TIESAS SPRIEDUMS (pirmā palāta)

2019. gada 10. jūlijā *

Lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu – Patērētāju aizsardzība – Direktīva 2011/83/ES – 6. panta 1. punkta c) apakšpunkts – Informēšanas prasības distances līgumiem un ārpus uzņēmuma telpām noslēgtiem līgumiem – Tirgotāja pienākums norādīt savus tālruņa un faksa numurus "ja tādi ir" – Piemērojamība

Lietā C-649/17

par lūgumu sniegt prejudiciālu nolēmumu atbilstoši LESD 267. pantam, ko *Bundesgerichtshof* (Federālā Augstākā tiesa, Vācija) iesniedza ar lēmumu, kas pieņemts 2017. gada 5. oktobrī un kas Tiesā reģistrēts 2017. gada 21. novembrī, tiesvedībā

Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände – Verbraucherzentrale Bundesverband eV

pret

Amazon EU Sàrl.

TIESA (pirmā palāta)

šādā sastāvā: palātas priekšsēdētājs Ž. K. Bonišo [*J.-C. Bonichot*], Tiesas priekšsēdētājs K. Lēnartss [*K. Lenaerts*], kas pilda pirmās palātas tiesneša pienākumus, tiesneši K. Toadere [*C. Toader*], L. Bejs Larsens [*L. Bay Larsen*] un M. Safjans [*M. Safjan*] (referents),

ģenerāladvokāts: Dž. Pitrucella [*G. Pitruzzella*],

sekretāre: R. Šereša [*R. Şereş*], administratore,

ņemot vērā rakstveida procesu un 2018. gada 22. novembra tiesas sēdi,

ņemot vērā apsvērumus, ko sniedza:

– *Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände – Verbraucherzentrale Bundesverband eV* vārdā – *J. Kummer* un *P. Wassermann*, *Rechtsanwälte*,

– *Amazon EU Sàrl* vārdā – *C. Rohnke*, *Rechtsanwalt*,

– Vācijas valdības vārdā – sākotnēji *T. Henze* un *M. Hellmann*, vēlāk *M. Hellmann* un *U. Bartl*, pārstāvji,

– Francijas valdības vārdā – *J. Traband* un *A.-L. Desjonquères*, pārstāvji,

* Tiesvedības valoda – vācu.

– Eiropas Komisijas vārdā – *C. Hödlmayr* un *N. Ruiz García*, kā arī *C. Valero*, pārstāvji,

noklausījusies ģenerāladvokāta secinājumus 2019. gada 28. februāra tiesas sēdē,

pasludina šo spriedumu.

Spriedums

1 Lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu ir par to, kā interpretēt Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 2011/83/ES (2011. gada 25. oktobris) par patērētāju tiesībām un ar ko groza Padomes Direktīvu 93/13/EEK un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvu 1999/44/EK un atceļ Padomes Direktīvu 85/577/EEK un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvu 97/7/EK (OV 2011, L 304, 64. lpp.), 6. panta 1. punkta c) apakšpunktu.

2 Šis lūgums ir iesniegts tiesvedībā starp *Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände – Verbraucherzentrale Bundesverband eV* (Federālā patērētāju tiesību aizsardzības biroju apvienība, Vācija) (turpmāk tekstā "federālā apvienība") un *Amazon EU Sàrl* saistībā ar federālās apvienības celtu prasību par darbības izbeigšanu, kas vērsta pret *Amazon EU* praksi saistībā ar informācijas, kas ļauj patērētājam sazināties ar šo sabiedrību, izvietošanu.

Atbilstošās tiesību normas

Savienības tiesības

3 Direktīvas 2011/83 4., 5., 7., 12., 21. un 34. apsvērumā ir noteikts:

"(4) [..] Ir jāsaskaņo konkrēti patērētāju distances un ārpus uzņēmuma telpām noslēgto līgumu aspekti, lai patērētājiem izveidotu reālu iekšējo tirgu, atrodot pareizo samēru starp augstu patērētāju aizsardzības līmeni un uzņēmumu konkurētspēju [..].

(5) [..] Tāpēc patērētāju informācijas un atteikuma tiesību pilnīga saskaņošana attiecībā uz distances līgumiem un ārpus uzņēmuma telpām noslēgtiem līgumiem sekmēs augstu patērētāju aizsardzības līmeni un iekšējā tirgus labāku darbību starp uzņēmējiem un patērētājiem.

[..]

(7) Regulējuma galveno aspektu pilnīgai saskaņošanai vajadzētu būtiski stiprināt juridisko noteiktību gan patērētājiem, gan tirgotājiem. Gan patērētājiem, gan tirgotājiem vajadzētu spēt paļauties uz vienotu reglamentējošo noteikumu sistēmu, kura būs balstīta uz skaidri definētiem juridiskiem jēdzieniem, kas reglamentē konkrētus aspektus attiecībā uz līgumu noslēgšanu starp uzņēmumiem un patērētājiem Savienībā. Šādas saskaņošanas rezultātā būtu jānovērš noteikumu sadrumstalotības radītie šķēršļi un jāizveido iekšējais tirgus šajā jomā. Šos šķēršļus var novērst, tikai nosakot vienotus noteikumus Savienības līmenī. Turklāt patērētājiem būtu jānodrošina patērētāju tiesību aizsardzība vienmērīgi augstā līmenī visā Savienībā.

[..]

(12) Šajā direktīvā paredzētajām informācijas prasībām būtu jāpapildina informācijas prasības, kas noteiktas Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvā 2006/123/EK (2006. gada 12. decembris) par pakalpojumiem iekšējā tirgū [(OV 2006, L 376, 36. lpp.)] un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvā 2000/31/EK (2000. gada 8. jūnijs) par dažiem informācijas sabiedrības pakalpojumu tiesiskiem aspektiem, jo īpaši elektronisko tirdzniecību, iekšējā tirgū (Direktīva par elektronisko

tirdzniecību) [(OV 2000, L 178, 1. lpp.)]. Dalībvalstīm vajadzētu saglabāt iespēju noteikt papildu informēšanas prasības, ko piemēro pakalpojumu sniedzējiem, kuri veic uzņēmējdarbību to teritorijā.

[..]

(21) [..] Atrodoties ārpus uzņēmuma telpām, patērētājs var just iespējamu psiholoģisku spiedienu vai var saskarties ar pārsteiguma faktoru neatkarīgi no tā, vai viņš ir vai nav lūdzis tirgotāja apmeklējumu. [..]

[..]

(34) Pirms patērētājam kļūst saistošs distances vai ārpus uzņēmuma telpām noslēdzams līgums, līgums, kas nav distances vai ārpus uzņēmuma telpām noslēdzams līgums, vai jebkurš attiecīgs piedāvājums, tirgotājam būtu jāsniedz patērētājam skaidra un vispusīga informācija. Sniedzot šo informāciju, tirgotājam, cik vien ir viņa spēkos to saprātīgi paredzēt, būtu jāņem vērā specifiskas tādu patērētāju vajadzības, kuri ir īpaši neaizsargāti savu garīgo, fizisko vai psiholoģisko traucējumu, vecuma vai lētticības dēļ. Tomēr šādu specifisku vajadzību ņemšanai vērā nebūtu jānoved pie dažāda līmeņa patērētāju aizsardzības."

4 Direktīvas 2011/83 1. pantā "Priekšmets" ir noteikts:

"Šīs direktīvas mērķis ir, panākot augstu patērētāju aizsardzības līmeni, veicināt iekšējā tirgus sekmīgu darbību, tuvinot konkrētus aspektus dalībvalstu normatīvajos un administratīvajos aktos, kas attiecas uz līgumiem, kuri noslēgti starp patērētājiem un tirgotājiem."

5 Šīs direktīvas 2. pantā "Definīcijas" ir noteikts:

"Šajā direktīvā piemēro šādas definīcijas:

[..]

7) "distances līgums" ir jebkurš pārdošanas vai pakalpojumu līgums, kas noslēgts starp tirgotāju un patērētāju saskaņā ar organizētu distances pārdošanas vai pakalpojumu sniegšanas shēmu, tirgotājam un patērētājam vienlaikus fiziski neatrodoties vienā vietā, un šā līguma noslēgšanai tiek ekskluzīvi izmantots viens vai vairāki distances saziņas līdzekļi līdz līguma noslēgšanas brīdim un pašā līguma noslēgšanas brīdī;

8) "ārpus uzņēmuma telpām noslēgts līgums" ir jebkurš starp tirgotāju un patērētāju noslēgts līgums, kas:
   a) noslēgts, fiziski klātesot tirgotājam un patērētājam vietā, kas nav tirgotāja uzņēmējdarbības telpās;
   b) kura piedāvājumu patērētājs izteicis tādos pašos apstākļos, kā minēts a) apakšpunktā;
   c) kas noslēgts tirgotāja uzņēmuma telpās vai izmantojot jebkurus distances saziņas līdzekļus tūlīt pēc tam, kad patērētājs ticis personīgi un individuāli uzrunāts vietā, kas nav tirgotāja uzņēmuma telpas, vienlaikus fiziski klātesot tirgotājam un patērētājam;
   d) kas noslēgts ekskursijas laikā, ko tirgotājs organizē ar mērķi patērētājam reklamēt un pārdot preces vai pakalpojumus;

[..]."

6 Minētās direktīvas 4. pantā "Saskaņošanas pakāpe" ir paredzēts:

"Dalībvalstis savos valsts tiesību aktos nepatur spēkā vai neievieš noteikumus, kuri atšķiras no šajā direktīvā paredzētajiem noteikumiem, tostarp stingrākus vai mazāk stingrus noteikumus, lai nodrošinātu atšķirīgu patērētāju aizsardzības līmeni, ja vien šajā direktīvā nav paredzēts citādi."

7 Direktīvas 2011/83 II nodaļā "Patērētāju informēšana par līgumiem, kas nav distances līgumi vai ārpus uzņēmuma telpām noslēgti līgumi" ir ietverts šīs direktīvas 5. pants.

8 Atbilstoši minētajam 5. pantam "Informēšanas prasības līgumiem, kas nav distances līgumi vai ārpus uzņēmuma telpām noslēgti līgumi":

"1. Pirms patērētājs ir uzņēmies tāda līguma saistības, kas nav distances līgums vai ārpus uzņēmuma telpām noslēgts līgums, vai tamlīdzīga piedāvājuma saistības, tirgotājs, ja šī informācija jau skaidri neizriet no konteksta, skaidrā un labi saprotamā veidā sniedz patērētājam šādu informāciju:

[..]

b) tirgotāja identitāte, piemēram, viņa tirdzniecības nosaukums, fiziskā adrese, kurā viņš atrodas, un tālruņa numurs;

[..]

4. Dalībvalstis var pieņemt vai paturēt spēkā prasības par papildu informācijas sniegšanu pirms tādu līgumu noslēgšanas, kam piemēro šo pantu."

9 Direktīvas 2011/83 III nodaļā "Patērētāju informēšana un atteikuma tiesības saistībā ar distances līgumiem un ārpus uzņēmuma telpām noslēgtiem līgumiem" ir ietverti šīs direktīvas 6.–16. pants.

10 Šīs direktīvas 6. pantā "Informēšanas prasības distances līgumiem un ārpus uzņēmuma telpām noslēgtiem līgumiem" ir noteikts:

"1. Pirms patērētājs ir uzņēmies ārpus uzņēmuma telpām noslēgta līguma vai distances līguma, vai arī jebkāda tamlīdzīga piedāvājuma saistības, tirgotājs skaidrā un saprotamā veidā patērētājam sniedz šādu informāciju:

[..]

c) fiziskā adrese, kurā tirgotājs ir reģistrēts, kā arī tirgotāja tālruņa numurs, faksa numurs un elektroniskā pasta adrese, ja tāda[-i] ir, lai patērētājs varētu ātri kontaktēties ar tirgotāju un efektīvi sazināties ar viņu, un attiecīgā gadījumā tā tirgotāja fiziskā adrese un identitāte, kura uzdevumā viņš rīkojas;

[..]

4. Šā panta 1. punkta h), i) un j) apakšpunktā minēto informāciju var sniegt ar I pielikuma A daļā doto paraugu norādījumiem par atteikumu. Tirgotājs ir izpildījis 1. punkta h), i) un j) apakšpunktā minētās informēšanas prasības, ja viņš ir sniedzis patērētājam minētos norādījumus, kas ir pareizi aizpildīti.

5. Šā panta 1. punktā minētā informācija ir distances līguma vai ārpus uzņēmuma telpām noslēgta līguma neatņemama daļa, un to nemaina, ja vien līgumslēdzējas puses nav skaidri vienojušās citādi.

[..]

8. Šajā direktīvā paredzētās informēšanas prasības ir noteiktas papildus informēšanas prasībām Direktīvā [2006/123] un Direktīvā [2000/31], un tās neliedz dalībvalstīm noteikt papildu informēšanas prasības saskaņā ar minētajām direktīvām.

Neskarot pirmo daļu, ja kāds Direktīvas [2006/123] vai Direktīvas [2000/31] noteikums par saturu un veidu, kādā informācija ir jāsniedz, ir pretrunā kādam no šīs direktīvas noteikumiem, noteicošā ir šī direktīva.

[..]"

11 Direktīvas 2011/83 21. panta "Saziņa pa tālruni" pirmajā daļā ir paredzēts:

"Dalībvalstis nodrošina, lai gadījumā, kad tirgotājam ir telefona līnija telefoniskai saziņai par noslēgto līgumu, patērētājam, sazinoties ar tirgotāju, nav pienākums maksāt vairāk nekā pamata tarifu."

12 Šīs direktīvas I pielikumā "Informācija par atteikuma tiesību izmantošanu" ir ietverta A daļa "Paraugs norādījumiem par atteikumu" un B daļa "Atteikuma veidlapas paraugs".

13 Šī pielikuma A daļā tostarp ir sniegti norādījumi, kas tirgotājam ir jāievēro, lai sniegtu patērētājam standartizētu informāciju par viņa atteikuma tiesībām, un, it īpaši, ir sniegts šāds norādījums:

"Ievietojiet savu nosaukumu, fizisko adresi un, ja ir, savu tālruņa numuru, faksa numuru un e-pasta adresi."

14 Minētā pielikuma B daļā ir ietverts šādi formulēts ieraksts:

"Adresāts: [šeit tirgotājam jāievieto tirgotāja nosaukums, fiziskā adrese un, ja ir, viņa tālruņa numurs, faksa numurs un e-pasta adrese]."

Vācijas tiesības

15 *Bürgerliches Gesetzbuch* (Civilkodekss) 312.d panta "Informēšanas prasības" 1. punktā ir paredzēts:

"Ja līgums ir ārpus uzņēmuma telpām noslēgts līgums vai distances līgums, tirgotājam ir pienākums informēt patērētāju atbilstoši *Einführungsgesetz zum Bürgerlichen Gesetzbuche* [(Civilkodeksa ievadlikums, turpmāk tekstā – "*EGBGB*")] 246.a pantam. Informācija, ko tirgotājs sniedzis, pildot šo pienākumu, ir līguma neatņemama sastāvdaļa, ja vien līgumslēdzējas puses nav vienojušās citādi."

16 *EGBGB* 246.a panta "Informēšanas prasības ārpus uzņēmuma telpām noslēgtiem līgumiem un distances līgumiem, kas nav līgumi par finanšu pakalpojumiem" 1. punkta pirmās daļas 2. punktā ir noteikts:

"Tirgotājam saskaņā ar [Civilkodeksa] 312.d panta 1. punktu ir jādara patērētājam pieejama šāda informācija:

[..]

2. tirgotāja identitāte, piemēram, viņa tirdzniecības nosaukums, kā arī fiziskā adrese, kurā viņš atrodas, tirgotāja tālruņa numurs un attiecīgā gadījumā faksa numurs un elektroniskā pasta adrese, kā arī attiecīgā gadījumā tā tirgotāja fiziskā adrese un identitāte, kura uzdevumā viņš rīkojas."

Pamatlieta un prejudiciālie jautājumi

17 *Amazon EU* tostarp pārvalda tīmekļa vietni www.amazon.de, piedāvājot iegādāties tiešsaistē dažādus produktus.

18 Veicot pasūtījumu šajā tīmekļa vietnē, 2014. gada augustā patērētājiem pirms pasūtījuma pabeigšanas bija iespēja aktivizēt elektronisku saiti "Sazinieties ar mums". Tādējādi patērētājs nokļuva tīmekļa lapā, kurā sadaļā "Sazinieties ar mums" bija ietverta norāde "Kā Jūs vēlaties ar mums sazināties?" un kurā viņam bija pieejamas trīs izvēles iespējas, proti, nosūtīt elektroniskā pasta vēstuli, sazināties pa tālruni vai, izmantojot tūlītēju ziņapmaiņu, uzsākt sarunu tērzētavā ("čats"). Savukārt faksa numurs šajā lapā nebija norādīts. Ja patērētājs izvēlējās izmantot saziņu pa tālruni, atvērās vēl viena tīmekļa lapa, kurā viņam bija iespēja norādīt savu tālruņa numuru un lūgt atzvanīt uz to. Šajā pašā lapā bija ietverta arī norāde "Ja Jūs vēlaties, Jūs varat zvanīt arī uz mūsu vispārīgo palīdzības tālruni". Aktivizējot saiti "Vispārīgais palīdzības tālrunis", atvērās logs ar *Amazon EU* tālruņa numuriem, kurā bija norādīts šāds teksts:

"Vispārīgais palīdzības tālrunis

Lūdzu, ievērojiet: Šīs izvēles vietā mēs Jums iesakām izmantot funkciju "Zvanīt tagad", lai ātri saņemtu palīdzību. Pamatojoties uz Jūsu jau sniegto informāciju, mēs varam Jums uzreiz palīdzēt.

Ja Jūs izvēlaties zvanīt uz vispārīgo palīdzības tālruni, lūdzu, ņemiet vērā, ka Jums būs jāatbild uz vairākiem jautājumiem Jūsu identitātes pārbaudei.

Ja Jūs vēlaties sazināties ar mums tradicionālā veidā, Jūs varat mūs sazvanīt arī pa šādiem tālruņa numuriem: [..]"

19 Aktivizējot norādi "Impressum", kas atrodama tīmekļa vietnē www.amazon.de, patērētājs, izvēloties sadaļu "Sazinieties ar mums", arī varēja nokļūt lapā, kurā bija iespēja lūgt atzvanīt uz norādīto tālruņa numuru.

20 Federālā apvienība uzskatīja, ka *Amazon EU* nav izpildījusi savu tiesību aktos paredzēto pienākumu darīt pieejamus patērētājam efektīvus līdzekļus saziņai ar to, jo tā nebija no juridiskā viedokļa pietiekamā apmērā sniegusi patērētājiem informāciju par saviem tālruņa un faksa numuriem. Turklāt federālā apvienība uzskatīja, ka *Amazon EU* nav skaidri un saprotami norādījusi tālruņa numuru un ka atzvanīšanas pakalpojums neatbilst informēšanas prasībām, jo patērētājam esot jāveic daudz soļu, lai varētu sazināties ar šīs sabiedrības kontaktpersonu.

21 Federālā apvienība vērsās *Landgericht Köln* (Ķelnes apgabaltiesa, Vācija) ar prasību izbeigt *Amazon EU* īstenoto praksi saistībā ar tās tīmekļa vietnē ietvertās informācijas izvietošanu.

22 Tā kā minētā tiesa ar 2015. gada 13. oktobra spriedumu šo prasību par darbības izbeigšanu noraidīja, federālā apvienība iesniedza apelācijas sūdzību *Oberlandesgericht Köln* (Federālās zemes Augstākā tiesa Ķelnē, Vācija).

23 Ar 2016. gada 8. jūlija spriedumu *Oberlandesgericht Köln* (Federālās zemes Augstākā tiesa Ķelnē) noraidīja federālās apvienības apelācijas sūdzību. Minētā tiesa atzina, ka *Amazon EU* ir izpildījusi prasības saistībā ar informāciju, kas jāsniedz pirms līguma noslēgšanas, paredzot patērētājiem pietiekamas saziņas iespējas, izmantojot atzvana sistēmu, un piedāvājot iespēju sazināties ar to, izmantojot tērzēšanu internetā vai elektronisko pastu.

24 Šādos apstākļos federālā apvienība iesniedza revīzijas sūdzību iesniedzējtiesā – *Bundesgerichtshof* (Federālā Augstākā tiesa, Vācija).

25 Iesniedzējtiesa uzskata, ka, lai atrisinātu tajā izskatāmo lietu, it īpaši ir jāprecizē Direktīvas 2011/83 6. panta 1. punkta c) apakšpunktā tā attiecīgi franču, vācu un angļu valodu redakcijās ietvertā izteiciena "lorsqu'ils sont disponibles" ["ja tādi ir"], "gegebenenfalls" vai "where available" piemērojamība.

26 Šajā ziņā no 2014. gada jūnijā publicētā Eiropas Komisijas vadlīniju dokumenta par Direktīvu 2011/83 izrietot, ka minētais izteiciens ir attiecināms uz trim tālsaziņas līdzekļiem, kas minēti šīs direktīvas 6. panta 1. punkta c) apakšpunktā, proti, tālruni, faksu un elektronisko pastu.

27 Līdz ar to iesniedzējtiesas ieskatā tirgotāja sniedzamajai informācijai ir jābūt saistītai tikai ar uzņēmumā jau pastāvošajiem saziņas līdzekļiem. Tirgotājam turpretī neesot pienākuma ierīkot jaunu tālruņa vai faksa līniju vai izveidot jaunu elektroniskā pasta kontu, ja tas izlemj slēgt arī distances līgumus.

28 Šajā ziņā rodoties jautājums, vai tirgotājam, kurš, lai gan tam ir pieejami tādi saziņas līdzekļi kā tālrunis, fakss un elektroniskā pasta konts, šos saziņas līdzekļus tomēr izmanto vienīgi saziņai ar citiem komersantiem vai valsts iestādēm, saskaņā ar Direktīvas 2011/83 6. panta 1. punkta c) apakšpunktu ir pienākums sniegt informāciju par šiem saziņas līdzekļiem, arī noslēdzot distances līgumus ar patērētājiem.

29 Apstiprinošas atbildes gadījumā tirgotājam, kurš uzsāk jaunu darbību, kas ietver distances līgumu noslēgšanu ar patērētājiem, būtu jāmaina tā uzņēmuma darbības organizācija un jāpieņem darbā jauni darbinieki un tas varētu nelabvēlīgi ietekmēt tā darījumdarbības brīvību, kura paredzēta Eiropas Savienības Pamattiesību hartas (turpmāk tekstā – "Harta") 16. pantā un 17. panta 1. punktā.

30 Turklāt šāda interpretācija būtu pretrunā Direktīvas 2011/83 mērķim, kas norādīts tās 4. apsvērumā un kas paredz atrast pareizu samēru starp augstu patērētāju aizsardzības līmeni un uzņēmumu konkurētspēju.

31 Šādos apstākļos *Bundesgerichtshof* (Federālā Augstākā tiesa) nolēma apturēt tiesvedību un uzdot Tiesai šādus prejudiciālus jautājumus:

"1) Vai dalībvalsts var paredzēt noteikumu, ar kuru – līdzīgi kā ar *EGBGB* 246.a panta 1. punkta pirmās daļas pirmā teikuma 2. punkta noteikumu – tirgotājam ir paredzēts pienākums, slēdzot distances līgumus, pirms patērētājs izsaka gribu noslēgt līgumu, norādīt savu tālruņa numuru vienmēr, nevis tikai tad, ja tāds ir?

2) Vai Direktīvas 2011/83 6. panta 1. punkta c) apakšpunktā vācu valodas redakcijā izmantotais formulējums "gegebenenfalls" ["ja tādi ir"] [kas atbilst "lorsqu'ils sont disponibles" šīs normas franču valodas redakcijā] nozīmē, ka tirgotājam ir jāsniedz informācija tikai par uzņēmumā jau faktiski pieejamajiem saziņas līdzekļiem, tātad, ja tas nolemj savā uzņēmumā noslēgt arī distances līgumus, tam nav jāierīko jauna tālruņa vai faksa līnija vai arī jāizveido jauns elektroniskā pasta konts?

3) Ja atbilde uz otro jautājumu ir apstiprinoša:

Vai [šīs direktīvas] 6. panta 1. punkta c) apakšpunktā vācu valodas redakcijā izmantotais formulējums "gegebenenfalls" ("ja tādi ir") [kas atbilst "lorsqu'ils sont disponibles" šīs normas franču valodas redakcijā] nozīmē, ka uzņēmuma rīcībā jau ir tikai tādi saziņas līdzekļi, kurus tirgotājs katrā ziņā faktiski izmanto arī saziņai ar patērētājiem, noslēdzot distances līgumus, vai arī tas nozīmē, ka uzņēmuma rīcībā ir arī tādi saziņas līdzekļi, kurus tirgotājs līdz šim ir izmantojis vienīgi citiem mērķiem, piemēram, saziņai ar komersantiem vai iestādēm?

4) Vai [minētās direktīvas] 6. panta 1. punkta c) apakšpunktā nosaukto saziņas līdzekļu, [proti], tālrunis, fakss, elektroniskais pasts, saraksts ir galīgs, vai tomēr tirgotājs var izmantot arī citus, šajā noteikumā nenosauktus saziņas līdzekļus, piemēram, tērzēšanu internetā vai tālruņa atzvana sistēmu, ja tādējādi ir nodrošināta ātra un efektīva saziņa?

5) Vai, piemērojot [šīs pašas direktīvas] 6. panta 1. punktā paredzēto pārskatāmības pienākumu, saskaņā ar kuru tirgotājam ir skaidri un saprotami patērētājam jāsniedz informācija par Direktīvas 2011/83 6. panta 1. punkta c) apakšpunktā minētajiem saziņas līdzekļiem, ir būtiski, ka informācija tiek sniegta ātri un efektīvi?"

Par prejudiciālajiem jautājumiem

32 Ar uzdotajiem jautājumiem, kuri ir jāizskata kopā, iesniedzējtiesa būtībā vēlas noskaidrot, vai Direktīvas 2011/83 6. panta 1. punkta c) apakšpunkts ir jāinterpretē tādējādi, ka tas nepieļauj tādu valsts tiesisko regulējumu kā pamatlietā, atbilstoši kuram tirgotājam, pirms tas noslēdz ar patērētāju šīs direktīvas 2. panta 7. un 8. punktā paredzēto distances līgumu vai ārpus uzņēmuma telpām noslēdzamu līgumu, pilnīgi visos gadījumos ir pienākums norādīt savu tālruņa numuru, un vai šajā pašā tiesību normā tirgotājam ir noteikts pienākums ierīkot tālruņa vai faksa līniju vai izveidot jaunu elektroniskā pasta kontu, lai patērētāji varētu sazināties ar tirgotāju. Iesniedzējtiesa vēlas arī noskaidrot, vai tādos apstākļos kā pamatlietā šis tirgotājs var izmantot šajā pirmajā tiesību normā neminētus saziņas līdzekļus, kā, piemēram, tūlītējas ziņapmaiņas vai tālruņa atzvana sistēmu.

33 Vispirms ir jāatgādina, ka atbilstoši Direktīvas 2011/83 6. panta 1. punkta c) apakšpunktam, pirms patērētājs ir uzņēmies ārpus uzņēmuma telpām noslēgta līguma vai distances līguma, vai arī jebkāda tamlīdzīga piedāvājuma saistības, tirgotājs skaidri un saprotami patērētājam sniedz informāciju par fizisko adresi, kurā tirgotājs ir reģistrēts, kā arī tirgotāja tālruņa numuru, faksa numuru un elektroniskā pasta adresi, ja tādi ir, lai patērētājs varētu ātri kontaktēties ar tirgotāju un efektīvi sazināties ar viņu, un attiecīgā gadījumā tā tirgotāja fizisko adresi un identitāti, kura uzdevumā viņš rīkojas.

34 No lūguma sniegt prejudiciālu nolēmumu, kā arī apsvērumiem, ko iesniegušas pamatlietas puses un citas ieinteresētās personas šajā lietā, tostarp izriet, ka Direktīvas 2011/83 6. panta 1. punkta c) apakšpunkts varētu tikt interpretēts divējādi. No vienas puses, šo tiesību normu varētu interpretēt tādējādi, ka tirgotājam tajā ir noteikts pienākums informēt patērētāju par saviem tālruņa un faksa numuriem, ja minētajam tirgotājam tādi ir. No otras puses, minētajā tiesību normā tirgotājam šāds pienākums varētu būt noteikts tikai tad, ja tas izmanto tālruni vai faksu savā saziņā ar patērētājiem.

35 Ir jākonstatē, ka šīs tiesību normas formulējums, konkrētāk, tajā ietvertais izteiciens "ja tād[i] ir", pats par sevi neļauj noteikt precīzo šīs tiesību normas piemērojamību.

36 Šo problēmu nenovērš arī Direktīvas 2011/83 6. panta 1. punkta c) apakšpunkta dažādu valodu redakciju analīze. Proti, lai arī lielākā daļa no šīm valodu redakcijām, tostarp angļu ("where available"), franču ("lorsqu'ils sont disponibles"), itāļu ("ove disponibili"), holandiešu ("indien beschikbaar"), poļu ("o ile jest dostępny") un somu ("jos nämä ovat käytettävissä") valodu redakcijas, liecina, ka tirgotājam atbilstoši šai tiesību normai noteiktais pienākums informēt patērētāju par saviem tālruņa un faksa numuriem ir piemērojams tikai tad, ja minētā tirgotāja rīcībā ir šādi saziņas līdzekļi, tomēr dažas citas minētās tiesību normas valodu redakcijas, tostarp spāņu ("cuando proceda") un vācu ("gegebenenfalls") valodu redakcijas, neļauj noteikt, kādos apstākļos šis pienākums nav piemērojams.

37 Līdz ar to šī tiesību norma ir interpretējama, ņemot vērā tās kontekstu un tiesiskā regulējuma, kurā šī norma ir ietverta, mērķi (skat. pēc analoģijas spriedumus, 2019. gada 24. janvāris, *Balandin* u.c., C-477/17, EU:C:2019:60, 31. punkts, kā arī 2019. gada 26. februāris, Rimšēvičs un ECB/Latvija, C-202/18 un C-238/18, EU:C:2019:139, 45. punkts).

38 Saistībā ar, pirmkārt, kontekstu, kādā ietilpst Direktīvas 2011/83 6. panta 1. punkta c) apakšpunkts, un šīs direktīvas vispārējo struktūru ir jākonstatē, ka šajā tiesību normā ir paredzēts pienākums darīt zināmu informāciju, kas sniedzama pirms līguma noslēgšanas saistībā ar minētās direktīvas 2. panta 7. un 8. punktā paredzētajiem distances līgumiem un ārpus uzņēmuma telpām noslēgtiem līgumiem.

39 Otrkārt, saistībā ar Direktīvas 2011/83 mērķi, kā tas izriet no tās 1. panta, lasot to minētās direktīvas 4., 5. un 7. apsvēruma gaismā, šīs direktīvas mērķis ir nodrošināt augstu patērētāju aizsardzības līmeni, nodrošinot tiem informāciju un drošību darījumos ar tirgotājiem. Turklāt patērētāju tiesību aizsardzība Savienības politikā ir paredzēta LESD 169. pantā, kā arī Hartas 38. pantā.

40 Direktīvas 2011/83 mērķis ir sniegt patērētājiem plašu aizsardzību, piešķirot tiem noteiktas tiesības, tostarp distances līgumu un ārpus uzņēmuma telpām noslēgtu līgumu jomā (šajā nozīmē skat. spriedumu, 2019. gada 23. janvāris, *Walbusch Walter Busch*, C-430/17, EU:C:2019:47, 35. punkts).

41 It īpaši ir jākonstatē, ka patērētāja iespējai ātri kontaktēties ar tirgotāju un efektīvi sazināties ar viņu, kā tas paredzēts Direktīvas 2011/83 6. panta 1. punkta c) apakšpunktā, ir būtiska nozīme patērētāju tiesību, tostarp atteikuma tiesību, kuru īstenošanas noteikumi un nosacījumi ir paredzēti šīs direktīvas 9.–16. pantā, nodrošināšanai un efektīvai īstenošanai.

42 Tas turklāt ir iemesls, kādēļ Direktīvas 2011/83 I pielikumā ietvertajā A daļā "Paraugs norādījumiem par atteikumu", kas daļēji ir pārņemta B daļā "Atteikuma veidlapas paraugs", ir paredzēta tirgotāja ģeogrāfiskās adreses un tā tālruņa numura, faksa numura un elektroniskā pasta adreses, ja tādi ir, norādīšana.

43 No šīs perspektīvas raugoties, Direktīvas 2011/83 6. panta 1. punkta mērķis ir nodrošināt, lai patērētājam pirms līguma noslēgšanas tiktu sniegta gan informācija par līguma nosacījumiem un līguma noslēgšanas sekām, kas ļautu patērētājam izlemt, vai viņš vēlas uzņemties līgumiskas saistības ar tirgotāju (šajā nozīmē skat. spriedumu, 2019. gada 23. janvāris, *Walbusch Walter Busch*, C-430/17, EU:C:2019:47, 36. punkts), gan informācija, kas nepieciešama šī līguma pienācīgai izpildei, it īpaši viņa tiesību, tostarp atteikuma tiesību, īstenošanai (pēc analoģijas skat. spriedumu, 2012. gada 5. jūlijs, *Content Services*, C-49/11, EU:C:2012:419, 34. punkts).

44 Šajā ziņā, lai arī ir tiesa, ka patērētāja iespējai, kā atgādināts šī sprieduma 41. punktā, ātri kontaktēties ar tirgotāju un efektīvi sazināties ar viņu, kā tas paredzēts Direktīvas 2011/83 6. panta 1. punkta c) apakšpunktā, ir būtiska nozīme patērētāju tiesību aizsardzībai, tomēr, kā paredzēts šīs direktīvas 4. apsvērumā, interpretējot minēto tiesību normu, ir jānodrošina pareizs samērs starp augstu patērētāju aizsardzības līmeni un uzņēmumu konkurētspēju, vienlaicīgi ievērojot komersanta darījumdarbības brīvību, kas paredzēta Hartas 16. pantā (pēc analoģijas skat. spriedumu, 2019. gada 23. janvāris, *Walbusch Walter Busch*, C-430/17, EU:C:2019:47, 41. un 42. punkts).

45 Šajā kontekstā ir jākonstatē, ka, pieņemot Direktīvas 2011/83 noteikumus, it īpaši tās 6. panta 1. punkta c) apakšpunktu, Savienības likumdevējs, kā minēts šīs direktīvas 34. apsvērumā, ir uzskatījis, ka, sniedzot pirmslīguma informāciju, tirgotājam, cik vien ir viņa spēkos to saprātīgi paredzēt, ir jāņem vērā specifiskas tādu patērētāju vajadzības, kuri ir īpaši neaizsargāti savu garīgo, fizisko vai psiholoģisko traucējumu, vecuma vai lētticības dēļ.

46 No iepriekš minētā izriet, ka, lai arī Direktīvas 2011/83 6. panta 1. punkta c) apakšpunktā nav noteikts precīzs tā saziņas līdzekļa raksturs, kas tirgotājam ir jāizveido, šajā tiesību normā tirgotājam tomēr ir noteikts pienākums visiem patērētājiem darīt pieejamus tādus saziņas līdzekļus, kas ļauj tiem ātri kontaktēties ar tirgotāju un efektīvi sazināties ar viņu.

47 Iesniedzējtiesai ir jāizvērtē, vai, ņemot vērā visus apstākļus, kādos patērētājs, izmantojot tīmekļa vietni, sazinās ar tirgotāju, un tostarp ievērojot šīs vietnes prezentācijas un darbības veidu, saziņas līdzekļi, ko minētais tirgotājs ir darījis pieejamus šim patērētājam, ļauj patērētājam ātri kontaktēties ar tirgotāju un efektīvi sazināties ar viņu atbilstoši Direktīvas 2011/83 6. panta 1. punkta c) apakšpunktam.

48 Turklāt beznosacījuma pienākums pilnīgi visos gadījumos darīt patērētājam pieejamu tālruņa numuru vai pat ierīkot tālruņa līniju vai faksu, vai izveidot jaunu elektroniskā pasta kontu, lai ļautu patērētājiem sazināties ar tirgotāju, šķiet nesamērīgs, it īpaši to dažu uzņēmumu, tostarp mazo uzņēmumu, darbības ekonomiskajā kontekstā, kuri var mēģināt samazināt to darbības izmaksas, organizējot distances tirdzniecību vai pakalpojumu sniegšanu vai veicot to ārpus uzņēmuma telpām.

49 Turklāt Direktīvas 2011/83 5. panta 1. punkta b) apakšpunktā, kurš attiecas uz tirgotājiem piemērojamajām informēšanas prasībām, slēdzot līgumus, kas nav distances līgumi vai ārpus uzņēmuma telpām noslēgti līgumi, nepārprotami ir paredzēts, ka tirgotājam, pirms patērētājs ir uzņēmies šāda līguma saistības vai tamlīdzīga piedāvājuma saistības, ja "šī informācija jau skaidri neizriet no konteksta, [ir] skaidrā un labi saprotamā veidā [jā]sniedz [patērētājam] šād[a] informācij[a]: [..] tirgotāja identitāte, piemēram, viņa tirdzniecības nosaukums, fiziskā adrese, kurā viņš atrodas, un tālruņa numurs". No minētā izriet, ka, ja Savienības likumdevējam būtu bijis nodoms uz šīs direktīvas 6. panta 1. punkta c) apakšpunktā tirgotājam noteikto pienākumu norādīt tālruņa numuru attiecināt tādu pašu piemērojamību kā tā, kāda ir pienākumam, kurš šim tirgotājam nepārprotami ir noteikts atbilstoši minētās direktīvas 5. panta 1. punkta b) apakšpunktam, šķiet ticami, ka tas būtu izvēlējies tādu pašu formulējumu.

50 Visbeidzot, kā secinājumu 76. punktā ir norādījis ģenerāladvokāts, Direktīvas 2011/83 21. pants, kurā dalībvalstīm ir noteikts pienākums nepieļaut, ka, patērētājam sazinoties ar tirgotāju par noslēgto līgumu, tirgotājs, kuram ir tālruņa līnija saziņai ar patērētāju, piemēro augstākus tarifus nekā pamata tarifi, arī liecina par labu tādai Direktīvas 2011/83 6. panta 1. punkta c) apakšpunkta interpretācijai, saskaņā ar kuru tirgotāja pienākums distances līgumos izmantot tālruni kā saziņas līdzekli ar patērētāju nav paredzēts arī saistībā ar pirmslīguma attiecībām.

51 Ņemot vērā iepriekš minētos apsvērumus, Direktīvas 2011/83 6. panta 1. punkta c) apakšpunktā paredzētais izteiciens "ja tād[i] ir" ir jāinterpretē tādējādi, ka tas attiecas uz gadījumiem, kad tirgotājam ir tālruņa vai faksa numurs un kad viņš tos neizmanto vienīgi tādiem mērķiem, kas ir saziņa ar patērētājiem. Pretējā gadījumā šajā tiesību normā tirgotājam nav noteikts pienākums informēt patērētāju par šo tālruņa numuru vai pat ierīkot tālruņa vai faksa līniju, vai izveidot jaunu elektroniskā pasta kontu, lai ļautu patērētājiem sazināties ar tirgotāju.

52 Turklāt ir jāatzīst, ka atbilstoši šai tiesību normai tirgotājam nav liegts nodrošināt citus saziņas līdzekļus, kas nav saziņa pa tālruni vai faksu, vai elektronisko pastu, lai nodrošinātu atbilstību tiešas un efektīvas saziņas kritērijiem, kā, piemēram, elektroniskā pieprasījuma veidni, kuru izmantojot, patērētāji tīmekļa lapā var vērsties pie tirgotājiem un uz kuru tie saņem rakstveida atbildi, vai tiem var tikt ātri atzvanīts. It īpaši šī tiesību norma neliedz tirgotājam, kurš piedāvā preces vai pakalpojumus tiešsaistē un kuram ir tālruņa numurs, kas ir pieejams, veicot tikai dažas darbības, veicināt, ka patērētājs izmanto citus šajā tiesību normā neminētus saziņas līdzekļus, kā, piemēram, tūlītējas ziņapmaiņas vai tālruņa atzvana sistēmu, lai ļautu patērētājam ātri kontaktēties ar tirgotāju un efektīvi sazināties ar viņu, ar nosacījumu, ka informācija, kas atbilstoši Direktīvas 2011/83 6. panta 1. punkta c) apakšpunktam ir jāsniedz patērētājam, tostarp minētais tālruņa numurs, ir darīti pieejami skaidri un saprotami, bet par to ir jāpārliecinās iesniedzējtiesai. Šajā pēdējā minētajā ziņā tas, ka tālruņa numurs ir pieejams tikai pēc vairāku darbību veikšanas, tādā situācijā kā pamatlietā, kas attiecas uz tirgotāju, kurš tiešsaistē piedāvā iegādāties dažādus produktus, izmantojot vienīgi tīmekļa vietni, pats par sevi nenozīmē, ka izmantotais veids nav skaidrs un saprotams.

53 Ņemot vērā visus iepriekš minētos apsvērumus, uz uzdotajiem jautājumiem ir jāatbild šādi:

– Direktīvas 2011/83 6. panta 1. punkta c) apakšpunkts ir jāinterpretē tādējādi, ka, pirmkārt, tas nepieļauj tādu valsts tiesisko regulējumu kā pamatlietā, atbilstoši kuram tirgotājam, pirms tas noslēdz ar patērētāju šīs direktīvas 2. panta 7. un 8. punktā paredzēto distances līgumu vai ārpus uzņēmuma telpām noslēdzamu līgumu, pilnīgi visos gadījumos ir pienākums norādīt savu tālruņa numuru. Otrkārt, minētajā tiesību normā tirgotājam nav noteikts pienākums ierīkot tālruņa vai faksa līniju vai izveidot jaunu elektroniskā pasta kontu, lai ļautu patērētājiem sazināties ar tirgotāju, un tajā pienākums norādīt tālruņa vai faksa numuru vai elektroniskā pasta adresi ir paredzēts tikai gadījumos, kad šī tirgotāja rīcībā jau ir šie saziņas līdzekļi saziņai ar patērētājiem;

– Direktīvas 2011/83 6. panta 1. punkta c) apakšpunkts ir jāinterpretē tādējādi, ka, lai gan šajā tiesību normā tirgotājam ir paredzēts pienākums darīt pieejamu patērētājam tādu saziņas līdzekli, kas atbilst tiešas un efektīvas saziņas kritērijiem, tas neliedz minētajam tirgotājam nodrošināt citus saziņas līdzekļus, kas nav minētajā tiesību normā paredzētie saziņas līdzekļi, lai nodrošinātu atbilstību šiem kritērijiem.

Par tiesāšanās izdevumiem

54 Attiecībā uz pamatlietas pusēm šī tiesvedība ir stadija procesā, kuru izskata iesniedzējtiesa, un tā lemj par tiesāšanās izdevumiem. Izdevumi, kas radušies, iesniedzot apsvērumus Tiesai, un kas nav minēto pušu izdevumi, nav atlīdzināmi.

Ar šādu pamatojumu Tiesa (pirmā palāta) nospriež:

Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 2011/83/ES (2011. gada 25. oktobris) par patērētāju tiesībām un ar ko groza Padomes Direktīvu 93/13/EEK un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvu 1999/44/EK un atceļ Padomes Direktīvu 85/577/EEK un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvu 97/7/EK, 6. panta 1. punkta c) apakšpunkts ir jāinterpretē tādējādi, ka, pirmkārt, tas nepieļauj tādu valsts tiesisko regulējumu kā pamatlietā, atbilstoši kuram tirgotājam, pirms tas noslēdz ar patērētāju šīs direktīvas 2. panta 7. un 8. punktā paredzēto distances līgumu vai ārpus uzņēmuma telpām noslēdzamu līgumu, pilnīgi visos gadījumos ir pienākums norādīt savu tālruņa numuru. Otrkārt, minētajā tiesību normā tirgotājam nav noteikts pienākums ierīkot tālruņa vai faksa līniju vai izveidot jaunu elektroniskā pasta kontu, lai ļautu patērētājiem sazināties ar tirgotāju, un tajā pienākums norādīt tālruņa vai faksa numuru vai elektroniskā pasta adresi ir paredzēts tikai gadījumos, kad šī tirgotāja rīcībā jau ir šie saziņas līdzekļi saziņai ar patērētājiem;

Direktīvas 2011/83 6. panta 1. punkta c) apakšpunkts ir jāinterpretē tādējādi, ka, lai gan šajā tiesību normā tirgotājam ir paredzēts pienākums darīt pieejamu patērētājam tādu saziņas līdzekli, kas atbilst tiešas un efektīvas saziņas kritērijiem, tas neliedz minētajam tirgotājam nodrošināt citus saziņas līdzekļus, kas nav minētajā tiesību normā paredzētie saziņas līdzekļi, lai nodrošinātu atbilstību šiem kritērijiem.

[Paraksti]