CONCLUSIONI DELL'AVVOCATO GENERALE
DÁMASO RUIZ-JARABO COLOMER
presentate il 15 maggio 2008 [1]

I — Introduzione

1. La Sezione civile del Bundesgerichtshof (Corte federale di cassazione tedesca) sottopone alla Corte di giustizia i propri dubbi circa l'interpretazione dell'art. 5, n. 1, lett. c), della direttiva 2000/31/CE [2]. Essa chiede di sapere se la suddetta norma comunitaria imponga ad una compagnia di assicurazioni operante esclusivamente su Internet di offrire sul proprio sito web un numero telefonico affinché i potenziali clienti possano contattare senza alcuna limitazione i dipendenti della società. Il giudice nazionale chiede in subordine se sia sufficiente indicare un indirizzo di posta elettronica o se sia necessario predisporre un canale supplementare e, in caso affermativo, se sia accettabile una maschera di interrogazione on line.

2. L'incertezza risiede nel fatto che la disposizione citata impone al prestatore di fornire gli estremi che permettano di contattarlo rapidamente e di comunicare direttamente ed efficacemente con lui, ma fa riferimento specificamente solo all'indirizzo di posta elettronica.

II — Contesto normativo

A — *Normativa comunitaria*

3. Le questioni pregiudiziali sottoposte sono dunque incentrate sull'art. 5, n. 1, lett. c), della citata direttiva sul commercio elettronico.

4. Ai sensi dei 'considerando' 3-6, la direttiva si prefigge di instaurare un vero e proprio spazio senza frontiere interne per i servizi della società dell'informazione, di eliminare gli ostacoli giuridici che rendono difficile il

1 — Lingua originale: lo spagnolo.

2 — Direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio 8 giugno 2000, relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informazione, in particolare il commercio elettronico, nel mercato interno (GU L 178, pag. 1).

suo sviluppo e il buon funzionamento del mercato interno, rendendo meno attraente l'esercizio delle libertà di stabilimento e di circolazione.

5. Il nono 'considerando', inoltre, aggiunge che la suddetta direttiva, insieme ad altre, garantisce lo svolgimento di tale attività in virtù della libertà di espressione prevista all'articolo 10, paragrafo 1, della Convenzione europea per la salvaguardia dei diritti dell'uomo e delle libertà fondamentali. Al tempo stesso, il decimo 'considerando' precisa che, in conformità con il principio di proporzionalità, le misure previste dalla direttiva si limitano al minimo imprescindibile per raggiungere l'obiettivo del buon funzionamento del mercato interno, e l'undicesimo 'considerando' si impegna a non pregiudicare il livello di tutela di cui alla direttiva 97/7/CE [3].

6. Il citato art. 5, n. 1, disciplina i dati che il prestatore di un servizio della società dell'informazione deve fornire ai destinatari del servizio e alle autorità competenti, fra i quali figurano gli estremi per contattarlo immediatamente, «compreso l'indirizzo di posta elettronica» [lett. c)].

3 — Direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio 20 maggio 1997, 97/7/CE, riguardante la protezione dei consumatori in materia di contratti a distanza (GU L 144, pag. 9).

B — *La normativa tedesca*

7. L'art. 5, primo comma, nn. 1 e 2, della Telemediengesetz (legge tedesca 26 febbraio 2007 in materia di servizi di telecomunicazione; in prosieguo: la «TMG») riproduce quasi letteralmente il suddetto enunciato della direttiva, prescrivendo ai prestatori di tali servizi di approntare un accesso facile, diretto e permanente mediante la comunicazione dei propri estremi con l'indirizzo di posta elettronica.

III — Causa principale e questioni pregiudiziali

8. La deutsche internet versicherung (in prosieguo: la «DIV») è una società che vende assicurazioni automobilistiche esclusivamente tramite Internet. Sul suo sito web la società indica il proprio indirizzo postale ed indirizzo e-mail, ma non il proprio numero telefonico, dato comunicato solamente ai clienti con i quali viene stipulato un contratto. Gli interessati possono però rivolgerle domande tramite una maschera di interrogazione on line e ricevere risposte via e-mail.

9. La Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände (federazione tedesca delle associazioni dei consumatori; in prosieguo: la «Bundesverband») citava in giudizio la DIV dinanzi al Landgericht (tribunale regionale) di Dortmund, affinché alla convenuta fosse ingiunto di indicare un numero telefonico sul proprio sito web in modo da permettere una comunicazione diretta con i potenziali clienti. In concreto l'attrice chiedeva che la convenuta fosse condannata a porre fine alla sua attività principale, richiesta accolta dal Landgericht.

10. La suddetta decisione giudiziale veniva impugnata dinanzi all'Oberlandesgericht (Corte d'appello) di Hamm, che accoglieva l'appello dichiarando che era consentito realizzare la comunicazione diretta col prestatore di servizi legalmente richiesta mediante lo strumento elettronico utilizzato dalla DIV, senza avvalersi del contatto telefonico. Il giudice ricordava che la compagnia rispondeva alle domande senza interposizione di terzi e che la risposta perveniva all'indirizzo di posta elettronica del cliente rapidamente (30-60 minuti dopo, secondo gli accertamenti dei periti giudiziali).

11. La Bundesverband ricorreva per cassazione dinanzi al Bundesgerichtshof che, ritenendo che la soluzione della controversia dipendesse dall'interpretazione della direttiva sul commercio elettronico, ha sottoposto alla Corte di giustizia ai sensi dell'art. 234 CE le seguenti questioni pregiudiziali:

«1) [s]e un prestatore sia tenuto, ai sensi dell'art. 5, n. 1, lett. c), della direttiva prima della stipulazione del contratto con un destinatario del servizio, a comunicare un numero telefonico per permettere contatti rapidi e una comunicazione diretta ed efficiente.

2) In caso di soluzione negativa della questione n. 1:

a) [s]e un prestatore debba aprire un secondo canale di comunicazione oltre ad indicare l'indirizzo di posta elettronica ai sensi dell'art. 5, n. 1, lett. c), della direttiva, prima di stipulare un contratto con un destinatario del servizio.

b) In caso affermativo, se sia sufficiente, per un secondo canale di comunicazione, che il prestatore predisponga una maschera di interrogazione mediante la quale il destinatario del servizio si possa rivolgere al prestatore tramite Internet e la risposta alla richiesta di informazioni del destinatario del servizio sia fornita dal prestatore tramite e-mail».

IV — Procedimento dinanzi alla Corte di giustizia

12. La domanda di pronuncia pregiudiziale è stata depositata nella cancelleria della Corte di giustizia il 22 giugno 2007.

13. Hanno presentato osservazioni scritte le parti della causa principale, la Commissione ed i governi polacco, svedese e italiano.

14. Poiché nessuno ha chiesto che fosse tenuta un'udienza, dopo la riunione generale del 1° aprile 2008 la causa era matura per la predisposizione delle presenti conclusioni.

V — Analisi delle questioni pregiudiziali

15. Il Bundesgerichtshof chiede che la Corte di giustizia chiarisca la portata normativa dell'art. 5, n. 1, lett. c), della direttiva sul commercio elettronico.

16. Cerca di stabilire in tal modo se sia conforme ai requisiti dettati dalla suddetta norma e dalla legislazione nazionale il sito web di una società tedesca che riporti unicamente un indirizzo di posta elettronica e una maschera di interrogazione alla quale si risponde via posta elettronica, ma non un numero telefonico.

17. Secondo la norma comunitaria, il prestatore deve consentire ai destinatari di accedere in modo diretto e permanente agli estremi che permettono di contattare rapidamente il prestatore e di comunicare direttamente ed efficacemente con lui, compreso l'indirizzo di posta elettronica.

18. Un'interpretazione strettamente grammaticale non permette di tracciare una soluzione soddisfacente ed univoca delle questioni sottoposte, specialmente se si confrontano le diverse versioni linguistiche della norma. Si rende pertanto indispensabile effettuare anche un'analisi teleologica e sistematica, perché solo una disamina congiunta di tutti questi fattori ermeneutici (la redazione, le finalità ed il contesto della direttiva) può aiutare a dissipare le incertezze della presente causa.

A — *Il senso letterale dell'art. 5, n. 1, lett. c), della direttiva*

19. Un primo approccio al tenore sintattico della norma genera alcune perplessità derivanti dall'utilizzo dei termini «compreso» e «estremi».

20. L'impiego del participio passato «compreso» prima della menzione specifica della posta elettronica *(«incluyendo»* nella versione linguistica spagnola;*«y compris»* in quella francese; *«including»* in quella inglese; *«einschließlich»* in quella tedesca) sembra suggerire l'idea che la compagnia deve proporre un qualche modo di collegamento che non sia la posta elettronica, che di per sé non soddisferebbe i requisiti della direttiva. Secondo questa lettura il prestatore dovrebbe garantire ai destinatari almeno due canali di comunicazione, fra i quali deve figurare la posta elettronica. Siffatta interpretazione, a quanto risulta dalla domanda pregiudiziale, è stata sostenuta dall'Oberster Gerichtshof (Corte suprema) austriaco relativamente alla norma nazionale di attuazione, e cioè l'art. 5, primo comma, n. 3, della E-Commerce-Gesetz.

21. Il testo della direttiva, tuttavia, non enuncia i dati aggiuntivi di contatto che dovrebbero essere forniti all'interessato. In effetti, un esame di talune versioni linguistiche dell'articolo suggerirebbe deduzioni differenti. Ad esempio, il termine «*señas*» della versione spagnola si riferisce solitamente, nella lingua comune, all'indirizzo di una persona [4], mentre le *«coordonnées»* della versione francese comprendono anche il numero di telefono [5]. Le espressioni in inglese o in tedesco sono, invece, molto più neutre e generiche (con *«details»* e *«Angaben»*, rispettivamente, si designa qualsiasi tipo di informazione).

22. È opportuno ricordare che, secondo la giurisprudenza costante, tutte le versioni linguistiche hanno lo stesso valore e che la necessità di un'esegesi uniforme degli atti comunitari fa sì che «in caso di dubbio il testo di una disposizione non può essere considerato isolatamente», ma deve venire interpretato e applicato alla luce dei testi redatti nelle altre lingue ufficiali; ove vi siano divergenze, si

4 — Il dizionario della Real Academia Española non riporta questo significato (allude unicamente a «señas personales», definendole come «tratti caratteristici di una persona», che la distinguono dagli altri, e all'espressione «dar señas de algo», per «manifestare le sue circostanze individuali»; descriverlo in una maniera che lo distingua da un'altra cosa). Lo riporta, tuttavia, il Diccionario de Uso del Español di María Moliner, che suggerisce, come terza accezione della parola (al plurale), l'«indicazione precisa del luogo dove vive una persona».

5 — Curiosamente, il Dizionario dell'Accademia francese riporta l'espressione, in senso familiare e figurato, *«donnez-moi vos coordonnées»* come sinonimo dell'indirizzo e del numero di telefono, ma ne sconsiglia l'utilizzo.

ricorre alla sistematica e alla finalità della norma [6].

23. Orbene, se è possibile ricavare una lezione da questa piccola analisi comparativa, questa è che il legislatore comunitario ha cercato una redazione generica per la norma, accettando qualsiasi indicazione valida per un collegamento diretto ed efficace con il prestatore del servizio, imponendo unicamente come condizione indispensabile quella di fornire un indirizzo di posta elettronica.

B — *Significato di «comunicare direttamente ed efficacemente» alla luce del contesto e delle finalità della direttiva*

24. Il problema, pertanto, verte sulla determinazione di ciò che presuppone «comunicare direttamente ed efficacemente» di cui al menzionato art. 5.

25. La ricorrente nella causa principale e il governo italiano sostengono che un contratto avente le menzionate caratteristiche può essere stipulato solamente tramite il telefono, in quanto comunicare direttamente implica il contatto «interpersonale» e l'efficacia richiede una risposta quasi immediata, non essendo sufficiente un trattamento differito delle informazioni trasmesse. Essi ritengono del pari che il tenore letterale della norma obblighi a predisporre taluni strumenti di relazione oltre alla posta elettronica.

26. La suddetta posizione, tuttavia, risulta essere eccessivamente limitata e, cosa più importante, non tiene conto del particolare contesto nel quale si applica la direttiva né delle finalità che persegue.

27. Orbene, ritengo che uno studio completo e generale dell'articolo controverso comprenda i seguenti aspetti: in primo luogo, se il telefono costituisca l'unico mezzo per «comunicare direttamente ed efficacemente»; in secondo luogo, se la posta elettronica rappresenti uno strumento efficace nel contesto della direttiva; in terzo luogo, se richiedere esclusivamente un indirizzo di posta elettronica risulti coerente con le finalità della medesima direttiva, e in quarto luogo, se sia riscontrabile in questa circostanza una violazione dei diritti dei consumatori.

6 — Sentenze 12 novembre 1969, causa 29/69, Stauder/Ulm (Racc. pag. 419); 27 ottobre 1977, causa C-30/77, Bouchereau (Racc. pag. 1999); 12 luglio 1979, causa 9/79, Koschniske (Racc. pag. 2717); 7 luglio 1988, causa C-55/87, Alexander Moksel Import und Export (Racc. pag. 3845); 2 aprile 1998, causa C-296/95, EMU Tabac e a. (Racc. pag. I-1605); 7 dicembre 2000, causa C-482/98, Italia/Commissione (Racc. pag. I-10861); 1° aprile 2004, causa C-1/02, Borgmann (Racc. pag. I-3219); 19 aprile 2007, causa C-63/06, Profisa (Racc. pag. I-3239), e 4 ottobre 2007, causa C-457/05, Schutzverband der Spirituosen (Racc. pag. I-8075).

1. Il telefono non rappresenta l'unico mezzo per «comunicare direttamente ed efficacemente»

28. Non condivido l'idea secondo cui sussiste comunicazione diretta solamente quando vi sia uno scambio di informazioni «interpersonale», dato che l'avverbio «direttamente» nulla dice sul carattere verbale o scritto del contatto, se non che si pratichi senza intermediari (in questo caso, fra il cliente e un rappresentante dell'impresa), requisito che sarebbe soddisfatto sia con il telefono sia con la posta elettronica.

29. Dissento del pari dal negare la qualificazione di efficace ad un mezzo di comunicazione che elabora «in differita» (per usare un'espressione della ricorrente) le informazioni trasmesse, in quanto equivarrebbe ad affermare che una risposta scritta è priva di efficacia.

30. Sempre che il periodo di risposta non si dilati eccessivamente, la forma scritta comporta maggiori garanzie in quanto si suppone sia più ponderata e meditata, nonché, dato che lascia traccia, dotata di un innegabile vantaggio probatorio. L'efficacia si consegue unicamente quando il cliente ottiene una risposta rapida, non immediata ma certo tempestiva. La norma contestata menziona la possibilità di «comunicare direttamente ed efficacemente» con il prestatore, ma anche di contattarlo «*rapidamente*».

31. Da ultimo, credo sia importante chiarire che la comunicazione «efficace» promuove un dialogo genuino fra le parti coinvolte, di modo che a ciascuna domanda segua una risposta agile, con reazioni ulteriori, cosa che non sempre accade con i servizi di informazione telefonici, dato che spesso alle chiamate non risponde una persona e l'interessato trova un menu vocale nel quale deve selezionare le opzioni più adatte a ciò che desidera consultare.

32. Da quanto esposto si evince che il telefono non è l'unico mezzo con cui il prestatore del servizio e il cliente potenziale possano comunicare direttamente ed efficacemente. Un collegamento scritto via Internet [7] soddisferebbe i suddetti requisiti a condizione che sia realizzato senza intermediari e con una certa fluidità. Ciò si verifica con la società convenuta nella causa principale: secondo la prova periziale assunta nel giudizio di merito, le risposte alle richieste di chiarimento degli interessati pervenivano sulla loro posta elettronica in 30-60 minuti.

7 — Che sia sincrona (come nelle cosiddette «chat») o asincrona (come nella posta elettronica), per utilizzare una terminologia molto diffusa nel mondo dell'informatica.

33. Questa soluzione, che ammette altri strumenti oltre al telefono affinché gli interlocutori possano comunicare direttamente ed efficacemente, sembra più consona e conforme agli scopi e al contesto della direttiva sul commercio elettronico, fattori ermeneutici che, secondo una costante giurisprudenza, integrano l'interpretazione meramente letterale di una disposizione di diritto comunitario [8].

2. La posta elettronica come strumento di comunicazione efficace nel contesto della direttiva

34. Innanzi tutto la direttiva trova applicazione in un ambito molto concreto, quello delle relazioni commerciali tramite Internet, nel quale le informazioni sui servizi offerti, i contatti preliminari e la vera e propria contrattazione si realizzano in rete. L'art. 5, n. 1, lett. c), si riferisce in maniera esplicita solo alla posta elettronica, essendo questo lo strumento di comunicazione che meglio si adatta a tale mezzo.

35. Quando un utente decide di rivolgersi ad un operatore commerciale che lavora esclusivamente per via telematica accetta in modo tacito che la corrispondenza con l'impresa si svolga esclusivamente per via elettronica, escludendo (almeno in una fase preliminare precedente la firma del contratto) qualsiasi relazione personale o telefonica. Inoltre chi si rivolge ad una società che vende i propri servizi solo su Internet solitamente ha un indirizzo di posta elettronica (o è capace di crearlo con una certa facilità).

36. Le operazioni effettuate su Internet destano un certo timore, motivo per cui richiedono garanzie speciali circa l'identità e l'affidabilità del prestatore. Oggi, tuttavia, non è possibile associare alle suddette garanzie quella di abilitare uno strumento di comunicazione estraneo al precipuo ambito in cui si sviluppa l'attività commerciale perché è reputato più tradizionale e conosciuto, in sintesi più sicuro. La reticenza e lo scetticismo nei confronti delle nuove attività sono sempre esistiti nella storia dell'umanità e lo stesso telefono, oggi così basilare ed affidabile, suscitò grande sfiducia quando cominciò a diffondersi nelle relazioni umane [9].

8 — Sentenze 23 novembre 2006, causa C-300/05, ZVK (Racc. pag. I-11169); 6 luglio 2006, causa C-53/05, Commissione/Portogallo (Racc. pag. I-6215); 18 maggio 2000, causa C-301/98, KVS Internacional (Racc. pag. I-3583); 19 settembre 2000, causa C-156/98, Germania/Commissione (Racc. pag. I-6857), e 17 novembre 1983, causa 292/82, Merck (Racc. pag. 3781).

9 — Marcel Proust, in *À la recherche du temps perdu, À l'ombre des jeunes filles en fleur*, Ed. Gallimard, La Pléiade, Parigi, 1987, volume I, pag. 596, riferisce che M^me^ Bontemps commenta con M^me^ Swann, a proposito del fatto che M^me^ Verdurin sta per collegarsi alla rete elettrica nella sua nuova casa, la storia della cognata di una sua conoscente che aveva installato il telefono nella sua abitazione con il quale poteva persino farsi recapitare tutto ciò che voleva senza uscire dal suo appartamento! M^me^ Bontemps ammette di provare una certa attrazione verso l'apparecchio ed un'irresistibile tentazione di provarne il funzionamento, tuttavia preferisce farlo a casa di un'altra persona perché, a suo avviso, una volta vinta la curiosità, sarà certamente un vero rebus.

37. Internet ha vissuto un'evoluzione simile: le riserve iniziali (che hanno avuto un impatto, seppur sporadico, sull'«esplosione della bolla» delle società «dotcom» agli inizi di questo secolo [10]) hanno ceduto il passo ad un panorama molto diverso, caratterizzato da una straordinaria diffusione dell'accesso alla rete e da una maggiore fiducia dei consumatori nei confronti dello strumento [11] grazie ai progressi dei meccanismi di crittografia per la sicurezza delle operazioni e l'ampliamento degli strumenti di tutela dei dati personali [12].

38. In sintesi, la comunicazione telematica appare consustanziale al commercio elettronico, al quale è legata in modo indissolubile, motivo per cui si comprende perfettamente che i contatti tra l'azienda che opera su Internet ed un cliente potenziale si instaurino in tal modo, eliminandone qualunque altro.

10 — Castells, M., *La Galaxia Internet,* ed. Plaza y Janés, S.A., Barcellona, 2001.

11 — Secondo Eurostat la percentuale delle famiglie che hanno accesso alla banda larga nella propria abitazione è aumentata nell'Unione europea dal 14% nel 2004 al 42% nel 2007; in Germania questa percentuale è passata dal 9% nel 2003 al 50% nel 2007. Ugualmente rivelatore (sempre di Eurostat) è il numero delle operazioni delle imprese europee proveniente dal commercio elettronico, che è passato dal 2,1% nel 2004 al 4,2% nel 2007 (cifre complessive per l'Unione europea).

12 — Lo studio *Realities of the European on line marketplace,* del European Consumer Centre's Network, parla di una seconda ondata di e-commerce, dovuta all'aumento di fiducia dei consumatori nei confronti del mezzo digitale; nonostante ciò, si ammette che vi è ancora una lunga strada da percorrere prima che si realizzino le previsioni di vendita del mercato (http://ec.europa.eu/consumers/redress/ecc_network/european_online_marketplace2003.pdf). Secondo Luc Grynbaum, «si può immaginare che domani la mano invisibile del mercato, tanto amata da alcuni economisti, non rappresenterà solo una realtà finanziaria, bensì anche una realtà commerciale sotto forma del grande mercato immateriale e permanente creato dal web» (Grynbaum, L., *La Directive «commerce électronique» ou l'inquiétant retour de l'individualisme juridique,* in La Semaine Juridique Edition Générale n° 12, 21 marzo 2001, pag. I 307).

3. Richiedere esclusivamente una posta elettronica risulta più coerente con gli obiettivi della direttiva

39. Orbene, richiedere unicamente una posta elettronica appare più coerente con gli obiettivi generali della direttiva, nonché con la finalità perseguita dall'art. 5 della stessa.

40. Conformemente al terzo, quarto, quinto, sesto e ottavo 'considerando', la direttiva si prefigge l'obiettivo dello sviluppo della società dell'informazione e lo sfruttamento delle opportunità del mercato interno con il commercio elettronico.

41. Conseguentemente concordo con i governi svedese e polacco sul fatto che la necessità di una linea telefonica potrebbe comportare un ostacolo rilevante per il suddetto tipo di attività e, comunque, per il buon funzionamento del mercato interno nello stesso ambito.

42. La mera indicazione di un numero telefonico nella home page, inoltre, non consentirebbe di comunicare direttamente ed efficacemente, come prescrive la direttiva, obiettivo che potrebbe essere conseguito solo

con un «centro di chiamata» («*call center*», nel gergo imprenditoriale). I siffatti sistemi di assistenza telefonica al cliente rappresentano un ingente costo economico per la società [13], cosa che avrebbe un impatto negativo sui prezzi e metterebbe in gioco la fattibilità del commercio via Internet per le società di piccole dimensioni, spesso le più innovative e dinamiche per l'economia.

43. Orbene, è inconcepibile pensare che la direttiva obblighi soggetti operanti nella rete ad offrire sempre agli interessati la possibilità di un'assistenza telefonica, come non è nemmeno richiesto dalla direttiva sulla protezione dei consumatori in materia di contratti a distanza né dalla direttiva sulla commercializzazione a distanza di servizi finanziari ai consumatori [14]. Queste due direttive, inoltre, nel disciplinare le informazioni di cui l'utente deve disporre prima della stipulazione del contratto, consentono di fornire tali dati con ogni mezzo adeguato alla tecnica di comunicazione a distanza impiegata (art. 4, n. 2, della direttiva 97/7 e art. 3, n. 2, della direttiva 2002/65).

44. Allo stesso tempo qui entra in gioco il principio di proporzionalità, poiché il decimo 'considerando' della direttiva limita le misure previste dalla direttiva al minimo necessario per raggiungere l'obiettivo del buon funzionamento del mercato interno. Un'interpretazione letterale della norma controversa, oltre a pregiudicare lo sviluppo del commercio elettronico, eccederebbe quanto strettamente indispensabile tanto per assicurare un mercato interno adeguato quanto per «comunicare direttamente ed efficacemente» con il prestatore.

4. Non sussiste, in questo caso, violazione dei diritti dei consumatori

45. Non è necessario ricorrere ad un'idea generica di tutela dei consumatori, dal momento che il caso di specie riguarda il rivolgersi ad un'impresa per ottenere chiarimenti circa i servizi che essa vende via Internet. Non esiste ancora alcun vincolo contrattuale fra le due parti né, pertanto, alcuna possibilità di cagionare un danno grave agli interessi del consumatore. La compagnia sceglie di operare esclusivamente su Internet e l'acquirente potenziale sceglie un prestatore con queste caratteristiche.

13 — Le carenze di tale servizio appaiono palesi se confrontate con altri servizi che prevedono una risposta scritta, in quanto è comprovato che le chiamate telefoniche si concentrano solitamente in certe fasce orarie (*Empirical Analysis of a Call Center,* di Avishai Mandelbaum, Anat Sakov e Sergey Zeltyn, dell'Israel Institute of Technology, 2001).

14 — Direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio 23 settembre 2002, 2002/65/CE, concernente la commercializzazione a distanza di servizi finanziari ai consumatori e che modifica la direttiva del Consiglio 90/619/CEE e le direttive 97/7/CE e 98/27/CE (GU L 271, pag. 6).

46. Il mezzo utilizzato dal prestatore dà forma ad un elemento ulteriore della sua offerta; se il cliente non desidera formulare le sue domande per iscritto o se preferisce una relazione più personale può sempre rivolgersi ad un'altra compagnia che gli risponda per telefono (o persino allo sportello). Rinuncia così ad una proposta a favore di un'altra più adeguata alle sue esigenze, così come confronta i prezzi o le condizioni di assicurazione, e come del pari c'è chi ha piacere nel presentarsi fisicamente alla propria banca e non affida i propri risparmi ad un istituto finanziario che sia privo di succursali.

C — *Sintesi*

47. Alla luce delle considerazioni che precedono, appare ineludibile chiarire l'interpretazione letterale dell'art. 5, n. 1, lett. c), della direttiva sul commercio elettronico a beneficio di una migliore realizzazione dei suoi obiettivi tenendo in considerazione il contesto nel quale si applica, facendo prevalere su qualsiasi altra finalità quella di garantire al consumatore una comunicazione iniziale rapida, diretta ed efficace col prestatore del servizio.

48. Alla prima questione del Bundesgerichtshof si dovrebbe rispondere che il citato art. 5, n. 1, lett. c), non richiede né implicitamente né esplicitamente la pubblicazione di un numero di telefono sulla home page del prestatore pur citando espressamente l'abilitazione di un contatto mediante posta elettronica.

49. La seconda questione mi porta ad allinearmi con la Commissione poiché una comunicazione elettronica rapida, efficace e diretta è sufficiente per facilitare l'accesso qualificato richiesto dalla direttiva, senza necessità di approntare un altro mezzo aggiuntivo di collegamento con il prestatore. La norma analizzata, pertanto, dovrebbe essere intesa nel senso che si riferisce al fatto che il sito Internet deve contenere *almeno* la posta elettronica. Conformemente a questa interpretazione, solo ove l'e-mail non garantisca questo tipo di collegamento occorrerebbe aggiungere un meccanismo aggiuntivo valutando se il telefono possa soddisfare l'obiettivo di cui all'art. 5, n. 1, lett. c).

50. Questo modo di intendere la direttiva esime dall'analizzare la terza questione del giudice nazionale tedesco. Ove tuttavia la Corte di giustizia preferisca un'esegesi letterale della direttiva, obbligando ad inserire un secondo mezzo di comunicazione, una maschera di interrogazione on line risulterebbe adeguata nonostante la prossimità di questo strumento con la semplice indicazione della posta elettronica.

VI — Conclusione

51. Alla luce delle considerazioni esposte, suggerisco che la Corte di giustizia risolva le questioni pregiudiziali del Bundesgerichtshof dichiarando quanto segue:

«1) Un prestatore di servizi non è tenuto, ai sensi dell'art. 5, n. 1, lett. c), della direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio 8 giugno 2000, 2000/31/CE, relativa a taluni aspetti giuridici dei servizi della società dell'informazione, in particolare il commercio elettronico, nel mercato interno, a fornire un numero telefonico per informare i consumatori prima della stipulazione del contratto.

2) Il prestatore non è nemmeno tenuto, in base alla norma menzionata, ad approntare un secondo mezzo per fornire assistenza all'utente, diverso dall'indirizzo di posta elettronica, sempre che quest'ultimo sia adeguato e sufficiente per conseguire un contatto rapido e comunicare direttamente ed efficacemente».