para todas as ofertas de produtos. Também não tem vocação para regular, de forma geral, os requisitos de indicação dos preços nos anúncios publicitários**********. Por conseguinte, não constitui o critério pelo qual a compatibilidade da legislação nacional deve ser apreciada.

50. Resulta do exposto que uma vez que a Diretiva 98/6 tem por objeto a proteção dos consumidores, não em matéria de indicação dos preços em geral mas em matéria de indicação dos preços dos produtos vendidos por referência a diferentes tipos de unidades de medida, uma disposição nacional interpretada no sentido de que é proibida, em qualquer circunstância, a prática de um profissional que consiste em indicar separadamente, numa publicidade, o preço de um veículo, de uma parte, e o montante das despesas obrigatórias de entrega do referido veículo ao consumidor, por outro, não pode estar abrangida pelo âmbito de aplicação da referida diretiva.

51. É precisamente por a disposição alemã, tal como interpretada pelo órgão jurisdicional de reenvio, não estar abrangida pelo âmbito de aplicação da Diretiva 98/6, que não pode ser considerada uma «disposição mais favorável» que os Estados-Membros tinham o direito de manter ou de adotar na aceção do artigo 10.º da Diretiva 98/6, uma vez que esta não efetuou uma harmonização completa da matéria.

52. A este respeito, concordo de novo plenamente com a análise do advogado-geral P. Cruz Villalón, nas conclusões que apresentou no processo Comissão/Bélgica, nas quais declarou que «essas disposições mais favoráveis, logicamente, só podem ser entendidas como se referindo à matéria que é objeto da Diretiva 98/6, isto é, a informação dos consumidores relativamente aos padrões utilizados como referência para a fixação dos preços dos produtos, facilitando a comparação de preços, […] mas sim em relação a diferentes sistemas de medida»**********. Nestas condições, o artigo 10.º da Diretiva 98/6 não pode justificar a manutenção da disposição nacional tal como interpretada pelo órgão jurisdicional de reenvio, dado que esta disposição não se refere à matéria objeto da Diretiva 98/6**********.

C – *Quanto à segunda questão, relativa ao conceito de preço na aceção da Diretiva 98/6*

53. Atendendo à resposta que proponho que o Tribunal de Justiça dê à primeira questão prejudicial submetida pelo órgão jurisdicional de reenvio, apenas efetuarei alguns curtos desenvolvimentos, a título subsidiário, relativos a esta questão.

54. O órgão jurisdicional de reenvio questiona o Tribunal de Justiça quanto a saber se o preço a que se referem os artigos 1.º e 3.º, n.º 1, da Diretiva 98/6 deve incluir as despesas obrigatórias de entrega do veículo. Estas disposições devem ser lidas à luz do artigo 2.º, alínea a), desta diretiva, que define o preço como «o preço final para uma unidade do produto ou uma determinada quantidade do produto, isto é, incluindo o IVA». Resulta desta disposição que o preço final é composto pelo preço do produto, pelo IVA e por todos os outros impostos.

55. Tendo a considerar que as despesas de entrega em causa no âmbito do litígio no processo principal são completamente alheias à Diretiva 98/6, e isto por diferentes motivos.

********** Com efeito, afigura-se que se o artigo 1.º da Diretiva 98/6 fosse interpretado no sentido de que os produtos são oferecidos quando há publicidade, a precisão contida no artigo 3.º, n.º 4, desta mesma diretiva torna-se perfeitamente supérflua.

********** Conclusões do advogado-geral P. Cruz Villalón no processo Comissão/Bélgica (C-421/12, EU:C:2013:769, n.º 63).

********** V., por analogia, n.º 64 das conclusões do advogado-geral P. Cruz Villalón no processo Comissão/Bélgica (C-421/12, EU:C:2013:769).

56. Em primeiro lugar, é necessário responder ao órgão jurisdicional de reenvio, que indica que as despesas de entrega podem ser consideradas no sentido que devem ser incluídas no «preço de venda» do produto, na aceção da Diretiva 98/6, devido ao seu caráter obrigatório, que a análise da génese do artigo 2.º, alínea a), da Diretiva 98/6 leva a considerar que não foi esta a escolha que o legislador efetuou, apesar de este ter tido oportunidade de o explicitar no texto da referida diretiva.

57. Com efeito, inicialmente, a proposta de diretiva********** limitava-se a definir o preço de venda como «o preço válido para uma determinada quantidade do produto»**********.

58. Na sua proposta alterada**********, a Comissão propôs melhorar significativamente esta definição precisando que o preço final incluía «o IVA, todos os outros impostos e os custos suportados pelo consumidor pela prestação de serviços»**********. Todavia, na Posição Comum (CE) n.º 60/96 adotada pelo Conselho da União Europeia em 27 de setembro de 1996 com vista à adoção da diretiva relativa à proteção dos consumidores em matéria de indicação dos preços dos produtos vendidos aos consumidores**********, o Conselho não acolheu esta formulação e limitou-se a propor que o preço de venda deve ser entendido como «o preço para uma unidade do produto ou uma determinada quantidade do produto»********** precisando, um pouco mais no projeto de diretiva, que «[o] preço de venda e o preço por unidade de medida referir-se-ão ao preço final do produto *nas condições definidas pelos Estados-Membros*»**********.

59. Em seguida, o Parlamento Europeu adotou uma alteração para que a referência prevista na proposta alterada aos «custos suportados pelo consumidor pela prestação de serviços» seja reintroduzida**********. Ora, a versão final do artigo 2.º, alínea a), da Diretiva 98/6 continua desprovida de tal referência. Tal parece-me testemunhar a dificuldade de alcançar um acordo sobre uma eventual definição legislativa mais precisa do conceito de preço e das suas diferentes componentes.

60. Em segundo lugar, importa observar que o legislador referiu, no momento de precisar o conceito de «preço» na aceção da Diretiva 98/6, os impostos e não as despesas. Ora, mais uma vez, tal escolha não é neutra. Com efeito, a apreciação rápida de uma amostra de diferentes versões linguísticas tende a confirmar o caráter «público» destes impostos. A versão espanhola refere «todos los demás impuestos», a versão italiana «ogni oltra imposta», a versão inglesa «all other taxes» e a versão alemã «alle sonstigen Steuern einschließt». Ora, na aceção da jurisprudência do Tribunal de Justiça, um imposto é qualquer encargo pecuniário, por mínimo que seja, imposto unilateralmente, sejam quais

********** V., *supra*, nota 19 das presentes conclusões.

********** Artigo 2.º da proposta de diretiva. As despesas de entrega obrigatórias do veículo podem efetivamente estar abrangidas por esta categoria.

********** Proposta alterada de Diretiva do Parlamento Europeu e do Conselho relativa à proteção dos consumidores em matéria de indicação dos preços dos produtos oferecidos aos consumidores, COM (96) 264 final de 24 de junho de 1996.

********** V. artigo 2.º, alínea a) e alínea b), da proposta alterada.

********** JO C 333, p. 7.

********** V. artigo 2.º, alínea a), da Posição Comum n.º 60/96.

********** V. artigo 4.º, n.º 2, da Posição Comum n.º 60/96. Sublinhado nosso.

********** V. alteração 11 da decisão referente à posição comum adotada pelo Conselho tendo em vista a adoção de uma diretiva do Parlamento Europeu e do Conselho relativa à defesa dos consumidores em matéria de indicação dos preços dos produtos oferecidos aos consumidores, doc. A4-0015/97 (JO C 85, p. 26).

forem as suas denominação e técnica********** cobrado pelo Estado ou por um organismo público. Sendo as despesas de entrega cobradas pelo construtor automóvel, não podiam ser qualificadas nem equiparadas a um «imposto» na aceção do artigo 2.º, alínea a), da Diretiva 98/6.

61. Em todo caso, e tendo em conta o objeto da Diretiva 98/6 que acima já recordei, continuo convencido de que tais despesas de entrega são, em última análise, alheias à referida Diretiva 98/6. Além disso, essa conclusão afigura-se completamente coerente caso se considere, como defendo, que esta é aplicável, no essencial, no contexto de disponibilização imediata dos produtos vendidos, ditos de consumo corrente, como sucede nas lojas de pequeno retalho ou de média e de grande distribuição**********.

62. Concluída a minha análise, uma vez que a Diretiva 98/6 não se mostrou relevante para a resolução do litígio no processo principal, é doravante necessário analisar a Diretiva 2005/29.

D – *Quanto à terceira questão, relativa ao conceito de preço na aceção do artigo 7.º, n.º 4, alínea c), da Diretiva 2005/29*

63. A Diretiva 2005/29 é consagrada às práticas comerciais desleais. Contém um determinado número de indicações sobre as condições em que os profissionais podem comunicar, em relação aos consumidores, referindo, eventualmente, o preço do produto. Em particular, o artigo 7.º, n.º 4, da referida diretiva estabelece a lista das informações consideradas substanciais que não é possível omitir, dissimular ou apresentar de forma a induzir em erro o consumidor no momento em que é adotada uma «decisão comercial», na aceção da Diretiva 2005/29.

64. O preço «incluindo impostos e taxas» faz parte destas informações substanciais e o órgão jurisdicional de reenvio questiona o Tribunal de Justiça sobre o facto de saber se este conceito, definido no artigo 7.º, n.º 4, alínea c), da Diretiva 2005/29, deve ser interpretado no sentido de que inclui as despesas obrigatórias de entrega de um veículo automóvel do fabricante ao consumidor. Todavia, antes de analisar a referida disposição, iniciarei a minha análise por duas séries de observações preliminares.

1. Precisões preliminares

65. Por um lado, sublinho que a Diretiva 2005/29 tem por objeto aproximar as legislações dos Estados-Membros relativas às práticas comerciais desleais, incluindo a publicidade desleal, que lesam diretamente os interesses económicos dos consumidores e, em consequência, indiretamente os interesses económicos de concorrentes legítimos**********. Efetuou uma harmonização completa da matéria**********, de modo que os

********** V., nomeadamente, no que respeita ao conceito de imposto de efeito equivalente a um direito aduaneiro, acórdãos Bakker Hillegom (C-111/89, EU:C:1990:177, n.º 9), e Kernkraftwerke Lippe-Ems (C-5/14, EU:C:2015:354, n.º 88 e jurisprudência referida).

********** Para ser efetivamente claro, não se trata de deduzir da minha análise que é possível, devido às lacunas da Diretiva 98/6 quanto à definição do «preço final», afixar separadamente o preço de uma garrafa de um litro de leite e o montante das despesas a cargo do consumidor pelo distribuidor por ter levado a garrafa até à loja. As despesas que estão em causa no âmbito do processo principal são de outra natureza, equiparando-se mais às despesas de entrega de um produto que não pode ser considerado de consumo corrente. Em todo o caso, a Diretiva 98/6 não detalha as condições em que o preço final deve ser indicado.

********** Acórdão Ving Sverige (C-122/10, EU:C:2011:299, n.º 21).

********** V. acórdãos VTB-VAB e Galatea (C-261/07 e C-299/07, EU:C:2009:244, n.º 52); Plus Warenhandelsgesellschaft (C-304/08, EU:C:2010:12, n.º 41); Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag (C-540/08, EU:C:2010:660, n.º 27); Citroën Belux (C-265/12, EU:C:2013:498, n.º 20); RLvS (C-391/12, EU:C:2013:669, n.º 33); Comissão/Bélgica (C-421/12, EU:C:2014:2064, n.ºs 55, 61 e 64); e despacho Cdiscount (C-13/15, EU:C:2015:560, n.º 34).

Estados-Membros não estão, em princípio**********, autorizados a introduzir ou a manter nas suas ordens jurídicas medidas mais restritivas do que as definidas pela Diretiva 2005/29, mesmo que seja com o fim de assegurar um grau mais elevado de proteção dos consumidores**********.

66. Por outro lado, recordo que, nos termos da Diretiva 2005/29, as práticas comerciais desleais podem assumir duas formas. Assim, pode tratar-se ou de uma ação enganosa (artigo 6.º), ou de uma omissão enganosa (artigo 7.º). Uma vez que o órgão jurisdicional de reenvio faz expressamente referência ao conceito de convite a contratar, que apenas é visado pelo artigo 7.º da Diretiva 2005/29, pressupõe-se que a prática comercial da recorrente no processo principal pertence à categoria das omissões enganosas. Ora, como o referido órgão jurisdicional não pretende, neste fase, qualificar *in concreto* o comportamento da Citroën Commerce à luz da Diretiva 2005/29, não é necessário, nas presentes conclusões, voltar a esta premissa.

2. Quanto à informação substancial relativa ao preço no contexto de um convite a contratar

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

68. Um convite a contratar é uma forma particular de publicidade à qual está associada uma obrigação reforçada de informação, precisada no artigo 7.º, n.º 4, da Diretiva 2005/29**********. O referido convite é definido no artigo 2.º, alínea i), da Diretiva 2005/29 como «uma comunicação comercial que indica as características e o preço do produto de uma forma adequada aos meios utilizados pela comunicação comercial, permitindo assim que o consumidor efetue uma aquisição»**********. O Tribunal de Justiça concluiu que esta disposição «não exig[ia] a indicação de um preço final»**********.

69. Todavia, num convite a contratar, «o preço, incluindo impostos e taxas, ou, quando, devido à natureza do produto, o preço não puder ser razoavelmente calculado de forma antecipada, a maneira como o preço é calculado, bem como, se for caso disso, todos os custos suplementares de transporte, de expedição e entrega e postais ou, quando estas despesas não puderem ser razoavelmente calculadas de forma antecipada, a indicação de que esses custos suplementares ficarão a cargo do consumidor»********** são considerados uma informação substancial.

********** Salvo autorização expressa conferida pela própria Diretiva 2005/29: v. artigo 3.º, n.º 9, da Diretiva 2005/29 e acórdão Citroën Belux (C-265/12, EU:C:2013:498, n.ºs 21 a 24).

********** V. despacho Cdiscount (C-13/15, EU:C:2015:560, n.º 34 e jurisprudência referida).

********** Artigo 7.º, n.º 1, da Diretiva 2005/29. O artigo 7.º, n.º 2, desta mesma diretiva define outra forma de omissão enganosa que consiste, para o profissional, em dissimular uma informação substancial visada no artigo 7.º, n.º 1, ou em fornecer de modo «pouco claro, ininteligível, ambíguo ou tardio» e que tem por resultado conduzir ou ser suscetível de conduzir o consumidor médio a tomar uma decisão comercial que de outro modo não teria tomado. A publicidade em causa no âmbito do processo é, ao invés, suscetível de pertencer a esta segunda categoria de omissão enganosa, caso se considere que a indicação separada do preço do veículo e do montante das despesas obrigatórias de transferência em nota de pé de página equivale a fornecer de forma pouco clara uma informação substancial. Mas, mais uma vez, não é esta a discussão em causa no presente processo.

********** V. n.º 22 das conclusões que apresentei no processo Ving Sverige (EU:C:2011:47).

********** Sublinhado nosso.

********** Acórdão Ving Sverige (C-122/10, EU:C:2011:299, n.º 36).

********** Artigo 7.º, n.º 4, alínea c), da Diretiva 2005/29.

70. Se for tida em conta apenas a redação estrita da questão submetida, o órgão jurisdicional de reenvio pretende simplesmente obter a interpretação do conceito de «preço, incluindo impostos e taxas». Ora, *mutatis mutandis*, impõe-se uma conclusão igual à que se retirou da interpretação do conceito de «impostos» no contexto da Diretiva 98/6 uma vez que, novamente, uma análise rápida das versões linguísticas confirma o caráter público da referência efetuada aos «impostos». A versão espanhola refere «el precio, incluidos los impuestos», a versão italiana «il prezzo comprensivo delle imposte», a versão inglesa «the price inclusive of taxes», a versão alemã «der Preis einschließlich aller Steuern und Abgaben» ou ainda a versão portuguesa «[o] preço, incluindo impostos e taxas».

71. Por conseguinte, não estou convencido de que as despesas obrigatórias de entrega do veículo possam ser interpretadas no sentido de que devem ser integradas num preço «incluindo impostos e taxas» na aceção do artigo 7.º, n.º 4, alínea c), da Diretiva 2005/29.

72. Em qualquer caso, é necessário alargar o âmbito da questão submetida, não se focar na expressão «preço, incluindo impostos e taxas», mas, pelo contrário, tentar precisar a sistemática do artigo 7.º da Diretiva 2005/29 a fim de melhor definir a intensidade das obrigações que daí decorrem em termos de indicação de preço.

73. Para tal, assinalarei, em primeiro lugar, que o artigo 7.º, n.º 4, alínea c), da Diretiva 2005/29 não se limita a referir o preço incluindo impostos e taxas, mas menciona igualmente «a maneira como o preço é calculado, bem como, se for caso disso, todos os custos suplementares de transporte, de expedição e entrega e postais». Resulta da estrutura da redação desta disposição que o preço é previsto em todas as suas componentes e que o teor do artigo 7.º, n.º 4, alínea c), da Diretiva 2005/29, lido na íntegra, parece prever claramente de forma distinta o preço ou a forma como é calculado, por um lado, e outras componentes do preço tais como as despesas de transporte, por outro. Independentemente do que for, nada indica, da leitura do referido artigo 7.º, n.º 4, alínea c), que o preço deve incluir as despesas de transportes e ser objeto de uma indicação definitiva global.

74. Em segundo lugar, há que reconhecer igualmente que a omissão de uma informação substancial, tal como o preço conforme definido no artigo 7.º, n.º 4, alínea c), da Diretiva 2005/29, não é, em qualquer caso, constitutiva enquanto tal de uma prática comercial desleal uma vez que será sempre necessário analisar, casuisticamente**********, o impacto desta omissão no comportamento do consumidor e na sua tomada de decisão comercial. Resulta dos termos da Diretiva 2005/29 que esta análise tomará igualmente em consideração o contexto********** específico da prática comercial em questão, tal como os limites inerentes, em termos de espaço ou de tempo, ao meio de comunicação utilizado**********.

75. Conforme o Tribunal de Justiça já declarou «[o] alcance da informação relativa aos preços será determinado em função da natureza e das características do produto mas, igualmente, em função do meio de comunicação utilizado para o convite a contratar e tendo em conta os complementos de informação eventualmente fornecidos pelo profissional. A indicação de apenas um preço de partida num convite a contratar não pode, só por si, considerar-se constitutiva de uma omissão

********** V., de forma geral, acórdãos Ving Sverige (C-122/10, EU:C:2011:299, n.os 51, 58, 59 e 73), e Comissão/Bélgica (C-421/12, EU:C:2014:2064, n.º 56) e despacho Cdiscount (C-13/15, EU:C:2015:560, n.os 38 e 39).

********** Artigo 7.º, n.os 1, 2 e 4, da Diretiva 2005/29. V., igualmente, acórdão Ving Sverige (C-122/10, EU:C:2011:299, n.os 55, 58 e 73).

********** Artigo 7.º, n.º 3, da Diretiva 2005/29. V., também, acórdão Ving Sverige (C-122/10, EU:C:2011:299, n.º 66).

enganosa» **********. Assim sendo, o Tribunal de Justiça deixou ao órgão jurisdicional de reenvio a incumbência de verificar se a omissão das modalidades de cálculo do «preço final» não impediu, ou não era suscetível de impedir, o consumidor de tomar uma decisão comercial com todo o conhecimento de causa **********.

76. Por conseguinte, mesmo que o Tribunal de Justiça considerasse que despesas de entrega como as que estão em causa no âmbito do litígio no processo principal deviam ser incluídas no «preço, incluindo impostos e taxas» referido no artigo 7.º, n.º 4, alínea c), da Diretiva 2005/29, não deixa de ser verdade que uma disposição nacional interpretada no sentido de que proíbe em absoluto os convites a contratar que apresentam de forma separada o preço dos produtos e o montante das despesas de entrega obrigatórias excede o nível de proteção oferecido pela Diretiva 2005/29, uma vez que a referida disposição teria por efeito punir, de forma geral, a omissão da informação substancial em questão — ou seja, o preço que inclui as despesas obrigatórias —, quando a diretiva exige uma apreciação casuística das consequências concretas da referida omissão sobre o comportamento comercial do consumidor antes de poder qualificar a prática comercial em questão de «desleal» **********.

77. Neste contexto, a disposição alemã tal como interpretada pelo órgão jurisdicional de reenvio equivale, de facto, a consagrar, em quaisquer circunstâncias, uma prática comercial considerada desleal; ora, tais práticas são enumeradas de forma limitada no anexo I da Diretiva 2005/29, cujo artigo 5.º, n.º 5, prevê expressamente que «só pode ser alterada mediante revisão da [referida] diretiva» **********.

78. Resulta das considerações anteriores que o artigo 7.º, n.º 4, alínea c), da Diretiva 2005/29 deve ser interpretado no sentido de que a informação substancial relativa ao preço não deve, no âmbito de um convite a contratar e independentemente das circunstâncias, adotar a forma de um preço definitivo global que inclui não apenas o preço do produto mas também todos os outros componentes do preço final que deverá ser pago pelo consumidor. Em qualquer caso, o caráter desleal de uma prática comercial em matéria de indicação do preço num convite a contratar, conforme definido no referido artigo 7.º, n.º 4, alínea c), deve ser objeto de uma avaliação casuística. Por conseguinte, a Diretiva 2005/29 opõe-se a uma disposição nacional interpretada no sentido de que prevê uma proibição geral, sem avaliação casuística que permita estabelecer o caráter desleal, da indicação separada, numa publicidade, do preço do veículo, por um lado, e do montante das despesas de entrega obrigatórias do referido veículo, por outro.

IV – **Conclusão**

79. Tendo em consideração o exposto, proponho ao Tribunal de Justiça que responda o seguinte às questões submetidas pelo Bundesgerichtshof (Supremo Tribunal Federal):

1) Uma disposição nacional interpretada no sentido de que proíbe, em qualquer circunstância, a prática de um profissional que consiste em indicar separadamente, numa publicidade, o preço de um veículo, por um lado, e o montante das despesas obrigatórias de entrega do referido veículo ao consumidor, por outro, não pode estar abrangida pelo âmbito de aplicação da Diretiva 98/6/CE do Parlamento Europeu e do Conselho de 16 de fevereiro de 1998, relativa à defesa dos consumidores em matéria de indicações dos preços dos produtos oferecidos aos consumidores, que tem por

********** Acórdão Ving Sverige (C-122/10, EU:C:2011:299, n.os 68 e 69).
********** Acórdão Ving Sverige (C-122/10, EU:C:2011:299, n.º 71).
********** V., por analogia, n.os 39 a 41 do despacho Cdiscount (C-13/15, EU:C:2015:560).
********** V., por analogia, n.os 38 e 39 do despacho Cdiscount (C-13/15, EU:C:2015:560).

objeto a proteção dos consumidores, não em matéria de indicação dos preços em geral, mas em matéria de indicação dos preços dos produtos vendidos por referência a diferentes tipos de unidades de medida.

2) O artigo 7.º, n.º 4, alínea c), da Diretiva 2005/29/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 11 de maio de 2005, relativa às práticas comerciais desleais das empresas face aos consumidores no mercado interno e que altera a Diretiva 84/450/CEE do Conselho, as Diretivas 97/7/CE, 98/27/CE e 2002/65/CE e o Regulamento (CE) n.º 2006/2004 do Parlamento Europeu e do Conselho («diretiva relativa às práticas comerciais desleais»), deve ser interpretado no sentido de que a informação substancial relativa ao preço não deve, no âmbito de um convite a contratar e independentemente das circunstâncias, adotar a forma de um preço definitivo global que inclui não apenas o preço do produto mas também todos os outros componentes do preço final que deverá ser pago pelo consumidor. Em qualquer caso, o caráter desleal de uma prática comercial em matéria de indicação do preço num convite a contratar, conforme definido no referido artigo 7.º, n.º 4, alínea c), deve ser objeto de uma avaliação casuística. Daqui resulta que a Diretiva 2005/29 opõe-se a uma disposição nacional interpretada no sentido de que prevê uma proibição geral, sem avaliação casuística que permita estabelecer o caráter desleal, da indicação separada, numa publicidade, do preço do veículo, por um lado, e do montante das despesas de entrega obrigatórias do referido veículo, por outro.