



Datum van inontvangstneming : 21/11/2022

Zaak C-646/22**Samenvatting van het verzoek om een prejudiciële beslissing overeenkomstig artikel 98, lid 1, van het Reglement voor de procesvoering van het Hof van Justitie****Datum van indiening:**

13 oktober 2022

Verwijzende rechter:

Consiglio di Stato (Italië)

Datum van de verwijzingsbeslissing:

10 oktober 2022

Verzoekende partij:

Compass Banca SpA

Verwerende partij:

Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato

Voorwerp van de procedure in het hoofdgeding

Hoger beroep tegen een vonnis van de Tribunale amministrativo regionale per il Lazio (bestuursrechter in eerste aanleg Latium, Italië; hierna: „TAR”) in een procedure die is toegespitst op de vraag of een handelspraktijk die bestaat in het gebruik de consument tegelijkertijd een kredietovereenkomst en een verzekeringsovereenkomst te laten ondertekenen, al dan niet agressief van aard is. Deze vraag hangt samen met de daaraan voorafgaande vraag over de omvang van de bevoegdheid van de Autorità garante della concorrenza e del mercato (Italiaanse mededingingsautoriteit; hierna: „AGCM”) om maatregelen te nemen.

Voorwerp en rechtsgrondslag van de prejudiciële verwijzing

Krachtens artikel 267 VWEU wordt het Hof verzocht om uitlegging van richtlijn 2005/29/EG, met name artikel 2, onder d) en j), en de artikelen 4, 6, 8 en 9, daarvan, en richtlijn (EU) 2016/97, met name artikel 24, lid 3, daarvan.

Prejudiciële vragen

„[1]) Moet het in richtlijn 2005/29 gebruikte begrip ‚gemiddelde consument‘, opgevat als een normaal geïnformeerde en redelijk omzichtige en oplettende consument – wegens de elasticiteit en onbepaaldheid ervan – niet worden geformuleerd in het licht van de beste wetenschappelijke kennis en ervaring, en bijgevolg verwijzen naar niet alleen het traditionele begrip van de *homo economicus*, maar ook naar aanvaarde recentere theorieën over beperkte rationaliteit die hebben aangetoond dat personen bij hun handelen de noodzakelijke informatie vaak beperkt begrijpen en beslissingen nemen die ‚irrationeel‘ zijn in vergelijking met de beslissingen die een hypothetische omzichtige en oplettende persoon zou hebben genomen, uit welke aanvaarde theorieën volgt dat de betrokken consumenten beter moeten worden beschermd tegen het – in de moderne marktdynamieken steeds vaker voorkomende – gevaar van cognitieve beïnvloeding?

[2]) Kan een handelspraktijk waarbij het, als gevolg van ‚framing‘ van informatie, kan lijken dat een keuze verplicht is en er geen alternatieven zijn, zonder meer als ‚agressief‘ worden aangemerkt, gelet op artikel 6, lid 1, van richtlijn [2005/29...], waarin is bepaald dat als misleidend wordt beschouwd een handelspraktijk die de gemiddelde consument, ‚inclusief door de algemene presentatie‘, bedriegt of kan bedriegen?

[3]) Rechtvaardigt richtlijn [2005/29] dat de nationale mededingingsautoriteit de bevoegdheid heeft om (als eenmaal is vastgesteld dat het gevaar van psychologische beïnvloeding bestaat gezien: 1) het feit dat de persoon die om financiering vraagt, die financiering doorgaans nodig heeft, 2) de complexiteit van de overeenkomsten die de consument moet ondertekenen, 3) het feit dat de aanbiedingen gezamenlijk worden aangeboden, en 4) het feit dat voor de ondertekening van de aanbieding weinig tijd wordt gegeven) af te wijken van het beginsel dat verzekeringsproducten en niet-verwante financiële producten samen kunnen worden verkocht (koppelverkoop), door te voorzien in een bedenktijd van zeven dagen tussen de ondertekening van de twee overeenkomsten.

[4] Staat in verband met deze bevoegdheid om agressieve handelspraktijken tegen te gaan richtlijn (EU) 2016/97, en met name artikel 24, lid 3, daarvan, in de weg aan een maatregel van de mededingingsautoriteit die op grond van artikel 2, onder d) en j), en de artikelen 4, 8 en 9 van richtlijn 2005/29 en de regeling waarbij die richtlijn in nationaal recht is omgezet, is vastgesteld na afwijzing van een voorstel voor toezeggingen dat een beleggingsmaatschappij had geformuleerd na andere toezeggingen te hebben geweigerd, in geval van koppelverkoop van een financieel product en een verzekeringsproduct dat geen verband houdt met dit financiële product – en indien het gevaar van beïnvloeding van de consument bestaat wegens de omstandigheden van het specifieke geval, die ook kunnen worden afgeleid uit de complexiteit van de te onderzoeken documentatie – waarbij de consument een bedenktijd van 7 dagen wordt toegekend tussen de formulering van het gekoppelde voorstel en de ondertekening van de verzekeringsovereenkomst?

[5]) Kan het feit dat de koppeling van een financieel en een verzekeringsproduct zonder meer als een agressieve praktijk wordt aangemerkt ertoe leiden dat een regelgevingshandeling niet is toegestaan, en zou dit feit er niet toe leiden dat de (moeilijk te vervullen) verplichting om aan te tonen dat er geen sprake is van een met richtlijn 2005/29 strijdige agressieve handelspraktijk op de handelaar (en niet op de AGCM, zoals het zou moeten zijn) komt te rusten (te meer daar voornoemde richtlijn de lidstaten niet toestaat om strengere maatregelen vast te stellen dan die welke daarin zijn omschreven, zelfs niet om een hoger niveau van consumentenbescherming te verzekeren)? Of is er daarentegen geen sprake van een dergelijke omkering van de bewijslast, mits op basis van objectieve elementen wordt geoordeeld dat er een reëel gevaar bestaat dat de consument die financiering nodig heeft, door een complex gezamenlijk aanbod wordt beïnvloed?"

Aangevoerde bepalingen van Unierecht

Artikel 114 VWEU.

Richtlijn 2005/29/EG van het Europees Parlement en de Raad van 11 mei 2005 betreffende oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten op de interne markt en tot wijziging van richtlijn 84/450/EEG van de Raad, richtlijnen 97/7/EG, 98/27/EG en 2002/65/EG van het Europees Parlement en de Raad en van verordening (EG) nr. 2006/2004 van het Europees Parlement en de Raad („richtlijn oneerlijke handelspraktijken”): met name overweging 18, artikel 2, onder d) en j), en de artikelen 4, 5, 6, 7, 8 en 9 daarvan.

Richtlijn (EU) 2016/97 van het Europees Parlement en de Raad van 20 januari 2016 betreffende verzekeringsdistributie: met name artikel 24 daarvan.

Mededeling van de Commissie van 29 december 2021, „Richtsnoeren met betrekking tot de uitlegging en toepassing van richtlijn 2005/29/EG van het Europees Parlement en de Raad betreffende oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten op de interne markt” (PB 2021, C 526, blz. 1): met name punt 2.5.

Werkdocument van de diensten van de Commissie van 25 mei 2016, „Richtsnoeren voor de tenuitvoerlegging/toepassing van richtlijn 2005/29/EG betreffende oneerlijke handelspraktijken”, SWD(2016) 163 final: met name voetnoot 109, waaruit blijkt dat de Europese instellingen belangstelling hebben voor recentere studies op dit gebied.

Werkdocument van de diensten van de Commissie van 4 (of 3) december 2009, „Richtsnoeren voor de tenuitvoerlegging/toepassing van richtlijn 2005/29/EG betreffende oneerlijke handelspraktijken”, SEC(2009) 1666 final; de verwijzende rechter citeert de volgende passage daarvan, op bladzijde 31:

„Bij de definitie van het in de richtlijn gebruikte begrip ‚misleidende handeling’ is rekening gehouden met de meest recente kennis over de wijze waarop

consumenten op de markt beslissingen nemen. Uit de gedragseconomie blijkt bijvoorbeeld dat niet alleen de inhoud van de informatie, maar ook de wijze waarop die wordt gepresenteerd grote invloed kan hebben op de capaciteit om keuzes te maken. Daarom zijn in de richtlijn uitdrukkelijke bepalingen opgenomen opdat deze ook van toepassing is op gevallen waarin praktijken ,op enigerlei wijze, inclusief door de algemene presentatie’, consumenten kunnen bedriegen, zelfs als de informatie feitelijk correct is.”

Arresten van het Hof van 16 juli 1998, Gut Springenheide en Tusky, C-210/96, EU:C:1998:369; 23 april 2009, VTB-VAB, C-261/07 en C-299/07, EU:C:2009:244, punt 43; 14 januari 2010, Plus Warenhandels-gesellschaft, C-304/08, EU:C:2010:12, punt 41; 12 mei 2011, Ving Sverige, C-122/10, EU:C:2011:299; 18 oktober 2012, Purely Creative e.a., C-428/11, EU:C:2012:651, punt 38; 19 december 2013, Trento Sviluppo en Centrale Adriatica, C-281/12, EU:C:2013:859; 19 oktober 2017, Europamur Alimentación, C-295/16, EU:C:2017:782, punten 39, 41 en 42; 25 juli 2018 Dyson, , C-632/16, EU:C:2018:599, en 13 september 2018, Wind Tre, C-54/17, EU:C:2018:710.

Aangevoerde bepalingen van nationaal recht

Decreto legislativo del 6 settembre 2005, n. 206, codice del consumo (wetsbesluit nr. 206 van 6 september 2005 – consumentenwetboek). In het bijzonder worden de volgende artikelen weergegeven.

Artikel 20 (Verbod op oneerlijke handelspraktijken):

„Een handelspraktijk is oneerlijk wanneer zij in strijd is met de professionele toewijding en wanneer zij het economische gedrag van de gemiddelde consument die zij bereikt of op wie zij gericht is – of, indien zij op een bepaalde groep consumenten gericht is, het economische gedrag van het gemiddelde lid van deze groep – met betrekking tot het product wezenlijk verstoort of kan verstoren.”

Artikel 21 (Misleidende handelingen):

„1. „Als misleidend wordt beschouwd een handelspraktijk die gepaard gaat met informatie die niet met de werkelijkheid overeenstemt of, zelfs als die informatie feitelijk correct is, de gemiddelde consument op enigerlei wijze, inclusief door de algemene presentatie, bedriegt of kan bedriegen ten aanzien van een of meer van de volgende elementen, en de gemiddelde consument er in elk geval toe brengt of kan brengen om tot een transactie te besluiten waartoe hij anders niet had besloten:

- a) het bestaan of de aard van het product;
- b) de voornaamste kenmerken van het product, zoals beschikbaarheid, voordelen, risico’s, uitvoering, samenstelling, accessoires, klantenservice en klachtenbehandeling, procedé en datum van fabricage of verrichting, levering, geschiktheid voor het gebruik,

gebruiksmogelijkheden, hoeveelheid, specificatie, geografische of commerciële oorsprong, van het gebruik te verwachten resultaten, of de resultaten en wezenlijke kenmerken van op het product verrichte tests of controles;

- c) de reikwijdte van de verplichtingen van de handelaar, de motieven voor de handelspraktijk en de aard van het verkoopproces, een verklaring of een symbool in verband met directe of indirecte sponsoring of erkenning van de handelaar of het product;
- d) de prijs of de wijze waarop de prijs wordt berekend, of het bestaan van een specifiek prijsvoordeel;
- e) de noodzaak van een dienst, onderdeel, vervanging of reparatie;
- f) de hoedanigheid, kenmerken en rechten van de handelaar of zijn tussenpersoon, zoals zijn identiteit, vermogen, kwalificaties, status, erkenning, affiliatie, connecties, industriële, commerciële of intellectuele eigendomsrechten of zijn prijzen, bekroningen en onderscheidingen;
- g) de rechten van de consument, inclusief het recht op vervanging of terugbetaling, zoals bepaald in artikel 130 van deze wet.

2. Als misleidend wordt eveneens beschouwd een handelspraktijk die in haar feitelijke context, al haar kenmerken en omstandigheden in aanmerking genomen, de gemiddelde consument ertoe brengt of kan brengen een besluit over een transactie te nemen dat hij anders niet had genomen, en die het volgende behelst:

- a) het op zodanige wijze aanprijzen van een product dat verwarring ontstaat met producten, handelsmerken, handelsnamen en andere onderscheidende kenmerken van een concurrent, onder andere door ongeoorloofde vergelijkende reclame;
- b) niet-nakoming door de handelaar van verplichtingen die opgenomen zijn in een gedragscode waaraan hij zich heeft gebonden, voor zover het gaat om een verplichting die verifieerbaar is, en de handelaar in de context van een handelspraktijk aangeeft dat hij aan de gedragscode gebonden is.

3. Als oneerlijk wordt beschouwd een handelspraktijk die, indien zij betrekking heeft op producten die de gezondheid en de veiligheid van de consument in gevaar kunnen brengen, nalaat deze feiten bekend te maken, waardoor de consument de normale regels inzake voorzichtigheid en oplettendheid veronachtzaamt.”

Artikel 22 (Misleidende omissies):

„1. Als misleidende omissie wordt beschouwd een handelspraktijk die, in haar feitelijke context, al haar kenmerken en omstandigheden en de beperkingen van het communicatiemedium in aanmerking genomen, essentiële informatie welke de gemiddelde consument, naar gelang van de context, nodig heeft om een geïnformeerd besluit over een transactie te nemen, weglaat en die de gemiddelde consument ertoe brengt of kan brengen over een transactie een besluit te nemen dat hij anders niet had genomen.

2. Als misleidende omissie wordt voorts beschouwd een handelspraktijk die essentiële informatie als bedoeld in lid 1, rekening houdend met de in dat lid geschetste details, verborgen houdt, op onduidelijke, onbegrijpelijke, dubbelzinnige wijze dan wel laattijdig verstrekt, of het commerciële oogmerk, indien dit niet reeds duidelijk uit de context blijkt, niet laat blijken, en de gemiddelde consument er zowel in het ene als in het andere geval toe brengt of kan brengen een besluit over een transactie te nemen dat hij anders niet had genomen.”

Artikel 24 (Agressieve handelspraktijken):

„1. Als agressief wordt beschouwd een handelspraktijk die haar feitelijke context, al haar kenmerken en omstandigheden in aanmerking genomen, door intimidatie, dwang, inclusief het gebruik van lichamelijk geweld, of ongepaste beïnvloeding, de keuzevrijheid of de vrijheid van handelen van de gemiddelde consument met betrekking tot het product aanzienlijk beperkt of kan beperken, waardoor hij ertoe wordt gebracht of kan worden gebracht over een transactie een besluit te nemen dat hij anders niet had genomen.”

Decreto legislativo del 7 settembre 2005, n. 209 – Codice delle assicurazioni private (wetsbesluit nr. 209 van 7 september 2005 – wetboek particuliere verzekeringen). Artikel 120 quinquies luidt als volgt:

„Koppelverkoop

1. De verzekeringsdistributeur die een verzekeringsproduct aanbiedt samen met een nevenproduct dat of -dienst die geen verzekering is, als onderdeel van een pakket of dezelfde overeenkomst, deelt de verzekeringnemer mee of deze twee componenten van het pakket afzonderlijk kunnen worden gekocht en verstrekt een adequate beschrijving van de verschillende componenten van de overeenkomst of het pakket, alsmede afzonderlijke informatie over de kosten en lasten van elke component.

2. In het in lid 1 bedoelde geval en indien het risico of de verzekeringsdekking die uit de overeenkomst of het pakket, aangeboden aan een verzekeringnemer, voortvloeien, verschillen van het risico en de verzekeringsdekking van de verschillende componenten afzonderlijk, geeft de verzekeringsdistributeur een adequate beschrijving van de verschillende componenten van de overeenkomst of het pakket en van de wijze waarop de interactie ervan het risico en de verzekeringsdekking wijzigt.

3. Indien een verzekeringsproduct een nevenproduct is bij een goed dat of dienst die geen verzekering is, als onderdeel van een pakket of dezelfde overeenkomst, biedt de verzekeringsdistributeur de verzekeringnemer de mogelijkheid om het goed of de dienst afzonderlijk aan te schaffen. Dit lid is niet van toepassing indien een verzekeringsproduct een nevenproduct is bij een beleggingsdienst of -activiteit zoals omschreven in artikel 1, lid 5, van de testo unico dell'intermediazione finanziaria (geconsolideerde wet inzake financiële bemiddeling), een kredietovereenkomst zoals omschreven in artikel 120-quinquies, lid 1, onder c), van de testo unico bancario (geconsolideerde wet inzake het bankwezen), of een betaalrekening zoals omschreven in artikel 126-decies van de testo unico bancario.

4. In de gevallen bedoeld in de leden 1 en 3 maakt de verzekeringsdistributeur de verzekeringnemer duidelijk om welke redenen het verzekeringsproduct dat deel uitmaakt van een pakket of van dezelfde overeenkomst, wordt geacht aan de eisen en behoeften van die verzekeringnemer te voldoen.

5. In de gevallen bedoeld in de leden 1 en 3, kan de IVASS (Italiaanse toezichthoudende autoriteit voor verzekeringen), met betrekking tot de activiteit van verzekeringsdistributie, de in deze wet voorziene voorzorgs- en verbodsmaatregelen toepassen, waarbij zij onder andere de bevoegdheid heeft om de verkoop van een verzekering samen met een dienst die of een product dat geen verzekering is, als onderdeel van een pakket of van dezelfde overeenkomst, te verbieden – ongeacht welk product het nevenproduct is, de verzekering dan wel de dienst die of het product dat geen verzekering is – wanneer deze praktijk nadelig is voor de consument. Met betrekking tot verzekeringsproducten met een beleggingscomponent worden de voornoemde bevoegdheden uitgeoefend door de IVASS en de CONSOB, overeenkomstig hun respectievelijke bevoegdheden.

6. De bepalingen van dit artikel zijn niet van toepassing op de distributie van verzekeringsproducten die meerdere soorten risico's dekken.

7. Het bepaalde in dit artikel geldt onverminderd de bepalingen van decreto legislativo nr. 206 van 6 september 2005, waar van toepassing."

De verwijzende rechter acht het nuttig om ook te noemen: punt 5.3 van schema 1, van het richtsnoer van de voorzitter van de raad van ministers van 16 februari 2018, houdende „Goedkeuring van de Gids voor de analyse en de controle van de gevolgen van de regeling, ter uitvoering van besluit nr. 169 van de voorzitter van de raad van ministers van 15 september 2017", omdat volgens hem daaruit blijkt dat ook de wetgever zich bewust is van de relevantie van de beperkte rationaliteit van personen, en daarin zeer goed is samengevat waarin die beperkte rationaliteit tot uiting komt. In dat punt staat onder andere het volgende te lezen: „Meerdere experimenten hebben aangetoond dat de keuzen die mensen maken aanzienlijk kunnen worden beïnvloed door de wijze waarop een bepaald probleem aan hen wordt uitgelegd en de wijze waarop hun een reeks alternatieven wordt geboden (het zogeheten ‚framing effect‘).”

Korte uiteenzetting van de feiten en van de procedure

- 1 Tussen januari 2015 en juli 2018 heeft de verzoekster, Compass Banca, haar cliënten, naast verschillende soorten financiering, ook verzekeringspolissen aangeboden betreffende, onder andere, de dekking van bepaalde gebeurtenissen die verband hielden met het privéleven van de consument en niet rechtstreeks met het krediet, welke polissen samen met de financieringsproducten moesten worden ondertekend. Verweerster, AGCM, heeft in september 2018 een procedure ingeleid om na te gaan of er sprake was van een vermeende oneerlijke handelspraktijk, die volgens haar erin bestond dat „aan de verlening aan de consument van financieringen anders dan persoonlijke leningen [,] in feite de voorwaarde is verbonden dat hij verzekeringen afsluit” voor gebeurtenissen die verband hielden met de privésfeer en niet met het krediet.
- 2 Tijdens de procedure heeft verzoekster, om aan de sancties van de AGCM te ontkomen, een aantal van de door deze autoriteit gesuggereerde maatregelen aanvaard, bijvoorbeeld door de mogelijkheid van onvoorwaardelijke opzegging zonder enige gevolgen voor de financiering, waarbij de verzekeringspolis werd beëindigd en de niet benutte premies werden teruggestort, naar alle cliënten uit te breiden en de cliënt toestemming te geven om de premie voor de aanschaf van de polis niet uit de financiering, maar uit andere middelen te betalen. De bank heeft daarentegen geen gevolg gegeven aan het verzoek van de AGCM om een tijdmechanisme in te voeren van „ten minste zeven dagen tussen de fase van ondertekening van de financieringsovereenkomst en de fase van ondertekening van de verzekeringsovereenkomst” omdat zij die maatregel buitensporig vond. Als alternatief stelde verzoekster voor zich ertoe te verbinden om zeven dagen na de ondertekening van de verzekeringspolis contact met de cliënt op te nemen om na te gaan of hij die polis wilde handhaven, en om de premie van de verzekeringspolis voor de eerste zeven dagen voorafgaand aan het telefonisch contact met de consument voor eigen rekening te nemen.
- 3 AGCM achtte het tegenvoorstel van verzoekster ontoereikend, en heeft de procedure daarom afgesloten met een maatregel waarbij zij heeft vastgesteld dat er sprake was van een oneerlijke, agressieve handelspraktijk, die zij kwalificeerde als „een geforceerde koppeling, bij het sluiten van overeenkomsten voor persoonlijke financiering, met verzekeringsproducten die geen verband houden met het krediet, dat is verstrekt door diezelfde intermediair”. Daarbij heeft zij de verspreiding en voortzetting van die praktijk verboden en een geldboete opgelegd van 4 700 000 EUR.
- 4 Compass Banca heeft vervolgens bij de TAR beroep ingesteld tegen de uitkomst van die procedure. Die rechter heeft haar beroep afgewezen, waarna zij tegen dit vonnis hoger beroep heeft ingesteld bij de verwijzende rechter, de Consiglio di Stato (hoogste bestuursrechter, Italië).

Voornaamste argumenten van de partijen in het hoofdgeding

- 5 Verzoekster voert aan dat de AGCM slechts heeft aangetoond dat er in de relevante periode sprake was van een handelspraktijk die bestond in de koppelverkoop van financieringen en verzekeringspolissen, en daarbij ervan is uitgegaan dat die koppeling als zodanig, louter wegens het feit dat er geen tijdsverloop was tussen de tijdstippen waarop de respectieve overeenkomsten worden gesloten, een ongepaste beïnvloeding van consumenten kon vormen, zonder aan de hand van de beginselen op het gebied van bewijsmaatstaven voor agressieve praktijken enig bewijs te leveren van de agressiviteit van het marktgedrag van Compass Banca. Volgens haar is de bewijslast aldus omgekeerd, met als gevolg dat Compass Banca moest aantonen dat zij bij een op zich volstrekt rechtmatige handelspraktijk niet oneerlijk heeft gehandeld. Die vermeende omkering van de bewijslast is met name ernstig omdat richtlijn 2005/29 de lidstaten niet toestaat om strengere maatregelen vast te stellen dan die welke in die richtlijn zijn omschreven, zelfs niet om een hoger niveau van bescherming van consumenten te verzekeren.

- 6 De AGCM betoogt dat de financiële vennootschap de keuzevrijheid van consumenten met betrekking tot hun financiële producten heeft beïnvloed en aanzienlijk heeft beperkt. In een van de processtukken heeft zij letterlijk verklaard: „Uit het dossier blijkt dat de vennootschap de verzekeringsovereenkomsten op zodanige wijze heeft aangeboden dat bij de consument de indruk wordt gewekt dat deze moeten worden ondertekend om de financiering te verkrijgen, bijvoorbeeld door verzekeringsovereenkomsten te laten ondertekenen die bij het sluiten van de financieringsovereenkomst niet onmiddellijk zijn begrepen, of door misleidende en ‚gedwongen’ verkoop van de verzekeringsproducten, of door bij de ondertekening niet te vermelden dat de verzekeringsproducten facultatief zijn en de contractuele documentatie van de verzekeringspolis niet te overhandigen.” Volgens de AGCM had het agressieve karakter van deze praktijk kunnen worden uitgesloten door te voorzien in een tijdsverloop van zeven dagen tussen de ondertekening van de financieringsovereenkomst en de ondertekening van de verzekeringspolis.

Korte uiteenzetting van de motivering van de prejudiciële verwijzing

- 7 De verwijzende rechter wijst erop dat de AGCM bij haar verwijten aan Compass Banca ervan uit lijkt te gaan dat het begrip „gemiddelde consument”, in de zin van een normaal geïnformeerde en redelijk omzichtige en oplettende consument, weliswaar nog geldig en aanvaardbaar is, maar dat daarbij tegenwoordig naar behoren rekening moet worden gehouden met theorieën over beperkte rationaliteit, die hebben aangetoond dat personen vaak handelen zonder alle noodzakelijke informatie te hebben begrepen en, in vergelijking met de beslissingen die een hypothetische omzichtige en oplettende persoon zou nemen, irrationele beslissingen nemen. Het grote aantal studies en onderzoeken ter ondersteuning van deze theorieën heeft reeds lang de belangstelling van de

wetgever zowel op het niveau van de lidstaten als op Unieniveau. Om een doeltreffende bescherming van de consument te verwezenlijken, moet volgens de AGCM een norm worden gecreëerd die beter aansluit bij de werkelijkheid van het handelsverkeer en rekening houdt met de irrationaliteit die inherent is aan het menselijk handelen. De beperkte rationaliteit komt bijvoorbeeld tot uiting in de gevolgen van het kader waarin de informatie wordt geplaatst (het zogeheten framingeffect): mensen wijzigen hun voorkeuren naargelang van de wijze waarop bij de communicatie relevante gegevens worden gekwalificeerd of alternatieven worden gepresenteerd. In casu werd zowel een financiering als een verzekeringspolis in een zodanige context aangeboden dat de consument uiteindelijk dacht dat de financiering niet kon worden verkregen zonder tevens de verzekeringspolis te ondertekenen – ook al had die polis niets met de financiering te maken – met name wegens het feit dat de polis werd voorgesteld met betrekking tot gebeurtenissen die geen verband hielden met het krediet (zoals de gezondheidstoestand die wordt gedekt door een ziektekostenverzekering af te sluiten), maar invloed hadden op de capaciteit om de lening binnen de termijnen en volgens de voorwaarden af te lossen.

- 8 Richtlijn 2005/29 lijkt juist ook rekening te houden met het framingeffect, door in artikel 6, lid 1, daarvan de mogelijkheid te vermelden dat de gemiddelde consument door een aanbieding, „inclusief door de algemene presentatie”, kan worden misleid. De zaak in het hoofdgeding zou eenvoudig kunnen worden beslecht indien werd bevestigd dat alle passende consequenties moeten worden getrokken uit het begrip „beperkte rationaliteit” en dat de praktijk van framing van informatie per definitie als agressief moet worden aangemerkt.
- 9 Verzoekster voert daartegen terecht aan dat artikel 120 quinquies van het wetboek particuliere verzekeringen (decreto legislativo nr. 209/2005), waarin in wezen artikel 24 van richtlijn 2016/97 is overgenomen, voorziet in de mogelijkheid van koppelverkoop van een verzekeringsproduct en een nevenproduct dat of -dienst die geen verzekering is.
- 10 Het andere relevante vraagstuk dat in het onderhavige geding aan de orde is gekomen betreft de uitlegging van de omvang van de bevoegdheid die artikel 24, lid 7, van richtlijn 2016/97 de lidstaten verleent om strengere bijkomende maatregelen aan te nemen of te handhaven of in individuele gevallen in te grijpen om de verkoop van een verzekering samen met een nevendienst die of -product dat geen verzekering is, als onderdeel van een pakket of dezelfde overeenkomst, te verbieden wanneer zij kunnen aantonen dat deze praktijken nadelig zijn voor de consument. Van die uitlegging hangt namelijk het antwoord af of de AGCM de bevoegdheid heeft om af te wijken van het beginsel dat koppelverkoop mogelijk is door een tijdsverloop van zeven dagen tussen de ondertekening van de twee overeenkomsten voor te schrijven, en om de koppeling van de twee producten zonder meer als een agressieve handelspraktijk te kwalificeren. Met betrekking tot dit laatste aspect herinnert de rechter eraan dat volgens verzoekster de beginselen op het gebied van de bewijslast zijn geschonden, aangezien de AGCM heeft geoordeeld dat het bestaan van een agressieve handelspraktijk was bewezen, met

name louter op basis van ontvangen klachten en het feit dat de verzekeringspremie – beweerdelijk verplicht – is opgenomen in de maandelijkse aflossingstermijn van de financieringen.