COMISSÃO
EUROPEIA

Bruxelas, 14.3.2013
COM(2013) 138 final

COMUNICAÇÃO DA COMISSÃO AO PARLAMENTO EUROPEU, AO CONSELHO E AO COMITÉ ECONÓMICO E SOCIAL EUROPEU

sobre a aplicação da Diretiva relativa às práticas comerciais desleais

Alcançar um elevado nível de proteção dos consumidores
Aumentar a confiança no mercado interno

COMUNICAÇÃO DA COMISSÃO AO PARLAMENTO EUROPEU, AO CONSELHO E AO COMITÉ ECONÓMICO E SOCIAL EUROPEU

sobre a aplicação da Diretiva relativa às práticas comerciais desleais

Alcançar um elevado nível de proteção dos consumidores
Aumentar a confiança no mercado interno

1. INTRODUÇÃO

A Diretiva 2005/29/CE relativa às práticas comerciais desleais[1] (a seguir designada por «diretiva») foi adotada em 11 de maio de 2005 para ajudar os consumidores a beneficiarem do mercado interno através da supressão de certos obstáculos regulamentares resultantes das diferenças existentes entre as normas nacionais. Essas diferenças desencorajam as empresas de vender e minam a confiança dos consumidores no momento de efetuar compras na União Europeia.

A diretiva é o principal instrumento legislativo geral da UE que regula a publicidade enganosa e outras práticas desleais nas transações entre empresas e consumidores. Tem um âmbito de aplicação muito vasto, abrangendo todas as transações entre as empresas e os consumidores («B2C») e todos os setores. É aplicável não só às fases de publicidade ou de comercialização de uma transação, mas também «…, *durante e após uma transação comercial relacionada com um produto*»[2].

A diretiva prevê um elevado nível de proteção dos consumidores em todos os setores e funciona como uma rede de segurança nos casos em que a regulamentação setorial específica da UE apresenta lacunas. Procura evitar que os consumidores sejam induzidos em erro ou expostos a práticas agressivas de comercialização, garantindo que qualquer alegação publicitária por parte dos profissionais da UE é clara, exata e fundamentada, de modo a que os consumidores possam fazer escolhas informadas e pertinentes.

Juntamente com outros instrumentos legislativos relativos ao mercado interno[3] e com o Regulamento CPC, relativo à cooperação entre as autoridades nacionais responsáveis pela aplicação da legislação de defesa do consumidor[4], a diretiva contribui para a transparência do mercado e permite prevenir a concorrência desleal no conjunto da UE. Todos os Estados-Membros transpuseram as suas disposições para a respetiva legislação nacional.

A presente comunicação enuncia as principais conclusões retiradas dos ensinamentos do primeiro período de aplicação da diretiva, como é exigido pelo seu artigo 18.º, e apresenta as medidas necessárias para tirar o máximo partido dos seus benefícios em termos de integração do mercado único e de proteção dos consumidores.

---

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

2 Cf. artigo 3.º, n.º 1, da diretiva.

3 Por exemplo, a Diretiva 2000/31/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 8 de junho de 2000, relativa a certos aspetos legais dos serviços da sociedade de informação, em especial do comércio eletrónico, no mercado interno («diretiva relativa ao comércio eletrónico») e a Diretiva 2011/83/UE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 25 de outubro de 2011, relativa aos direitos dos consumidores.

4 Regulamento (CE) n.º 2006/2004 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 27 de outubro de 2004, relativo à cooperação entre as autoridades nacionais responsáveis pela aplicação da legislação de defesa do consumidor («regulamento relativo à cooperação no domínio da defesa do consumidor»).

Juntamente com a comunicação é publicado um relatório circunstanciado[5] sobre a aplicação da diretiva nos Estados-Membros. Estes documentos integram-se na Agenda do Consumidor Europeu[6], que tem por objetivo maximizar a participação e a confiança dos consumidores no mercado, promovendo assim a confiança e o crescimento.

As despesas dos consumidores representam 56% do PIB da UE, sendo essenciais para garantir um crescimento inteligente, inclusivo e sustentável. Tal como sublinhado na Agenda do Consumidor Europeu, estimular a procura dos consumidores pode ser um fator decisivo para ajudar a UE a sair da crise atual.

Para que isso seja possível, é necessário realizar o potencial do mercado único.

Embora os dados disponíveis revelem que os consumidores que fazem compras pela Internet dispõem de uma escolha de produtos 16 vezes maior, 60% dos consumidores da UE ainda não utilizam este canal para fazerem as suas compras. Esta relutância impede-os de beneficiar plenamente da variedade de escolha e das diferenças de preços existentes no mercado único.

A adoção de medidas para aumentar a confiança dos consumidores no comércio *on-line* transnacional pode dar um contributo importante para o crescimento económico na Europa.

2. AVALIAÇÃO DOS EFEITOS POSITIVOS DA DIRETIVA

2.1. Alcançar um elevado nível de proteção dos consumidores e criar condições de concorrência equitativas para os profissionais

Os primeiros resultados da aplicação da diretiva revelam que esta permitiu melhorar consideravelmente a proteção dos consumidores nos Estados-Membros e entre estes, proporcionando uma melhor proteção das empresas sérias face aos seus concorrentes que não respeitam as normas.

Os efeitos positivos da diretiva resultam principalmente de duas características que lhe são próprias, designadamente o caráter horizontal de «rede de segurança» e a combinação de regras baseadas em princípios com uma «lista negra» de proibições específicas de certas práticas desleais.

As regras da diretiva baseadas em princípios enunciadas permitiram às autoridades nacionais adaptar-se à rápida evolução dos produtos, serviços e métodos de venda. Funcionam como disposições abrangentes («*catch all*»), que proporcionam critérios que podem ser utilizados com uma certa flexibilidade para prevenir práticas desleais não abrangidas pelas proibições específicas.

Por seu turno, a «lista negra» de práticas proibidas em quaisquer circunstâncias proporciona às autoridades nacionais um instrumento eficaz para combater as práticas desleais mais comuns, designadamente a publicidade-isco, as ofertas falsamente gratuitas, a publicidade dissimulada e a publicidade diretamente dirigida às crianças.

Apresentam-se de seguida alguns exemplos de práticas proibidas pela diretiva.

Atrair os consumidores às instalações ou ao sítio Web da empresa mediante a oferta de produtos ou serviços que não podem ser fornecidos («publicidade-isco»)

[5] Ver o relatório que acompanha a presente comunicação «Primeiro relatório sobre a aplicação da Diretiva 2005/29/CE relativa às práticas comerciais desleais das empresas face aos consumidores no mercado interno («diretiva relativa às práticas comerciais desleais»).

[6] Ver «Uma Agenda do Consumidor Europeu para incentivar a confiança e o crescimento», COM(2012) 225 final de 22.5.2012 - http://ec.europa.eu/consumers/strategy/docs/consumer_agenda_2012_pt.pdf.

*Uma cidadã alemã, Sabine, viu numa revista um anúncio de uma promoção especial: **«Voe para Barcelona por apenas 1 euro!»**. Todavia, quando tentou marcar o voo pela Internet, verificou que os preços eram muito mais caros. Quando contactou os serviços de atendimento da empresa foi informada de que só um pequeno número de lugares fora disponibilizado a esse preço reduzido. A maioria dos clientes não conseguiu tirar partido da oferta anunciada.*

A diretiva relativa às práticas comerciais desleais proíbe que se ofereça um produto a um determinado preço sem precisar claramente que a sua disponibilidade pode ser limitada em comparação com a dimensão da publicidade e o preço anunciado.

Ofertas falsamente gratuitas

*Uma cidadã da Estónia, Marit, recebeu o seguinte e-mail de uma empresa de produtos de beleza on-line: **«Ligue já e receba GRÁTIS estes óculos de sol de marca!»**. Quando telefonou, informaram-na de que a oferta só era válida se fossem encomendados produtos num montante não inferior a 2 000 EUR.*

A diretiva relativa às práticas comerciais desleais proíbe os profissionais de anunciarem um produto supostamente gratuito quando, na realidade, o consumidor tem de suportar outros custos para além do custo associado à resposta à prática comercial ou à entrega do artigo.

Obstáculos à mudança de prestador de serviços

O Filipe decidiu mudar o seu seguro de habitação para uma nova seguradora mais vantajosa. Quando telefonou para a sua companhia de seguros foi-lhe dito que teria de preencher vários formulários diferentes para pôr termo ao contrato em vigor. Infelizmente, a seguradora precisava de duas semanas para poder (ou estar disposta a) fornecer os formulários necessários e a assistente que o atendeu referiu ainda que seriam precisos mais três meses para tratar o pedido. Frustrado com as informações que lhe deram, o Filipe desistiu de pôr termo ao contrato. Lá se foram as suas boas intenções.

Ao abrigo da diretiva relativa às práticas comerciais desleais, os profissionais não podem impor qualquer entrave não contratual oneroso ou desproporcionado sempre que o consumidor pretender exercer os seus direitos contratuais, incluindo o de pôr termo a um contrato ou o de mudar de produto ou de fornecedor.

Exortação direta às crianças

*Alain ficou surpreendido quando a sua filha começou subitamente a insistir para que lhe comprasse uma coleção de filmes do seu personagem de livro favorito. Só percebeu o que estava a acontecer quando viu um anúncio de televisão sobre a edição desses filmes: «**O teu livro favorito já está em DVD – pede ao teu pai para to comprar!**»*

Ao abrigo da diretiva relativa às práticas comerciais desleais, é considerado como prática desleal os profissionais exortarem as crianças a solicitarem aos adultos a compra de produtos publicitados. Esta proibição é válida para todos os meios de comunicação, incluindo a televisão e a publicidade na Internet.

Graças à diretiva, os organismos nacionais de defesa do consumidor têm sido capazes de prevenir e sancionar uma vasta gama de práticas comerciais desleais, incluindo *alegações enganosas sobre as características ecológicas dos produtos* e as *práticas agressivas*[7] . Contudo:

[7] Ver o ponto 4, relativo à aplicação, do relatório sobre a aplicação da diretiva.

– Os interessados referem que, apesar do quadro jurídico em vigor, as alegações sobre as características ecológicas dos produtos (como, por exemplo, as menções «ecológico», «biodegradável», «sustentável» e «natural») ainda não são utilizadas de uma forma responsável, sendo por vezes demasiado gerais, vagas e mal definidas. As associações de consumidores referem ainda ser difícil aferir a veracidade dessas alegações, em particular nos setores da energia, da cosmética, dos automóveis e dos detergentes.

– Alguns Estados-Membros denunciaram certas práticas agressivas dirigidas às crianças, no domínio dos jogos *on-line*, bem como aos idosos. É necessário envidar mais esforços para reforçar a aplicação da diretiva quanto a estas categorias de consumidores vulneráveis. Concretamente, importa assegurar que, dado o envelhecimento progressivo da população, estes consumidores são protegidos contra os riscos resultantes dos efeitos da crise económica e da complexidade do mercado digital.

2.2. Aumentar a confiança no mercado único

Ao substituir as regulamentações divergentes dos vários Estados-Membros por um conjunto único de normas, a diretiva simplificou o enquadramento regulamentar, contribuindo para eliminar alguns obstáculos ao comércio transnacional.

A diretiva foi também utilizada com frequência para resolver casos transnacionais. Quase 50% dos pedidos de assistência mútua tratados pela rede CPC[8] nos últimos cinco anos (pedidos de informação, alertas e pedidos de medidas de execução) diziam respeito a violações da diretiva. Além disso, a rede levou a cabo várias ações conjuntas de fiscalização («*sweeps*») com base em disposições da diretiva (produtos/serviços digitais, sítios *Web* de venda de bilhetes de avião, serviços de telemóveis *on-line*, sítios *Web* de venda de bens eletrónicos de consumo)[9].

Uma parte substancial da diretiva tem por objetivo assegurar que as informações sobre as principais características de um produto ou serviço, assim como sobre o seu preço e condições de venda, são facultadas aos consumidores em tempo útil, de forma completa e fidedigna. Isto facilita aos consumidores a compreensão e a comparação das ofertas disponíveis, tendo impacto direto nas técnicas de comercialização e de publicidade adotadas pelos profissionais.

A publicidade desempenha um papel vital no funcionamento do mercado único, sendo o principal instrumento ao dispor das empresas para poderem vender os seus produtos e serviços no estrangeiro. A publicidade permite às empresas diferenciarem-se no espaço público: promove a concorrência, faz baixar os preços e favorece uma melhor qualidade.

A recente comunicação sobre o comércio eletrónico identificou igualmente que a disponibilidade de informações exatas e transparentes em matéria de ofertas nacionais e transnacionais é um fator essencial para aumentar a confiança dos consumidores e encorajar os profissionais a comercializarem os seus produtos através da Internet[10].

---

8 O Regulamento CPC n.º 2006/2004 cria um enquadramento que permite às autoridades trabalharem em conjunto para pôr termo às práticas comerciais transnacionais que violam os direitos dos consumidores. Desde 2007, a rede CPC tem tratado de processos transnacionais que impliquem a violação da diretiva relativa às práticas comerciais desleais.

9 http://ec.europa.eu/consumers/enforcement/index_en.htm

10 Ver o documento de trabalho dos serviços da Comissão «*Proporcionar aos consumidores os benefícios do comércio eletrónico*», que acompanha a Comunicação da Comissão ao Parlamento Europeu, ao Conselho, ao Comité Económico e Social Europeu e ao Comité das Regiões, «*Um enquadramento coerente para reforçar a confiança no mercado único digital do comércio eletrónico e dos serviços em*

Dados recentes revelam que há hoje muito mais consumidores interessados em fazer compras a nível transnacional (52%, + 19 pontos percentuais) e dispostos a gastar mais dinheiro nessas transações (18%, + 5 pontos percentuais) do que em 2006, quando a diretiva ainda não tinha sido transposta para a legislação dos Estados-Membros[11]. Sendo um dos principais instrumentos legislativos da UE concebidos para reforçar a confiança e promover o comércio transnacional, a diretiva contribuiu para esta atitude mais aberta por parte dos consumidores europeus. No entanto, temos de reconhecer que o crescimento do comércio transnacional *on-line* está ainda muito atrasado quando comparado com o aumento do comércio *online* a nível nacional, o que mostra que há ainda muito por fazer.

Os *serviços financeiros e os bens imóveis* constituem setores críticos, dada a complexidade e a gravidade dos riscos que lhes são próprios. Nestes setores têm sido denunciadas algumas práticas desleais, como a falta de informações essenciais na fase de publicidade ou a descrição enganosa dos produtos. A maior parte dos Estados-Membros adotou normas que proporcionam aos consumidores outras garantias para além das previstas na diretiva. Os resultados da consulta efetuada mostram que não seria conveniente, nesta altura, suprimir a possibilidade, proporcionada pela diretiva, de os Estados-Membros irem mais além do nível de harmonização por ela definido nestes setores específicos[12].

2.3. Aplicação adequada e eficaz da diretiva

O enquadramento jurídico criado pela diretiva tem-se mostrado globalmente adequado para avaliar a legalidade das novas práticas *on-line* que se desenvolvem em paralelo com a evolução das técnicas publicitárias e de comercialização, nomeadamente os sítios *Web* de comparação de preços e de reservas coletivas ou, por exemplo, a presença cada vez maior da publicidade nas redes sociais.

Os Estados-Membros e os outros interessados consideram que, em geral, a diretiva tem sido aplicada de forma adequada e eficaz a nível nacional, embora refiram que a falta de recursos, a complexidade e duração dos procedimentos internos, assim como a falta de sanções dissuasivas, podem comprometer a sua correta aplicação.

No caso de práticas comerciais desleais a nível transnacional, reagir de forma rápida e eficaz constitui um verdadeiro desafio para as autoridades responsáveis pela aplicação da lei. Esta situação afeta igualmente a aplicação da legislação a nível transnacional e, como o revelam os resultados da consulta, ficou patente no domínio da cooperação administrativa com base no Regulamento CPC.

A experiência com a aplicação da diretiva confirma que um dos principais problemas quanto aos sítios *Web* que recolhem opiniões dos consumidores e, em particular, os *sítios Web de comparação de preços*, é o facto de não revelarem claramente a identidade do profissional

---

linha», COM (2011) 942 final de 11.1.2012 - http://ec.europa.eu/internal_market/e-commerce/communication_2012_en.htm.

[11] Ver Eurobarómetro Flash n.º 332, «*Consumers' Attitudes towards cross-border trade and consumer protection*», de maio de 2012, p. 8. http://ec.europa.eu/public_opinion/flash/fl_332_en.pdf. Uma percentagem cada vez maior de consumidores (50%) está disposta a adquirir bens ou serviços utilizando outra língua da UE (+ 17 pontos percentuais do que em 2006). A percentagem de consumidores que não estaria, em caso algum, disposta a fazer compras noutra língua caiu de 42% em 2008 para 30% em 2011. A percentagem de europeus que afirma saber onde obter informações e conselhos sobre comércio transnacional aumentou igualmente de forma significativa, passando de 24% em 2006 para 39% em 2011.

[12] Ver o artigo 3.º, n.º 9, da diretiva relativa às práticas comerciais desleais e o *estudo sobre a aplicação da diretiva relativa às práticas comerciais desleais aos serviços financeiros e aos bens imóveis* realizado pela Civic Consulting em nome da Comissão Europeia, Direção-Geral da Justiça, 2012, disponível em: http://ec.europa.eu/justice/consumer-marketing/document.

que os gere e/ou não especificarem se os profissionais em causa pagam para que os seus produtos e serviços aí sejam apresentados (ou seja, se o sítio *Web* em causa é ou não patrocinado).

As reações das partes interessadas sugerem que a obrigação de fornecer informações claras e completas sobre os preços é muitas vezes negligenciada nas ofertas comerciais, em especial no *setor das viagens e dos transportes*.

Em ambos os casos, as partes interessadas não exigem novas medidas legislativas, mas sim medidas de aplicação da lei mais rigorosas e coerentes.

3. PRINCIPAIS PRIORIDADES PARA NOVAS MEDIDAS

Em conformidade com as constatações enunciadas na Agenda do Consumidor Europeu e na Comunicação da Comissão sobre um melhor funcionamento do mercado único[13], garantir uma melhor aplicação das normas em vigor poderá proporcionar benefícios imediatos em termos de crescimento e de emprego.

Neste contexto, a diretiva tem um papel crucial a desempenhar e a Comissão já identificou o comércio a retalho (incluindo o comércio eletrónico), o setor das viagens e dos transportes, os serviços financeiros, a economia digital, assim como a energia e a sustentabilidade, como setores prioritários fundamentais para realizar o potencial de crescimento do mercado único[14].

Para que a diretiva possa continuar a assegurar um elevado nível de proteção dos consumidores, gerando assim benefícios para o mercado interno, é necessário **intensificar a sua aplicação a nível nacional e reforçar a cooperação quanto à sua aplicação transnacional**. Isto é particularmente importante em relação às práticas desleais que tenham lugar simultaneamente em vários Estados-Membros. Nesses casos, para se poder pôr cobro a práticas com impacto à escala da UE é essencial uma boa coordenação entre a Comissão, as autoridades nacionais, as associações de consumidores e as empresas[15].

A necessidade de melhorar a aplicação das normas a nível nacional e transnacional exige que a Comissão assuma **um papel mais preponderante**, unindo forças com os Estados-Membros e apoiando-os na aplicação da diretiva em toda a UE. A este respeito, a Comissão irá analisar a forma de, no respeito pelos Tratados, poder ter um papel mais ativo para uma aplicação coerente da diretiva, em especial no que se refere às práticas desleais à escala transnacional, nomeadamente as praticadas através da Internet e que suscitam questões comuns a todas as autoridades de aplicação da lei. É essencial promover práticas convergentes na aplicação da diretiva para garantir condições de concorrência equitativas aos profissionais, em particular quando operam à escala transnacional e, em última análise, para assegurar um elevado nível de proteção dos consumidores em toda a Europa.

3.1. Assegurar a plena conformidade das legislações nacionais com a diretiva

Enquanto guardiã dos Tratados, a Comissão continuará a acompanhar de perto a transposição e a aplicação da diretiva em todos os Estados-Membros. A Comissão irá proceder a controlos de conformidade e a análises aprofundadas para verificar como as normas são aplicadas na prática, adotando medidas corretivas sempre que necessário. A análise efetuada revelou que

---

13 Ver a Comunicação da Comissão Europeia intitulada «*Uma melhor governação para o mercado único*», COM(2012) 259/2. http://ec.europa.eu/internal_market/strategy/docs/governance/20120608-communication-2012-259-2_en.pdf

14 Ver Agenda do Consumidor Europeu.

15 Ver o relatório sobre a aplicação da diretiva que acompanha a presente comunicação, ponto 3.3.3., por exemplo, no que se refere à decisão da autoridade da concorrência italiana (AGCM) PS7256 – *Comet-Apple Prodotti in Garanzia*, Provvedimento n. 23193, de 27 de dezembro de 2011.

subsistem discrepâncias entre as legislações nacionais de vários Estados-Membros e a diretiva. Os serviços da Comissão mantêm-se, portanto, em contacto com os Estados-Membros em causa. Se um Estado-Membro não cumprir as suas obrigações em termos de transposição e de aplicação da legislação, a Comissão adotará as medidas necessárias ao abrigo do artigo 258.º do TFUE.

3.2. Garantir a aplicação uniforme e adequada da diretiva nos Estados-Membros

A fim de assegurar que a diretiva é aplicada de uma forma adequada e coerente, a Comissão:

- continuará a desenvolver o documento de **orientação** em função dos contributos recebidos das autoridades nacionais de aplicação da lei e de outros interessados, bem como do surgimento de novas práticas, incluindo na Internet, e do desenvolvimento da jurisprudência nacional e da UE[16].
- melhorará, alargará e atualizará a **base de dados** sobre a diretiva relativa às práticas comerciais desleais[17].

3.3. Melhorar a aplicação da legislação e a cooperação administrativa entre os Estados-Membros

Tendo em conta as observações formuladas pelos Estados-Membros e as outras partes interessadas, assim como as informações disponíveis, a Comissão identificou os principais setores em que os consumidores são prejudicados ou perdem oportunidades e nos quais é maior o potencial de crescimento do mercado único.

A Comissão lançará iniciativas específicas nestes setores a fim de melhorar a aplicação da legislação, em consonância com os objetivos fixados na Agenda do Consumidor Europeu.

A Comissão adotará as seguintes medidas:

- *organização de **seminários** temáticos regulares entre as autoridades nacionais de aplicação da lei, bem como de ações de formação destinadas a estas autoridades e ao setor judicial*
- *aumentar a eficácia da rede CPC e continuar a promover **ações conjuntas de fiscalização («sweeps»)***
- *ajudar os Estados-Membros a assegurar a **aplicação eficaz da diretiva** desenvolvendo o **documento de orientação** e partilhando as melhores práticas com os Estados-Membros*
- *definir, juntamente com os Estados-Membros, **indicadores de aplicação da legislação**, específicos à aplicação da diretiva, que permitam identificar lacunas e insuficiências que precisem de ser averiguadas e/ou exijam a adoção de medidas corretivas suplementares.*

Essas medidas centrar-se-ão nos domínios cruciais seguintes:

- *Viagens e transportes*
- *Mercados digitais/on-line*
- *Alegações sobre as características ecológicas dos produtos*

---

16 A Comissão tenciona, nomeadamente, continuar a aprofundar as suas orientações sobre as alegações ecológicas enganosas, com base nos resultados de um estudo específico a realizar em 2013 e nos trabalhos em curso quanto ao Plano de Ação para um consumo e uma produção sustentáveis.

17 Ver https://webgate.ec.europa.eu/ucp/. Esta base de dados baseia-se na Decisão n.º 1926/2006/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 18 de dezembro de 2006, que institui um programa de ação comunitária no domínio da política dos consumidores (2007-2013).

- *Serviços financeiros*
- *Bens imóveis*

Em todos estes setores será atribuída especial atenção às práticas dirigidas aos ***consumidores mais vulneráveis****, nomeadamente idosos e menores.*

3.4. Acompanhar a evolução dos mercados e a sensibilização dos consumidores

A Comissão irá acompanhar de perto a evolução dos mercados, de modo a assegurar que o enquadramento normativo continua a proporcionar um elevado nível de proteção aos consumidores que efetuam compras a nível nacional ou transnacional.

Será prestada especial atenção à adequação do enquadramento jurídico, de modo a que este possa acompanhar a rápida evolução das técnicas de comercialização e de venda dos produtos e serviços através da Internet.

Paralelamente ao reforço das medidas de aplicação da lei, é igualmente importante lançar iniciativas de sensibilização dos consumidores para os meios ao seu dispor visando fazer valer os seus direitos. Em 2013, no âmbito do Ano Europeu dos Cidadãos, será lançada, em estreita cooperação com todos os interessados, incluindo empresas e associações de consumidores, uma *campanha à escala da UE* para melhorar o conhecimento sobre os direitos dos consumidores, nomeadamente os decorrentes da diretiva relativa às práticas comerciais desleais.

4. CONCLUSÕES

A diretiva relativa às práticas comerciais desleais tem contribuído para aumentar o bem-estar dos consumidores, tendo simplificado o enquadramento normativo e ajudado a eliminar obstáculos ao comércio transnacional. A experiência adquirida com a sua aplicação demonstrou a utilidade e a flexibilidade deste instrumento legislativo horizontal e baseado em princípios. O enquadramento normativo simplificado permitiu às empresas encetar mais facilmente atividades transnacionais, permitindo aos consumidores e às empresas tirar partido do potencial inexplorado do mercado interno.

A Comissão considera que, nesta fase, não é conveniente proceder a uma alteração da diretiva, quanto mais não seja porque a experiência da sua aplicação nos Estados-Membros é ainda demasiado limitada no tempo para um instrumento legislativo tão abrangente. A Comissão pretende centrar-se agora na coerência da aplicação da diretiva e adotar medidas concretas para tornar essa aplicação mais eficaz em certos domínios cruciais, em benefício da confiança dos consumidores e do crescimento.