

DECO

SEMPRE CONSIGO

**AGENDA DO CONSUMIDOR
2025-2030**

ÍNDICE

Agenda do Consumidor	02
Proteção dos consumidores vulneráveis	04
Melhorar a aplicação das regras de proteção dos consumidores e de segurança dos produtos	07
Reduzir os encargos administrativos para as empresas	10
Reforçar a proteção dos consumidores em linha	12
Promover a Governação e Cooperação	15
Consumo sustentável	17
Mercado Único	19
Melhoria das condições de vida em comunidade	21
Comércio e serviços competitivos, em condições de equidade e sem manipulação	23
Capacitação e reforço do movimento de associações de consumidores	26

A Agenda do Consumidor 2025-2030 apresentará as prioridades e as ações-chave que a Comissão Europeia se compromete a tomar em conjunto com os Estados-Membros nos próximos cinco anos, definindo a visão política em matéria de proteção dos consumidores, num cenário fortemente influenciado pelo aumento do custo de vida agravado por diferentes conflitos, e em que o poder de compra, a forma como são definidos os preços, as tendências de contratação e os comportamentos dos consumidores mudaram significativamente.

Mais do que nunca, e num mercado fortemente dinâmico e cada vez mais digital, os consumidores necessitam de legislação robusta que dê resposta aos desafios e a priorização da política dos consumidores, deve ter presente que qualquer redução de direitos consolidados pode afetar a confiança dos consumidores, e consequentemente a competitividade e crescimento económico da União Europeia. A capacitação e proteção dos consumidores deve ser o motor do crescimento económico, inovação e sustentabilidade. A desinformação, a falta de *enforcement* e a tecnologia não neutra tão presentes no dia-a-dia dos consumidores ameaçam estas prioridades e, em especial, colocam em perigo os mais vulneráveis. É necessário um *enforcement* eficaz para a defesa dos consumidores com vista a um mercado único.

A DECO considera que o diagnóstico apresentado pela Comissão aponta corretamente alguns dos problemas que os consumidores enfrentam e que merecem uma ação ao nível da UE, mas deixa de fora ou não explora suficientemente questões importantes, como os desafios crescentes do aumento de custo de vida agravado por diferentes conflitos, a crise da habitação, o risco de exclusão digital e de acesso a serviços essenciais e as dificuldades do movimento de organizações de consumidores em agirem judicialmente contra os infratores em representação dos consumidores e em combater a desinformação, perante a procura crescente de informação sobre direitos e seu exercício junto de assistentes de inteligência artificial, junto de plataformas com grande capacidade financeira e tecnológica que se promovem como serviços de apoio aos consumidores, mas que encerram em si interesses manifestamente diferentes, ou mesmo nas redes sociais, o que não garante informação fidedigna e uma adequada proteção.



A DECO acompanha a importância das prioridades identificadas pela Comissão Europeia no questionário da consulta pública da Comissão, mas considera que também a **melhoria das condições de vida em comunidade, práticas no comércio e serviços que exigem mais regras e transparência** e a **capacitação e reforço do movimento de associações de consumidores devem ser prioridades na futura Agenda do Consumidor.**

De seguida, analisamos os problemas e prioridades identificadas, procurando contribuir com uma visão mais holística e próxima dos consumidores para uma agenda que vá ao encontro das suas necessidades e expectativas.

Proteção dos consumidores vulneráveis



A atenção da Comissão a consumidores vulneráveis continua praticamente focada na proteção dos menores, reconhecendo-se que estão particularmente expostos no ambiente em linha, nos idosos e focar-se-á agora também nas pessoas com mobilidade reduzida, admitindo-se que enfrentam desafios específicos para aceder a produtos e serviços essenciais e poder pagá-los, bem como para se adaptarem às novas tecnologias e às tendências do mercado.

Na perspetiva da DECO, **o conceito de consumidores vulneráveis deve ser revisto**, na medida em que algumas práticas, que combinam a recolha de dados e técnicas de manipulação, significam que, na prática, todos os consumidores podem estar especialmente vulneráveis no contexto digital, exigindo reforçada proteção.

Além disso, o encerramento de serviços/balcões e a aposta em aplicações/folhetos digitais, pode deixar consumidores menos familiarizados com ferramentas digitais ou que não dispõem das mesmas sem acesso a informação e serviços essenciais ou onerá-los com pagamentos adicionais para acesso a documentos que apenas estão disponíveis gratuitamente em aplicações. **As iniciativas legislativas devem acautelar o direito à informação e garantir um acesso universal efetivo a serviços financeiros básicos e outros serviços essenciais, sem discriminação.**

Por outro lado, se para muitos o preço e outros fatores condicionantes determinam a escolha pelas compras em linha, para pessoas com necessidades especiais, seja com mobilidade condicionada ou pessoas com dificuldades sensoriais, tal determina, em muitos casos, a necessidade imperativa de recorrer a compras em linha ou a mecanismos de entrega ao domicílio nas compras efetuadas em lojas físicas. Regra geral, a entrega de bens, em qualquer destes casos, está sujeita ao pagamento de taxas de entrega significativas que se acumulam com as diferentes necessidades e que podem funcionar como barreira no acesso a bens para aqueles para os quais não são uma opção, mas uma necessidade, especificamente, para pessoas com necessidades especiais, com deficiência, que continuam a enfrentar obstáculos consideráveis, sabendo-se que correm maiores riscos de pobreza e exclusão social. É necessária a **tomada de medidas que promovam uma maior**

inclusão e a proteção dos legítimos interesses de pessoas com necessidades especiais.

A crescente digitalização dos mercados não deve aprofundar desigualdades já existentes, deve haver uma aposta reforçada na literacia financeira e digital, e uma atuação musculada em matéria de fraudes e sua prevenção, tendo presente que o contexto de rápida digitalização nos pagamentos e investimentos trouxe riscos acrescidos, em que se avolumam casos de fraudes e burlas, muitas vezes envolvendo diversos setores, nomeadamente na área financeira, das comunicações eletrónicas, mas também plataformas digitais assim exigindo uma abordagem mais holística e completa do circuito de fraudes.

No que respeita aos menores, a sua proteção deverá ser um pilar transversal da Agenda, sendo prioritário o estabelecimento de restrições claras e mais harmonizadas à comercialização e publicidade a alimentos nutricionalmente desadequados dirigida a crianças. As práticas publicitárias, sobretudo no ambiente digital, exploram vulnerabilidades cognitivas e emocionais e prejudicam escolhas alimentares saudáveis. A Agenda deverá prever mecanismos para limitar estas práticas de forma eficaz, coerente com os princípios da prevenção da obesidade infantil e promoção da saúde pública, dando especial atenção ao marketing de influência e a práticas publicitárias em jogos online.

**Melhorar a aplicação das regras de proteção
dos consumidores e de segurança dos produtos**



O *enforcement* da legislação de defesa do consumidor conhece dificuldades acrescidas no contexto atual de crescimento exponencial de mercados digitais e de oferta de produtos de países terceiros que não oferecem a necessária segurança e que circulam cada vez mais nos países europeus.

Por outro lado, o sistema de cooperação na defesa do consumidor tem dificuldade em responder atempadamente a infrações que podem atingir milhões de consumidores em diferentes jurisdições e tem assentado demasiado em soluções de compromisso com os profissionais. É, por isso, urgente, e tem sido consensual, rever o **Regulamento relativo à cooperação entre as autoridades nacionais responsáveis pela aplicação da legislação em matéria de proteção dos consumidores**, prevendo reforço de competências e de poderes da Comissão Europeia, bem como prevendo uma intervenção processual mais participada das entidades com poderes de emitir alertas externos, que garanta a sua audição e consulta sobre eventuais compromissos propostos. Até lá é importante que as Autoridades façam uso pleno dos poderes que se encontram já conferidos de forma a fazer cessar rapidamente as infrações com o menor prejuízo possível para os consumidores.

No que respeita ao **Regulamento relativo à fiscalização do mercado e à conformidade dos produtos**, é importante que seja também revisto de forma assegurar que alguém seja sempre responsável pela segurança dos produtos na UE, e de forma a que os mercados em linha sejam definidos como "operadores económicos". Por outro lado, é pertinente **dar mais visibilidade junto dos consumidores às notificações efetuadas no âmbito do sistema de alerta rápido da UE para os produtos não alimentares perigosos (RAPEX)**.

A presença sistemática de produtos perigosos, não conformes ou de baixa qualidade provenientes de países terceiros é um risco inadmissível. A Agenda deve integrar e reforçar a reforma da União Aduaneira, dotando as autoridades de meios eficazes para travar a entrada de tais produtos no mercado da UE. Importadores e plataformas devem ser obrigados a cumprir e demonstrar conformidade com as

regras europeias — e devem suportar os custos do controlo e verificação, nunca os consumidores.

Ao mesmo tempo é necessário **garantir financiamento público de ações coletivas** e que, nomeadamente parte das coimas aplicadas a infratores possam reverter para fundos públicos, que entre outros aspetos, possam, por esta via, financiar e garantir a propositura de ações coletivas para defesa dos interesses económicos dos consumidores. Por outro lado, além dos obstáculos financeiros, é necessário suprimir obstáculos processuais, como a morosidade de tais ações, e muito em particular **adaptar as normas de direito internacional privado à realidade das ações coletivas**, de forma a que as ações coletivas transfronteiriças possam ser, de facto, uma realidade.

A DECO apoiaria, ainda, a **criação de uma Autoridade de Supervisão do Mercado da UE** que garantisse uma supervisão do mercado mais coesa e uniforme, permitindo ao mesmo tempo uma melhor coordenação a nível da UE com autoridades nacionais.

Paralelamente, na perspetiva da DECO, é **essencial promover uma maior cooperação com outras redes**, como o Comité Europeu para a Proteção de Dados (EDPB), a Rede Europeia da Concorrência (ECN) e as entidades de coordenação previstas no âmbito do Regulamento dos Serviços Digitais e do Regulamento de Inteligência Artificial. Tal deve incluir o estabelecimento de protocolos de cooperação e mecanismos de notificação e assistência mútua, especialmente nas áreas da proteção de dados, do direito do consumo e da concorrência.

**Reduzir os encargos administrativos
para as empresas**



A simplificação e redução de encargos não deve significar uma desregulação ou um menor nível de proteção dos consumidores, com a alteração a direitos consolidados, como o direito de resolução. Qualquer tentativa de restringir ou limitar o exercício deste direito com base em alegado «uso abusivo» deve ser rejeitada, até porque não se encontra consubstanciado em factos e elementos concretos, como recentemente se concluiu no âmbito do *Digital Fairness Fitness Check*, em que também não ficaram evidentes constrangimentos acrescidos com a prestação da informação em diferentes momentos. A legislação prevê mecanismos eficazes para mitigar riscos de abuso.

Esforços de simplificação devem antes significar normas mais claras e explícitas que aumentem a segurança jurídica e facilitem a aplicação da legislação.

Simplificação não deve representar menos direitos, deve pressupor uma análise imparcial de processos, da informação obrigatória e dos momentos e formatos em que se justifica, eliminando o supérfluo, mas garantindo que os consumidores continuam a beneficiar dos seus direitos. Pode revelar-se adequado prescindir da repetição de determinada informação pré-contratual, desde que, por exemplo, esta esteja sempre disponível.

É fundamental assegurar um equilíbrio entre direitos dos consumidores e os legítimos interesses de profissionais.

A revisão da Diretiva relativa às cláusulas abusivas nos contratos celebrados com os consumidores gizada na sua adoção num contexto manifestamente distinto, atenta a evolução dos mercados e tendências de contratação, justifica-se, contribuiria para maior certeza jurídica, servindo o propósito de simplificação e orientação para os profissionais.

Reforçar a proteção dos consumidores em linha



Conforme conclusões do *Digital Fairness Fitness Check*, a legislação atual não dá resposta suficiente aos desafios que os consumidores enfrentam no ambiente digital. É importante **eliminar zonas cinzentas, lacunas e garantir uma adequada articulação, sem sobreposições entre os diferentes instrumentos jurídicos através do *Digital Fairness Act* (DFA)** que deve clarificar e reforçar as regras existentes, mas também alargar a sua aplicabilidade a novos contextos, em particular aos prestadores de serviços ou serviços que não estão atualmente abrangidos por legislação específica.

Instrumentos jurídicos em matéria de proteção dos direitos do consumidor em ambiente digital, como é o caso do Regulamento dos Serviços Digitais (DSA), o Regulamento dos Mercados Digitais (DMA), o próprio Regulamento Geral de Proteção de Dados, ou o Regulamento de Inteligência Artificial, evidenciam inconsistências ou limitações em função dos seus âmbitos de aplicação que devem ser corrigidos ou complementados no DFA, de forma a combater algumas práticas comerciais manipuladoras e pouco éticas no espaço digital, alguns riscos inerentes à utilização de Inteligência Artificial, reduzir a insegurança jurídica e facilitar a aplicação da lei.

Tecnologias emergentes, como a Inteligência Artificial, deverão ser utilizadas para reforçar a proteção dos consumidores, garantindo segurança, transparência e responsabilização no espaço digital.

Os *contratos automatizados* representam um dos desenvolvimentos mais disruptivos nos mercados de consumo modernos, mas a inovação não pode ser feita sacrificando a segurança jurídica ou a proteção dos consumidores.

Este modelo que poderá tornar-se prevalente nos contratos digitais, assenta em contratos celebrados sem interação humana tradicional e são frequentemente implementados através de ferramentas digitais, tais como *chatbots*, assistentes virtuais ou sistemas algorítmicos de tomada de decisão.

A DECO vê com apreensão a anunciada sugestão da Comissão Europeia de simplificar um enquadramento jurídico que não é suficientemente claro,

defendendo que se dê prioridade à clarificação, harmonização e reforço das salvaguardas jurídicas, garantindo que os consumidores continuam protegidos num ambiente digital cada vez mais automatizado.

Por outro lado, as conclusões do *Digital Fairness Fitness Check* apontam claramente para a necessidade de abordar práticas problemáticas como os padrões obscuros e o design aditivo (nomeadamente no contexto de jogos), que se tornaram ainda mais presentes nos últimos anos e que não têm uma resposta clara e suficiente na legislação atual. Iguais preocupações se levantam a respeito de práticas de personalização e a respeito da forma como o marketing de influência invadiu o ambiente digital e tem explorado áreas que apresentam especiais riscos e podem explorar vulnerabilidades.

A DECO considera que o *Digital Fairness Act* deve dar resposta a estes problemas, passando pela **introdução de proibições claras e específicas na “lista negra”, incluindo padrões obscuros, design aditivo ou manipulação algorítmica** – com orientações claras sobre a sua ilegalidade e as circunstâncias em que são automaticamente consideradas padrões obscuros. Muitos dos padrões obscuros presentes de forma recorrente no ambiente digital já foram identificados por vários estudos, mas continuam a existir dificuldades em abordá-los como práticas comerciais desleais.

É igualmente premente refletir sobre e **limitar práticas de personalização de preços e introduzir regras mais claras para o marketing de influência**, incluindo a criação de um registo de influenciadores, definindo concretamente atendendo aos meios digitais como e quando deve ser feita a identificação de conteúdos, e vedando a publicidade em áreas especialmente problemáticas, como a saúde, e em particular na área da estética, suplementação, alimentação, e no âmbito de produtos e serviços financeiros que exponham os consumidores a elevadas perdas financeiras. Também a publicidade em matéria de jogo merecerá um tratamento mais exigente e uniforme a nível europeu que não se cinge aos meios digitais e ao marketing de influência.

Promover a Governação e Cooperação



Não é apenas necessário adaptar as estruturas de governação da política dos consumidores da UE aos desafios atuais e cooperar com países terceiros. É fundamental apostar e **desenvolver parcerias de cooperação internacional que permitam a partilha de informações sobre infrações detetadas, ações tomadas e coordenar medidas corretivas.**

Para melhor proteger os consumidores, é fundamental que também as organizações de consumidores sejam apoiadas através de fundos públicos, que garantam financiamento para ações coletivas e maior aposta na cooperação com autoridades. Este apoio, por parte da Comissão Europeia, tem-se cingido à capacitação, mas as organizações precisam de meios financeiros para serem verdadeiros aliados de *enforcement*. Além disso, é importante que a Comissão Europeia **promova e incentive os Estados-Membros a criarem fundos públicos a nível nacional para apoiar as atividades das organizações da sociedade civil,** que não se atenham apenas a projetos de literacia e capacitação.

Consumo sustentável 

No que respeita ao diagnóstico apresentado em matéria de consumo sustentável, em que é evidenciado que as escolhas dos consumidores não refletem as suas intenções e preocupações ambientais e que frequentemente as escolhas sustentáveis não são evidentes ou estão facilmente disponíveis e nem sempre têm preços acessíveis, distanciamos-nos desta avaliação. Consideramos que, de facto, o principal problema neste âmbito continua a ser o facto de os consumidores permanecerem expostos a alegações ambientais enganosas, sem base verificável. A Agenda deve, por isso, **reafirmar o combate ao *greenwashing* e o apoio à adoção e aplicação integral da Diretiva das Alegações Ecológicas**, com regras vinculativas que assegurem que qualquer alegação ambiental seja clara, fundamentada e sujeita a verificação independente. Qualquer recuo será inaceitável e poderá comprometer a transição verde e a confiança e compromisso dos consumidores com um consumo mais sustentável.

Por outro lado, é importante apostar em bens mais duráveis, o que exige rever e aumentar o prazo de garantia legal dos bens e **impõe-se acelerar a adoção das regras de conceção ecológica** para que apenas os produtos que cumpram requisitos mínimos de sustentabilidade cheguem ao mercado, até porque apenas com mais oferta sustentável, se poderão alcançar melhores preços. Acresce que a Diretiva relativa a regras comuns para promover a reparação de bens prevê a obrigação de reparação apenas para os produtos que já tenham requisitos de reparação ao abrigo da conceção ecológica.

A questão do preço em matéria de reparação de bens, que deve ser promovida, não foi suficientemente abordada nesta Diretiva, o que entendemos ser prioritário. Mas continua a faltar ambição em tornar verdadeiramente a reparação acessível e a primeira opção dos consumidores.

Mercado único 

O mercado único é um dos maiores marcos da União Europeia, trazendo mais oferta para os consumidores, mas muitos obstáculos continuam a impedir que se beneficie de um verdadeiro mercado único.

É, por isso, necessário **garantir que os consumidores não continuem a ser vítimas de alguns tipos de discriminação injustificada**, em função do Estado-Membro (ou local desse Estado-Membro) onde residem, quando compram online, quando pretendem aceder a serviços contratados ao atravessar fronteiras ou mesmo quando procuram aceder a serviços financeiros transfronteiras, como crédito ao consumo ou à habitação, muitas vezes condicionado pela residência fiscal ou pela perceção de risco dos bancos em outros Estados-Membros.

É preciso, em particular, garantir maior concorrência no setor das comunicações e a neutralidade total da rede. O **Código Europeu das Comunicações Eletrónicas deve ser revisto** e também o **Regulamento de Geo-Blocking deve ser alterado** de forma a incluir os serviços audiovisuais no seu âmbito de aplicação.

Melhoria das condições de vida em comunidade



A Agenda do Consumidor deve contribuir ativamente para a melhoria das condições de vida dos consumidores, em setores tão diversos como a **habitação**, combatendo a especulação e assegurando apoio financeiro a longo prazo beneficiando todos os consumidores; **a mobilidade**, garantindo que transportes como o comboio são verdadeiras alternativas para viagens de curta e longa distância, e também que veículos elétricos são mais acessíveis; **comércio e serviços**, garantindo condições mais justas, mais e melhor oferta, acesso a bens e serviços essenciais a custos razoáveis.

A Agenda deve também delinear uma estratégia de prevenção da exclusão digital, sobretudo dos idosos, num mundo cada vez mais digital, garantindo canais presenciais de atendimento, interfaces digitais simples e intuitivos, apoio tecnológico adaptado, e que não são impostos custos adicionais de acesso aos que não têm acesso a interfaces digitais.

**Comércio e serviços competitivos, em condições
de equidade e sem manipulação**



No cenário de uma economia digital e tecnológica, a marcação de serviços online pode estar à distância de um clique, mas a informação sobre preços, nem sempre é transparente, está disponível ou facilmente acessível, ainda que os consumidores fiquem imediatamente vinculados. E se é possível contratar com um clique, não é ainda geralmente possível cancelar um contrato ou subscrição através de apenas um clique ou botão. Os consumidores esperam mais numa era digital. **Cancelar, tal como subscrever deve ser possível com um só clique.**

Na área da prestação de serviços do setor turístico, continuam a inexistir regras harmonizadas respeitantes ao cancelamento de serviços, o que deixa os consumidores desprotegidos em caso de circunstâncias extraordinárias, e independentemente destas, que os obriguem a cancelar uma reserva e mantém um cenário fragmentado e sempre de incerteza face aos termos e condições de cada prestador, com penalizações frequentemente desproporcionadas.

Práticas de personalização de preços e de imposição de gratificações de forma manipuladora, que devem ser banidas, estão em franco crescimento, a par da implementação em alguns países de preços dinâmicos em setores em que tradicionalmente tal não acontecia, trazendo falta de transparência, práticas especulativas, e significando, em última análise preços elevados e menos acesso para os consumidores.

Acresce que, se é certo que as alterações introduzidas pela Diretiva 2019/2161 em matéria de redução de preços, exigindo que qualquer redução de preço anunciada se baseie no preço mais baixo praticado nos 30 dias anteriores à promoção, procuraram reforçar a proteção dos consumidores e garantir a transparência de promoções e evitar práticas comerciais enganosas, como a inflação artificial dos preços imediatamente antes do anúncio de um suposto desconto, a verdade é que a prática comum de comparações com outros preços de venda, como os preços de venda ao público recomendados, que não se encontra vedada desde que a apresentação não seja enganosa, tem prejudicado a proteção dos consumidores que percecionam estas comparações manipuladas como reduções de preços. Práticas reiteradas que comprometem a transparência e o acesso a verdadeiros melhores preços exigem medidas musculadas e aconselham à **proibição expressa**

de qualquer indicação de preço que não o preço mais baixo anteriormente praticado pelo vendedor.

**Capacitação e reforço do movimento
de associações de consumidores**



As Associações de Consumidores enfrentam atualmente um novo ecossistema de desafios que pode colocar em risco o seu papel fundamental e a sua centralidade histórica na defesa dos consumidores. Desde a nova complexidade e imediatismo de mercados cada vez mais digitais, à procura crescente pelos consumidores de assistentes de inteligência artificial, ou mesmo de redes sociais, ao surgimento de entidades e plataformas que se dedicam exclusivamente à litigância e que, prosseguem objetivos comerciais, operando sem um enquadramento legal claro e sem critérios de financiamento transparente, desvirtuando o sistema de defesa do consumidor.

A complexidade crescente dos mercados, marcada pela digitalização acelerada, a opacidade e dinamismo dos modelos de negócio baseados em algoritmos e a fragmentação das cadeias de valor, exige uma intervenção especializada, multidisciplinar, permanente e imediata por parte das Associações de Consumidores.

As organizações enfrentam, por isso, a pressão de se modernizarem tecnologicamente e de se posicionarem como interlocutores preferenciais tanto junto dos consumidores como dos operadores económicos e reguladores, numa fase de inversão do modelo do associativismo, sob pena de perderem irremediavelmente a sua relevância.

É, por isso, essencial robustecer a capacidade das associações de consumidores, fontes consensuais de informação credível e aliados essenciais para a promoção da literacia e para a representação coletiva, promovendo uma modernização e maior integração dos seus sistemas de informação, apoio e representação.

Neste sentido, deverá ser prioritária a disponibilização de linhas diretas de financiamento europeu para suprir as suas necessidades face à evolução tecnológica, e que, para o efeito, os programas plurianuais prevejam apoio direto financeiro às associações de consumidores na digitalização dos seus serviços, na capacitação e na promoção das mesmas como parceiras fundamentais para as empresas, devendo a Comissão Europeia criar mecanismos que reforcem os laços entre estas organizações e os *stakeholders*.

Tal é especialmente premente no contexto atual em que, como expectável, os consumidores se afastam do modelo tradicional de apoio ao consumidor e exigem uma resposta mais imediata e digital do movimento associativo que, não obstante, reconhecem como marca de confiança.

Paralelamente, é importante que a Comissão Europeia reconheça a missão e papel fundamental das organizações de consumidores, na informação, na educação para o consumo e na capacitação e envolvimento dos cidadãos, na representação, o seu *know-how* especializado e a necessidade de manterem intransigentemente a sua independência. Com vista especificamente a garantir a representação coletiva de consumidores é importante que a Comissão Europeia promova a sua legitimidade processual reforçada e a isenção de encargos judiciais e incentive os Estados-Membros a criarem fundos públicos a nível nacional para apoiar as atividades das organizações da sociedade civil, incluindo expressamente financiamento de ações coletivas.

Os consumidores esperam mais e a Agenda deve dar resposta aos seus ensejos e necessidades no contexto de um mercado único que se quer verdadeiramente concorrencial.

O consumidor deve ser um agente ativo na transição ecológica e digital, mas só o poderá ser com garantias de proteção, informação transparente e confiança no mercado. A futura Agenda do Consumidor será tanto mais eficaz quanto mais ambiciosa for na defesa dos direitos fundamentais e na criação de condições justas para todas as partes.
