ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΓΕΝΙΚΟΥ ΕΙΣΑΓΓΕΛΕΑ
DÁMASO RUIZ-JARABO COLOMER
της 15ης Μαΐου 2008 [1]

I — Εισαγωγή

1. Με το ερώτημά του, το πρώτο πολιτικό τμήμα του Bundesgerichtshof (Ανώτατο Ομοσπονδιακό Δικαστήριο της Γερμανίας) εκφράζει στο Δικαστήριο τις αμφιβολίες του ως προς την ερμηνεία του άρθρου 5, παράγραφος 1, στοιχείο γ΄, της οδηγίας 2000/31/ΕΚ [2]. Το αιτούν δικαστήριο ερωτά αν ο κοινοτικός αυτός κανόνας υποχρεώνει μια ασφαλιστική εταιρία, η οποία λειτουργεί αποκλειστικά μέσω του διαδικτύου, να αναγράφει στην ιστοσελίδα της αριθμό τηλεφώνου προκειμένου οι εν δυνάμει πελάτες να μπορούν να επικοινωνούν ανεμπόδιστα με τους υπαλλήλους της εταιρίας. Επικουρικώς, το αιτούν δικαστήριο ερωτά αν αρκεί η αναγραφή ηλεκτρονικής διεύθυνσης ή είναι αναγκαίο να παρασχεθεί και άλλο μέσο επικοινωνίας και, στην περίπτωση αυτή, αν μπορεί να γίνει δεκτό ένα τυποποιημένο ερωτηματολόγιο ηλεκτρονικής μορφής.

2. Η αβεβαιότητα ανακύπτει διότι η προπαρατεθείσα διάταξη απαιτεί από τον φορέα παροχής υπηρεσιών να καταστήσει διαθέσιμα τα στοιχεία που παρέχουν τη δυνατότητα ταχείας επαφής και άμεσης και ουσιαστικής επικοινωνίας μαζί του, αναφέρει όμως ειδικά μόνον την ηλεκτρονική του διεύθυνση.

II — Το νομικό πλαίσιο

Α — *Η κοινοτική νομοθεσία*

3. Τα υποβληθέντα προδικαστικά ερωτήματα αφορούν επομένως το άρθρο 5, παράγραφος 1, στοιχείο γ΄, της οδηγίας για το ηλεκτρονικό εμπόριο.

4. Σύμφωνα με τις αιτιολογικές σκέψεις 3 έως 6, η οδηγία σκοπεί να εγκαθιδρύσει έναν πραγματικό χώρο χωρίς σύνορα για τις υπηρεσίες της κοινωνίας της πληροφορίας και να εξαλείψει τα νομικά εμπόδια που δυσχεραίνουν την ανάπτυξη των υπηρεσιών αυτών και την καλή λειτουργία της εσωτερικής αγοράς και τα οποία καθιστούν λιγότερο ελκυστική την άσκηση της ελευθερίας της εγκατάστασης και της κυκλοφορίας.

1 — Γλώσσα του πρωτοτύπου: η ισπανική.

2 — Οδηγία του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 8ης Ιουνίου 2000, για ορισμένες νομικές πτυχές των υπηρεσιών της κοινωνίας της πληροφορίας, ιδίως του ηλεκτρονικού εμπορίου, στην εσωτερική αγορά (ΕΕ L 178, σ. 1, στο εξής: οδηγία για το ηλεκτρονικό εμπόριο ή οδηγία).

5. Επιπλέον, η ένατη αιτιολογική σκέψη προσθέτει ότι η οδηγία αυτή, σε συνδυασμό με άλλες, εξασφαλίζει την άσκηση της εν λόγω δραστηριότητας βάσει της ελευθερίας έκφρασης που κατοχυρώνει το άρθρο 10, παράγραφος 1, της Σύμβασης για την Προάσπιση των Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων και των Θεμελιωδών Ελευθεριών. Ομοίως, η δέκατη αιτιολογική σκέψη διευκρινίζει ότι, σύμφωνα με την αρχή της αναλογικότητας, τα μέτρα που προβλέπει η οδηγία περιορίζονται στο ελάχιστο αναγκαίο για την επίτευξη του στόχου της ομαλής λειτουργίας της εσωτερικής αγοράς και η ενδέκατη αιτιολογική σκέψη εξασφαλίζει ότι δεν θίγεται το επίπεδο προστασίας της οδηγίας 97/7/ΕΚ [3].

6. Το άρθρο 5, παράγραφος 1, της οδηγίας ορίζει τα στοιχεία που πρέπει να παράσχει ο φορέας παροχής υπηρεσίας της κοινωνίας της πληροφορίας στους αποδέκτες της υπηρεσίας και στις αρμόδιες αρχές, μεταξύ των οποίων συγκαταλέγονται τα στοιχεία που παρέχουν τη δυνατότητα άμεσης επαφής, «συμπεριλαμβανομένης της ηλεκτρονικής του διεύθυνσης» (στοιχείο γ΄).

B — *Η γερμανική νομοθεσία*

7. Το άρθρο 5, παράγραφος 1, σημεία 1 και 2, του Telemediengesetz (νόμος για τα ηλεκτρονικά μέσα μαζικής ενημέρωσης, της 26ης Φεβρουαρίου 2007, στο εξής: TMG) επαναλαμβάνει σχεδόν αυτολεξεί την ανωτέρω διάταξη της οδηγίας, υποχρεώνοντας στους φορείς παροχής των υπηρεσιών αυτών να παρέχουν εύκολη, άμεση και συνεχή πρόσβαση, καθιστώντας διαθέσιμα τα στοιχεία τους, συμπεριλαμβανομένης της ηλεκτρονικής τους διεύθυνσης.

III — Η διαφορά της κύριας δίκης και τα προδικαστικά ερωτήματα

8. Η deutsche internet versicherung (στο εξής: DIV) είναι εταιρία που εμπορεύεται προϊόντα ασφάλισης οχημάτων αποκλειστικά μέσω διαδικτύου. Στην ιστοσελίδα της, η εταιρία αναγράφει την ταχυδρομική και την ηλεκτρονική της διεύθυνση, αλλά όχι και τον αριθμό τηλεφώνου της, τον οποίον ανακοινώνει μόνο στους πελάτες με τους οποίους συνάπτει σύμβαση. Ωστόσο, οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να απευθύνουν ερωτήσεις στην εταιρία συμπληρώνοντας ένα τυποποιημένο ερωτηματολόγιο ηλεκτρονικής μορφής στο οποίο οι απαντήσεις αποστέλλονται με ηλεκτρονικό μήνυμα.

3 — Οδηγία του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 20ής Μαΐου 1997, για την προστασία των καταναλωτών κατά τις εξ αποστάσεως συμβάσεις (ΕΕ L 144, σ. 19).

9. Η Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände (γερμανική ομοσπονδία ενώσεων καταναλωτών, στο εξής: Bundesverband) προσέφυγε κατά της DIV ενώπιον του Landgericht (περιφερειακού δικαστηρίου) του Dortmund με σκοπό η εταιρία αυτή να διαταχθεί να διαθέσει αριθμό τηλεφώνου στην ιστοσελίδα της στο διαδίκτυο, που να δίνει τη δυνατότητα για άμεση επικοινωνία με εν δυνάμει πελάτες Συγκεκριμένα, η ομοσπονδία καταναλωτών ζήτησε να υποχρεωθεί η εταιρία να παύσει την κύρια δραστηριότητά της, αίτημα το οποίο δέχτηκε το Landgericht.

10. Η δικαστική αυτή απόφαση προσβλήθηκε ενώπιον του Oberlandesgericht (εφετείο) του Hamm, το οποίο δέχτηκε την έφεση για τον λόγο ότι η άμεση επικοινωνία με τον φορέα παροχής των υπηρεσιών που απαιτεί ο νόμος μπορεί να επιτευχθεί με τα ηλεκτρονικά μέσα που χρησιμοποιεί η DIV, χωρίς να μεσολαβήσει τηλεφωνική επαφή. Το εφετείο υπενθύμισε, συναφώς, ότι η εταιρία απαντούσε στις ερωτήσεις, χωρίς παρέμβαση τρίτου προσώπου, καθώς και ότι οι απαντήσεις περιέρχονταν τάχιστα στην διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου του πελάτη (εντός χρόνου μεταξύ τριάντα και εξήντα λεπτών, όπως διαπίστωσε δικαστικός πραγματογνώμονας).

11. Η Bundesverband άσκησε αναίρεση ενώπιον του Bundesgerichtshof το οποίο, κρίνοντας ότι η επίλυση της διαφοράς εξαρτάται από την ερμηνεία της οδηγίας για το ηλεκτρονικό εμπόριο, υπέβαλε στο Δικαστήριο, δυνάμει του άρθρου 234 ΕΚ, τα ακόλουθα προδικαστικά ερωτήματα:

«1) Υποχρεούται ο φορέας παροχής υπηρεσιών, κατά το άρθρο 5, παράγραφος 1, στοιχείο γ΄, της οδηγίας για το ηλεκτρονικό εμπόριο να γνωστοποιεί, πριν από τη σύναψη της σύμβασης με τον αποδέκτη των υπηρεσιών, ορισμένο αριθμό τηλεφώνου που να παρέχει τη δυνατότητα ταχείας επαφής και άμεσης και ουσιαστικής επικοινωνίας με τον φορέα αυτό;

2) Σε περίπτωση αρνητικής απάντησης στο πρώτο ερώτημα:

α) Έχει ο φορέας παροχής υπηρεσιών την υποχρέωση, κατά το άρθρο 5, παράγραφος 1, στοιχείο γ΄, της εν λόγω οδηγίας, όχι μόνο να γνωστοποιεί την ηλεκτρονική του διεύθυνση πριν από τη σύναψη της σύμβασης με τον αποδέκτη των υπηρεσιών, αλλά και να ανοίγει ένα δεύτερο δίαυλο επικοινωνίας;

β) Σε περίπτωση καταφατικής απάντησης: Συνιστά δεύτερο δίαυλο επικοινωνίας το γεγονός ότι η εταιρία θέτει στη διάθεση του αποδέκτη των υπηρεσιών ένα τυποποιημένο ερωτηματολόγιο ώστε αυτός να μπορεί να απευθυνθεί μέσω [διαδικτύου] στην εταιρία αυτή, και ότι η απάντηση αποστέλλεται μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου;»

IV — Η διαδικασία ενώπιον του Δικαστηρίου

12. Η αίτηση εκδόσεως προδικαστικής αποφάσεως κατατέθηκε στη Γραμματεία του Δικαστηρίου στις 22 Ιουνίου 2007.

13. Οι διάδικοι της κύριας δίκης, η Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, η Ιταλική, η Πολωνική και η Σουηδική Κυβέρνηση υπέβαλαν γραπτές παρατηρήσεις.

14. Δεδομένου ότι ουδείς ζήτησε τη διεξαγωγή επ' ακροατηρίου συζητήσεως, μετά τη διοικητική ολομέλεια της 1ης Απριλίου 2008 η υπόθεση κρίθηκε ώριμη για τη διατύπωση των προτάσεων του γενικού εισαγγελέα.

V — Ανάλυση των προδικαστικών ερωτημάτων

15. Το Bundesgerichtshof ζητεί από το Δικαστήριο να διευκρινίσει το περιεχόμενο του άρθρου 5, παράγραφος 1, στοιχείο γ΄, της οδηγίας για το ηλεκτρονικό εμπόριο.

16. Το ζήτημα έγκειται επομένως στο να καθοριστεί αν η ιστοσελίδα μιας γερμανικής εταιρίας που περιέχει μόνον ηλεκτρονική διεύθυνση καθώς και τυποποιημένο ερωτηματολόγιο στο οποίο δίδεται απάντηση μέσω ηλεκτρονικού μηνύματος, όχι όμως και αριθμό τηλεφώνου, ικανοποιεί τις απαιτήσεις της διάταξης αυτής καθώς και της σχετικής εθνικής νομοθεσίας.

17. Σύμφωνα με τον εν λόγω κανόνα του κοινοτικού δικαίου, ο φορέας παροχής μιας υπηρεσίας πρέπει να προσφέρει στους αποδέκτες άμεση και συνεχή πρόσβαση στα στοιχεία που επιτρέπουν την ταχεία επαφή και την άμεση και ουσιαστική επικοινωνία με αυτόν, συμπεριλαμβανομένης της ηλεκτρονικής του διεύθυνσης.

18. Μια αυστηρά γραμματική ερμηνεία δεν προσφέρει ικανοποιητική και κατηγορηματική απάντηση στα υποβληθέντα ερωτήματα, ιδιαιτέρως δε αν συγκριθούν οι διαφορετικές γλωσσικές αποδόσεις της διάταξης αυτής. Επομένως, καθίσταται απαραίτητη η προσφυγή στην τελεολογική και τη συστηματική ανάλυση, καθόσον μόνο μια συνολική εξέταση των ερμηνευτικών αυτών παραμέτρων (του γράμματος, των σκοπών και του πλαισίου στο οποίο εντάσσεται η εν λόγω οδηγία) μπορεί να συμβάλει στην άρση των αβεβαιοτήτων της υπό κρίση υπόθεσης.

Α — *Η διατύπωση του άρθρου 5, παράγραφος 1, στοιχείο γ΄, της οδηγίας*

19. Μια πρώτη προσέγγιση της διατυπώσεως της εν λόγω διάταξης γεννά ορισμένους ενδοιασμούς ως προς τη χρήση των όρων «συμπεριλαμβανομένης» και «στοιχείων».

20. Η χρήση της μετοχής «συμπεριλαμβανομένης» πριν από την ειδική μνεία στην ηλεκτρονική διεύθυνση («y compris» στη γαλλική απόδοση, «including» στην αγγλική, «einschließlich» στη γερμανική) φαίνεται να υποδηλώνει ότι η εταιρία οφείλει να προτείνει ορισμένο τρόπο επικοινωνίας που να διαφέρει από το ηλεκτρονικό μήνυμα, το οποίο αφ' εαυτού δεν αρκεί για τη συμμόρφωση προς την οδηγία. Σύμφωνα με την ανάγνωση αυτή, ο φορέας παροχής υπηρεσιών οφείλει να θέτει στη διάθεση των αποδεκτών τουλάχιστον δύο μέσα επικοινωνίας, μεταξύ των οποίων πρέπει να συγκαταλέγεται και το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο. Η ερμηνεία αυτή, όπως προκύπτει από το προδικαστικό ερώτημα, έγινε δεκτή από το Oberster Gerichtshof (Ανώτατο Δικαστήριο) της Αυστρίας όσον αφορά τον εθνικό κανόνα μεταφοράς της εν λόγω οδηγίας, δηλαδή το άρθρο 5, παράγραφος 1, σημείο 3, του E-Commerce-Gesetz.

21. Το κείμενο της οδηγίας δεν διευκρινίζει, ωστόσο, τα πρόσθετα στοιχεία επικοινωνίας που πρέπει να παρασχεθούν στον ενδιαφερόμενο. Στην πραγματικότητα, η εξέταση ορισμένων από τις αποδόσεις του εν λόγω άρθρου οδηγούν σε διιστάμενα συμπεράσματα. Έτσι, ο όρος «señas» (στοιχεία) της ισπανικής απόδοσης αναφέρεται συνήθως, στην καθημερινή γλώσσα, στην ταχυδρομική διεύθυνση ενός ατόμου [4], ενώ ο όρος «coordonnées» της γαλλικής απόδοσης περιλαμβάνει και αριθμό τηλεφώνου [5]. Εν αντιθέσει, οι εκφράσεις στην αγγλική και γερμανική γλώσσα είναι πολύ πιο ουδέτερες και γενικές (οι όροι «details» και «Angaben» χρησιμοποιούνται, αντιστοίχως, στις δύο αυτές γλώσσες, για να δηλώσουν οποιοδήποτε είδος πληροφορίας).

22. Πρέπει να υπομνησθεί ότι, κατά πάγια νομολογία, όλες οι γλωσσικές αποδόσεις έχουν την ίδια ισχύ και ότι η ανάγκη ομοιόμορφης ερμηνείας των κοινοτικών πράξεων «δεν επιτρέπει, σε περίπτωση αμφιβολίας, να λαμβάνεται μεμονωμένα υπόψη το κείμενο μιας διατάξεως, […] αλλ' αντιθέτως απαιτεί να ερμηνεύεται και να εφαρμόζεται υπό το πρίσμα της αποδόσεώς του στις άλλες επίσημες γλώσσες». Σε περίπτωση αποκλίσεων, θα πρέπει να λαμβάνεται ως γνώμονας

4 — Το λεξικό της Real Academia de la Lengua Española δεν δέχεται τη σημασία αυτή (κάνει αναφορά μόνο στον όρο «señas personales», ορίζοντάς τον ως τα «χαρακτηριστικά στοιχεία ενός ατόμου», που το διαφοροποιούν από άλλα άτομα, καθώς και στην έκφραση «dar señas de algo», που σημαίνει «εξαίρω τα ατομικά χαρακτηριστικά» περιγράφω κάτι με τρόπο ώστε να διαφοροποιείται από κάτι άλλο). Εντούτοις, τη σημασία αυτή υιοθετεί το Diccionario de Uso del Español, της María Moliner, το οποίο αναγράφει, ως τρίτη σημασία της λέξης (στον πληθυντικό), την «ακριβή ένδειξη του τόπου όπου ζει ένα άτομο».

5 — Όλως περιέργως, το λεξικό της Γαλλικής Ακαδημίας (dictionnaire de l'Académie française) περιλαμβάνει μεν τη φράση «donnez-moi vos coordonnées» στην οποία ο όρος «coordonnées» έχει οικεία και μεταφορική έννοια και χρησιμοποιείται ως συνώνυμο της διεύθυνσης και του αριθμού τηλεφώνου, συνιστά ωστόσο την αποφυγή της χρήσης της.

η γενική οικονομία και ο σκοπός της εν λόγω διατάξεως [6].

23. Επομένως, από τη σύντομη αυτή συγκριτική ανάλυση συνάγεται το συμπέρασμα ότι ο κοινοτικός νομοθέτης θέλησε να δώσει στη διάταξη μια γενική διατύπωση που να καλύπτει οποιοδήποτε στοιχείο παρέχει τη δυνατότητα άμεσης και ουσιαστικής επικοινωνίας με τον φορέα παροχής της υπηρεσίας, επιβάλλοντας ως απαραίτητη προϋπόθεση μόνον την παροχή διεύθυνσης ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.

Β — *Έννοια της «άμεσης και ουσιαστικής επικοινωνίας» υπό το πρίσμα του πλαισίου στο οποίο εντάσσεται η εν λόγω οδηγία και των σκοπών της*

24. Το ζήτημα επομένως έγκειται στο να καθοριστεί τι εννοεί το εν λόγω άρθρο 5 με την έκφραση «άμεση και ουσιαστική επικοινωνία».

25. Η αναιρεσείουσα της κύριας δίκης και η Ιταλική Κυβέρνηση υποστηρίζουν ότι μια επαφή που παρουσιάζει τα χαρακτηριστικά αυτά επιτυγχάνεται μόνον τηλεφωνικώς, καθόσον η άμεση επικοινωνία προϋποθέτει επικοινωνία «από άτομο σε άτομο» και η ουσιαστική επικοινωνία απαιτεί την εξασφάλιση σχεδόν ακαριαίας απάντησης, ενώ δεν αρκεί η ετεροχρονισμένη επεξεργασία των μεταδιδόμενων πληροφοριών. Η αναιρεσείουσα και η Ιταλική Κυβέρνηση θεωρούν επίσης ότι από το γράμμα της διάταξης προκύπτει ότι, πέραν του ηλεκτρονικού μηνύματος, πρέπει να παρέχεται πρόσθετο μέσο επικοινωνίας.

26. Ωστόσο, η θέση αυτή είναι υπερβολικά περιοριστική και, ακόμα σημαντικότερο, δεν λαμβάνει υπόψη ούτε το πλαίσιο εντός του οποίου εφαρμόζεται η οδηγία ούτε τους σκοπούς που αυτή επιδιώκει.

27. Κατά συνέπεια, φρονώ ότι μια ολοκληρωμένη και γενική εξέταση του επίδικου άρθρου περιλαμβάνει τις ακόλουθες πτυχές: πρώτον, να καθοριστεί αν το τηλέφωνο συνιστά το μοναδικό μέσο για «άμεση και ουσιαστική» επικοινωνία δεύτερον, να προσδιοριστεί αν το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο αποτελεί εργαλείο ουσιαστικής επικοινωνίας στο πλαίσιο της οδηγίας τρίτον, να διευκρινιστεί αν η απαίτηση να διατίθεται αποκλειστικά και μόνον διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου είναι σύμφωνη με τους σκοπούς της εν λόγω οδηγίας και τέταρτον, να εξεταστεί αν θίγονται εν προκειμένω τα δικαιώματα των καταναλωτών.

6 — Αποφάσεις της 12ης Νοεμβρίου 1969, 29/69, Stauder (Συλλογή τόμος 1969-1971, σ. 147) της 27ης Οκτωβρίου 1977, 30/77, Bouchereau (Συλλογή τόμος 1977, σ. 617) της 12ης Ιουλίου 1979, 9/79, Koschniske (Συλλογή τόμος 1979/ΙΙ, σ. 321) της 7ης Ιουλίου 1988, C-55/87, Alexander Moksel Import und Export (Συλλογή 1988, σ. 3845) της 2ας Απριλίου 1998, C-296/95, EMU Tabac κ.λπ. (Συλλογή 1998, σ. I-1605) της 7ης Δεκεμβρίου 2000, C-482/98, Ιταλία κατά Επιτροπής (Συλλογή 2000, σ. I-10861) της 1ης Απριλίου 2004, C-1/02, Borgmann (Συλλογή 2004, σ. I-3219) της 19ης Απριλίου 2007, C-63/06, Profisa (Συλλογή 2007, σ. I-3239) και της 4ης Οκτωβρίου 2007, C-457/05, Schutzverband der Spirituosen (Συλλογή 2007, σ. I-8075).

1. Το τηλέφωνο δεν συνιστά το μοναδικό μέσο που εξασφαλίζει «άμεση και ουσιαστική» επικοινωνία

28. Δεν συμμερίζομαι την άποψη ότι η άμεση επικοινωνία επιτυγχάνεται μόνον όταν υπάρχει ανταλλαγή πληροφοριών «από άτομο σε άτομο», καθόσον το επίθετο «άμεση» ουδόλως άπτεται του λεκτικού ή γραπτού χαρακτήρα της επαφής, αλλά δηλώνει απλώς ότι η επικοινωνία γίνεται χωρίς παρένθετα πρόσωπα (εν προκειμένω, μεταξύ του πελάτη και του αντιπροσώπου της εταιρίας), πράγμα που αποτελεί απαίτηση ικανοποιούμενη τόσο με το τηλέφωνο όσο και με το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο.

29. Διαφωνώ επίσης με το επιχείρημα ότι δεν θεωρείται ουσιαστικό ένα μέσο επικοινωνίας που επεξεργάζεται «ετεροχρονισμένα» (κατά την έκφραση της αναιρεσείουσας στην κύρια δίκη) τις μεταδιδόμενες πληροφορίες, διότι τούτο θα ισοδυναμούσε με τον ισχυρισμό ότι μια γραπτή απάντηση δεν αποτελεί ουσιαστική επικοινωνία.

30. Με την επιφύλαξη ότι η προθεσμία για την απάντηση είναι εύλογη, η γραπτή μορφή εμπεριέχει μεγαλύτερες εγγυήσεις, δεδομένου ότι θεωρείται γενικώς μορφή επικοινωνίας που λαμβάνει χώρα έπειτα από παύση και περίσκεψη επίσης παράγει βεβαιότητα αδιαμφισβήτητης αποδεικτικής αξίας. Η ουσιαστική επικοινωνία επιτυγχάνεται μόνον όταν ο πελάτης λαμβάνει ταχεία απάντηση: μπορεί να μην είναι άμεση, αλλά πρέπει να είναι ταχεία. Η επίδικη διάταξη αναφέρει όχι μόνον τη δυνατότητα «άμεσης και ουσιαστικής επικοινωνίας» με τον φορέα παροχής της υπηρεσίας αλλά και τη δυνατότητα «ταχείας» επαφής μαζί του.

31. Τέλος, είναι σημαντικό να γίνει περαιτέρω διάκριση και να τονιστεί ότι η «ουσιαστική» επικοινωνία προωθεί τον πραγματικό διάλογο μεταξύ των εμπλεκομένων μερών, παρέχοντας τη δυνατότητα κάθε ερώτηση να ακολουθείται γρήγορα από μια απάντηση και από περαιτέρω ανταλλαγή ερωταποκρίσεων, πράγμα που δεν συμβαίνει πάντοτε με τις υπηρεσίες τηλεφωνικής εξυπηρέτησης, διότι συχνά στις τηλεφωνικές κλήσεις δεν απαντά κάποιο άτομο, αλλά ο ενδιαφερόμενος βρίσκεται αντιμέτωπος με έναν ηχογραφημένο κατάλογο πολλαπλών επιλογών, από τον οποίο πρέπει να διαλέξει την επιλογή που αντιστοιχεί καλύτερα σε αυτό για το οποίο επιθυμεί να πληροφορηθεί.

32. Από τα προεκτεθέντα συνάγεται ότι το τηλέφωνο δεν είναι το μοναδικό μέσο για τη διεξαγωγή άμεσης και ουσιαστικής επικοινωνίας μεταξύ του φορέα παροχής της υπηρεσίας και του εν δυνάμει πελάτη. Μια γραπτή ανταλλαγή μηνυμάτων μέσω διαδικτύου [7] πληροί τις προϋποθέσεις αυτές, με την επιφύλαξη ότι πραγματοποιείται χωρίς παρένθετα πρόσωπα και παρουσιάζει αμεσότητα ανταπόκρισης. Τούτο ισχύει εν προκειμένω με την αναιρεσίβλητη εταιρία στην κύρια δίκη: όπως προκύπτει από τη δικαστική πραγματογνωμοσύνη που διενεργήθηκε κατά τη διάρκεια της διαδικασίας, οι απαντήσεις στις διευκρινιστικές ερωτήσεις των ενδιαφερομένων έφθαναν στο ηλεκτρονικό τους γραμματοκιβώτιο εντός χρόνου μεταξύ 30 και 60 λεπτών.

7 — Ανεξαρτήτως του αν η ανταλλαγή αυτή είναι σύγχρονη (όπως στα αποκαλούμενα «chats») ή ασύγχρονη (όπως το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο), για να χρησιμοποιήσουμε μια ορολογία πολύ διαδεδομένη στον κόσμο της πληροφορικής.

33. Η λύση αυτή, που δέχεται και άλλα μέσα, εκτός του τηλεφώνου, για την άμεση και ουσιαστική επικοινωνία, φαίνεται να συνάδει περισσότερο προς τους σκοπούς της οδηγίας για το ηλεκτρονικό εμπόριο και το πλαίσιο στο οποίο αυτή εντάσσεται και να τηρεί και το πλαίσιο και τους σκοπούς αυτούς, που αποτελούν ερμηνευτικά εργαλεία τα οποία, κατά πάγια νομολογία, συμπληρώνουν την αυστηρά γραμματική ερμηνεία των διατάξεων του κοινοτικού δικαίου [8].

2. Το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο ως μέσο ουσιαστικής επικοινωνίας στο πλαίσιο της οδηγίας

34. Καταρχάς, η οδηγία εφαρμόζεται σε πολύ συγκεκριμένο πλαίσιο, το οποίο περιλαμβάνει τις συναπτόμενες μέσω διαδικτύου εμπορικές σχέσεις και στο οποίο οι πληροφορίες για τις προσφερόμενες υπηρεσίες, οι προκαταρκτικές επαφές και η σύναψη αυτή καθαυτήν της συμβάσεως διεκπεραιώνονται στο διαδίκτυο. Το άρθρο 5, παράγραφος 1, στοιχείο γ΄, κάνει ρητή μνεία μόνο στο ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, ως το εργαλείο επικοινωνίας που ταιριάζει καλύτερα στο μέσο αυτό.

35. Όταν ένας χρήστης αποφασίζει να απευθυνθεί σε έμπορο που δραστηριοποιείται αποκλειστικά δια της τηλεματικής οδού, αποδέχεται σιωπηρά ότι η αλληλογραφία με την επιχείρηση διεκπεραιώνεται αποκλειστικά μέσω ηλεκτρονικών μηνυμάτων, αποκλειομένης (τουλάχιστον κατά το πρώτο στάδιο, πριν από τη σύναψη της συμβάσεως) οποιασδήποτε προσωπικής η τηλεφωνικής επαφής. Επιπλέον, οι απευθυνόμενοι σε επιχείρηση που προσφέρει τις υπηρεσίες της αποκλειστικά μέσω διαδικτύου διαθέτουν συνήθως διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου (ή είναι ικανοί να τη δημιουργήσουν αρκετά εύκολα).

36. Οι συναλλαγές μέσω διαδικτύου προκαλούν κάποια καχυποψία, γι' αυτό και απαιτούν ορισμένες ειδικές εγγυήσεις ως προς την ταυτότητα και την αξιοπιστία του φορέα παροχής της υπηρεσίας. Ωστόσο, σήμερα δεν είναι εφικτό να διευρυνθούν οι εγγυήσεις αυτές με την προσθήκη ενός μέσου επικοινωνίας ξένου προς τον τομέα στον οποίο αναπτύσσεται η εν λόγω εμπορική δραστηριότητα, για τον λόγο και μόνον ότι το μέσο αυτό κρίνεται πιο παραδοσιακό και οικείο, εν τέλει πιο ασφαλές. Τα νέα επιτεύγματα ανέκαθεν αντιμετωπίστηκαν στην ιστορία της ανθρωπότητας με επιφυλακτικότητα και σκεπτικισμό, το τηλέφωνο μάλιστα, που τώρα αποτελεί τόσο βασικό και αξιόπιστο μέσο, είχε εγείρει τεράστια δυσπιστία όταν η χρήση του άρχισε να διαδίδεται στις ανθρώπινες σχέσεις [9].

8 — Αποφάσεις της 17ης Νοεμβρίου 1983, 292/82, Merck (Συλλογή 1983, σ. 3781) της 18ης Μαΐου 2000, C-301/98, KVS Internacional (Συλλογή 2000, σ. I-3583) της 19ης Σεπτεμβρίου 2000, C-156/98, Γερμανία κατά Επιτροπής (Συλλογή 2000, σ. I-6857) της 6ης Ιουλίου 2006, C-53/05, Επιτροπή κατά Πορτογαλίας (Συλλογή 2006, σ. I-6215), και της 23ης Νοεμβρίου 2006, C-300/05, ZVK (Συλλογή 2006, σ. I-11169).

9 — Ο Μαρσέλ Προυστ (στο έργο του *Αναζητώντας τον χαμένο χρόνο, Στον ίσκιο των ανθισμένων κοριτσιών*, εκδ. Gallimard, La Pléiade, Παρίσι, τόμος Ι, σ. 596) εξιστορεί ότι η κυρία Bontemps, με την ευκαιρία του γεγονότος ότι η κυρία Verdurin συνδέει το νέο της σπίτι με το δίκτυο ηλεκτροδότησης, αφηγείται στην κυρία Swann την ιστορία της κουνιάδας μιας γνωστής της που εγκατέστησε τηλέφωνο στην κατοικία της μέσω του οποίου μπορούσε να δώσει όποια παραγγελία θέλει χωρίς καν να βγει από το δωμάτιό της. Η κυρία Bontemps παραδέχεται ότι αισθάνεται κάποια έλξη για τη συσκευή και έναν ακατανίκητο πειρασμό να δοκιμάσει τη λειτουργία της, προτιμά όμως να το κάνει από το σπίτι κάποιου άλλου, διότι, κατά την κρίση της, μόλις η περιέργεια ικανοποιηθεί, το τηλέφωνο θα πρέπει να αποτελεί πραγματικό πονοκέφαλο.

37. Το διαδίκτυο γνώρισε παρόμοια εξέλιξη: οι αρχικοί δισταγμοί (που επηρέασαν, αν και όχι ουσιαστικά, το «σκάσιμο της φούσκας» των εταιριών «τελεία com» στις αρχές αυτού του αιώνα [10]) παραχώρησαν τη θέση τους σε ένα τοπίο πολύ διαφορετικό, που χαρακτηρίζεται από μια εκπληκτική διάδοση της πρόσβασης στο διαδίκτυο και μεγαλύτερη εμπιστοσύνη των καταναλωτών στο μέσο αυτό [11], χάρις στη βελτίωση των τεχνικών κρυπτογράφησης που εγγυώνται την ασφάλεια των συναλλαγών και στην αύξηση των εργαλείων προστασίας των προσωπικών δεδομένων [12].

38. Συνοψίζοντας, διαπιστώνεται ότι η τηλεματική επικοινωνία αποτελεί προφανώς εγγενές στοιχείο του ηλεκτρονικού εμπορίου, με το οποίο συνδέεται αναπόσπαστα, πράγμα που καθιστά απολύτως κατανοητό τον λόγο για τον οποίο οι επαφές μεταξύ της εταιρίας που δραστηριοποιείται μέσω του διαδικτύου και των εν δυνάμει πελατών γίνονται με αυτόν τον τρόπο, αποκλειομένου κάθε άλλου μέσου.

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

11 — Σύμφωνα με την Eurostat, το ποσοστό οικογενειών με ευρυζωνική πρόσβαση στην κατοικία τους αυξήθηκε στην Ευρωπαϊκή Ένωση από το 14 % το 2004 στο 42 % το 2007 στη Γερμανία, το ποσοστό αυτό ανέβηκε από το 9 % το 2003 στο 50 % το 2007. Αποκαλυπτικός είναι επίσης (πάντα σύμφωνα με τη Eurostat) ο κύκλος εργασιών των ευρωπαϊκών επιχειρήσεων που προέρχεται από το ηλεκτρονικό εμπόριο, ο οποίος αυξήθηκε από το 2,1 % το 2004 στο 4,2 % το 2007 (συνολικά στοιχεία για την Ευρωπαϊκή Ένωση).

12 — Η μελέτη *Realities of the European on line marketplace,* του European Consumer Centre's Network, ομιλεί για ένα δεύτερο κύμα ηλεκτρονικού εμπορίου, οφειλόμενο στην αύξηση της ασφάλειας που αισθάνονται οι καταναλωτές για το ψηφιακό περιβάλλον παρ' όλ' αυτά, παραδέχεται ότι πρέπει να διανυθεί ακόμα πολύς δρόμος για να επαληθευτούν οι αρχικές προβλέψεις για την ανάπτυξη της αγοράς (http://ec.europa.eu/consumers/redress/ecc_network/european_online_marketplace2003.pdf). Σύμφωνα με τον Luc Grynbaum, «μπορεί κάποιος να φανταστεί ότι αύριο το αόρατο χέρι της αγοράς, τόσο προσφιλές σε κάποιους οικονομολόγους, δεν θα συνιστά πλέον μόνο μια οικονομική πραγματικότητα, αλλά επίσης μια εμπορική πραγματικότητα, με τη μορφή της μεγάλης, εικονικής και διαρκούς αγοράς που έχει δημιουργήσει το διαδίκτυο» (Grynbaum, L., *La Directive «commerce électronique» ou l'inquiétant retour de l'individualisme juridique,* στο La Semaine Juridique, Edition Générale n° 12, 21 Μαρτίου 2001, I 307).

3. Η απαίτηση να διατίθεται μόνο διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου φαίνεται να συνάδει περισσότερο με τους σκοπούς της οδηγίας

39. Επομένως, η απαίτηση να διατίθεται μόνο διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου φαίνεται να συνάδει περισσότερο τόσο με τους γενικούς σκοπούς της οδηγίας, όσο και με τον ειδικό σκοπό που επιδιώκει το άρθρο 5 της οδηγίας αυτής.

40. Σύμφωνα με την τρίτη, την τέταρτη, την πέμπτη, την έκτη και την όγδοη αιτιολογική της σκέψη, η οδηγία σκοπεί στην ανάπτυξη της κοινωνίας της πληροφορίας και στην αξιοποίηση των ευκαιριών της εσωτερικής αγοράς με το ηλεκτρονικό εμπόριο.

41. Συνεπώς, συμφωνώ με την άποψη της Πολωνικής και της Σουηδικής Κυβέρνησης ότι η απαίτηση να διατίθεται τηλεφωνική γραμμή μπορεί να συνιστά σημαντικό εμπόδιο για αυτό το είδος συναλλαγής και, εν πάση περιπτώσει, για την καλή λειτουργία της εσωτερικής αγοράς στον τομέα αυτό.

42. Επιπλέον, μόνη η αναγραφή ενός αριθμού τηλεφώνου στην ιστοσελίδα δεν εξασφαλίζει την άμεση και ουσιαστική επικοινωνία που σκοπεί η οδηγία, πράγμα που μπορεί να επιτευχθεί μόνο με «τηλεφωνικό

κέντρο» («call center», κατά το γλωσσικό ιδίωμα των επιχειρήσεων). Αυτά τα συστήματα τηλεφωνικής εξυπηρέτησης των πελατών συνεπάγονται μεγάλη οικονομική επιβάρυνση για την εταιρία [13], πράγμα που έχει δυσμενή αντίκτυπο στις τιμές και υπονομεύει τη βιωσιμότητα του εμπορίου μέσω διαδικτύου για τις μικρού μεγέθους επιχειρήσεις που αποτελούν συνήθως και το πιο καινοτόμο και δυναμικό τμήμα της οικονομίας.

43. Επομένως, είναι αδιανόητο να γίνει δεκτό ότι η οδηγία επιβάλλει στις επιχειρήσεις που λειτουργούν μέσω του διαδικτύου να παρέχουν στους ενδιαφερόμενους ανά πάσα στιγμή τη δυνατότητα τηλεφωνικής εξυπηρέτησης, πράγμα που άλλωστε δεν κάνει ούτε η οδηγία για την προστασία των καταναλωτών κατά τις εξ αποστάσεως συμβάσεις ούτε η οδηγία σχετικά με την εξ αποστάσεως εμπορία χρηματοοικονομικών υπηρεσιών προς τους καταναλωτές [14]. Οι δύο αυτές οδηγίες μάλιστα επιτρέπουν, με τις διατάξεις τους σχετικά με τις πληροφορίες που πρέπει να διαθέτουν όλοι οι αποδέκτες των υπηρεσιών πριν από τη σύναψη της συμβάσεως, να παρέχονται τα στοιχεία αυτά με όποιο μέσο αρμόζει στο χρησιμοποιούμενο μέσο εξ αποστάσεως επικοινωνίας (άρθρο 4, παράγραφος 2, της οδηγίας 97/7 και άρθρο 3, παράγραφος 2, της οδηγίας 2002/65).

13 — Το υψηλό κόστος της υπηρεσίας αυτής γίνεται εμφανές από τη σύγκριση με άλλες υπηρεσίες που προβλέπουν γραπτή απάντηση, δεδομένου ότι έχει αποδειχθεί ότι οι τηλεφωνικές κλήσεις συνήθως συγκεντρώνονται μέσα σε ορισμένα χρονικά περιθώρια (Avishai Mandelbaum, Anat Sakov και Sergey Zeltyn, *Empirical Analysis of a Call Center*, Israel Institute of Technology, 2001).

14 — Οδηγία 2002/65/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 23ης Σεπτεμβρίου 2002, σχετικά με την εξ αποστάσεως εμπορία χρηματοοικονομικών υπηρεσιών προς τους καταναλωτές και την τροποποίηση των οδηγιών 90/619/ΕΟΚ του Συμβουλίου, 97/7/ΕΚ και 98/27/ΕΚ (ΕΕ L 271, σ. 16).

44. Ομοίως, εδώ τίθεται το ζήτημα της αρχής της αναλογικότητας, καθώς η δέκατη αιτιολογική σκέψη της οδηγίας περιορίζει τα προβλεπόμενα μέτρα στο ελάχιστο αναγκαίο για την επίτευξη του στόχου της ομαλής λειτουργίας της εσωτερικής αγοράς. Μια γραμματική ερμηνεία της επίδικης διάταξης, πέραν του ότι θα έθιγε την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου, θα υπερέβαινε το απολύτως αναγκαίο μέτρο τόσο για την εξασφάλιση μιας κατάλληλης εσωτερικής αγοράς όσο και για την «άμεση και ουσιαστική επικοινωνία» με τον φορέα παροχής των υπηρεσιών.

4. Δεν υπάρχει, εν προκειμένω, προσβολή των δικαιωμάτων των καταναλωτών

45. Η γενική ιδέα της προστασίας των καταναλωτών δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως επιχείρημα, καθόσον, εν προκειμένω, το ζήτημα έγκειται στην επαφή ενός εν δυνάμει πελάτη με μια εταιρία για την παροχή διευκρινίσεων σχετικά με τις υπηρεσίες που η εταιρία αυτή προσφέρει μέσω διαδικτύου. Δεν υφίσταται στο στάδιο αυτό κανένας συμβατικός δεσμός μεταξύ των δύο μερών ούτε, κατά συνέπεια, κίνδυνος να υποστούν βλάβη τα συμφέροντα του καταναλωτή. Η εταιρία επιλέγει να λειτουργεί αποκλειστικά μέσω διαδικτύου και ο εν δυνάμει αγοραστής διαλέγει ένα φορέα παροχής υπηρεσιών με τα χαρακτηριστικά αυτά.

46. Το μέσο που χρησιμοποιεί ο φορέας παροχής υπηρεσιών συνιστά ένα επιμέρους στοιχείο της προσφοράς του αν ο πελάτης δεν επιθυμεί να υποβάλει τις ερωτήσεις του γραπτώς ή αν προτιμά μια περισσότερο προσωπική σχέση, μπορεί ανά πάσα στιγμή να απευθυνθεί σε άλλη εταιρία που θα του απαντήσει τηλεφωνικώς (ή ακόμα και από θυρίδα εξυπηρέτησης). Έτσι, ο πελάτης απορρίπτει μια προσφορά χάριν άλλης καταλληλότερης για τις ανάγκες του, όπως όταν συγκρίνει τις τιμές ή τους όρους των συμβάσεων ασφάλισης, κατά τον ίδιο τρόπο που ορισμένοι αρέσκονται να μεταβαίνουν προσωπικά στην τράπεζά τους μη εμπιστευόμενοι τις οικονομίες τους σε χρηματοπιστωτικό ίδρυμα που δεν διαθέτει καταστήματα.

Γ — *Ανακεφαλαίωση*

47. Κατόπιν των προεκτεθέντων, φαίνεται ότι πρέπει οπωσδήποτε να μετριαστεί η γραμματική ερμηνεία του άρθρου 5, παράγραφος 1, στοιχείο γ΄, της οδηγίας για το ηλεκτρονικό εμπόριο ώστε να επιτευχθούν καλύτερα οι σκοποί της, αφού ληφθεί υπόψη το πλαίσιο εντός του οποίου η οδηγία αυτή εφαρμόζεται και αφού εξασφαλιστεί ότι ο σκοπός που υπερισχύει όλων των άλλων είναι να κατοχυρώνεται προς όφελος του καταναλωτή μια ταχεία, άμεση και ουσιαστική αρχική επικοινωνία με τον φορέα παροχής της υπηρεσίας.

48. Στο πρώτο ερώτημα του Bundesgerichtshof πρέπει να δοθεί η απάντηση ότι το άρθρο 5, παράγραφος 1, στοιχείο γ΄, της οδηγίας δεν επιβάλλει, ρητά ή σιωπηρά, να δημοσιεύεται αριθμός τηλεφώνου στην ιστοσελίδα του φορέα παροχής της υπηρεσίας, μολονότι κάνει ρητή μνεία της δυνατότητας επαφής μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.

49. Ως προς το δεύτερο ερώτημα θα συμμεριστώ την άποψη της Επιτροπής, καθώς μια ηλεκτρονική επικοινωνία ταχεία, ουσιαστική και άμεση αρκεί για να εξασφαλίσει την πρόσβαση που απαιτεί η οδηγία, χωρίς να είναι αναγκαίο να παρέχεται πρόσθετο μέσο επικοινωνίας με τον φορέα παροχής των υπηρεσιών. Συνεπώς, η εν λόγω διάταξη πρέπει να γίνει αντιληπτή υπό την έννοια ότι ορίζει ότι η ιστοσελίδα πρέπει να περιλαμβάνει *τουλάχιστον* τη διεύθυνση ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Σύμφωνα με την ερμηνεία αυτή, μόνον αν το *ηλεκτρονικό μήνυμα* δεν εξασφαλίζει αυτή τη μορφή επικοινωνίας πρέπει να προστεθεί περαιτέρω μηχανισμός, οπότε θα εξεταστεί αν το τηλέφωνο μπορεί να ικανοποιήσει το σκοπό του άρθρου 5, παράγραφος 1, στοιχείο γ΄.

50. Αν η οδηγία ερμηνευθεί κατά τον τρόπο αυτό, παρέλκει η εξέταση του τρίτου ερωτήματος του γερμανικού δικαστηρίου. Ωστόσο, αν το Δικαστήριο επιλέξει τη γραμματική ερμηνεία της οδηγίας, επιβάλλοντας να παρέχεται και δεύτερο μέσο επικοινωνίας, ένα τυποποιημένο ερωτηματολόγιο ηλεκτρονικής μορφής αποτελεί λυσιτελές μέσο, παρά την ομοιότητα μεταξύ του εργαλείου αυτού και της απλής αναγραφής της διεύθυνσης ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.

VI — Πρόταση

51. Σύμφωνα με τα προεκτεθέντα, προτείνω στο Δικαστήριο να απαντήσει επί των προδικαστικών ερωτημάτων του Bundesgerichtshof ως εξής:

«1) Ένας φορέας παροχής υπηρεσιών δεν υποχρεούται, κατά το άρθρο 5, παράγραφος 1, στοιχείο γ΄, της οδηγίας 2000/31/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 8ης Ιουνίου 2000, για το ηλεκτρονικό εμπόριο στην εσωτερική αγορά, να διαθέτει αριθμό τηλεφώνου προς πληροφόρηση των καταναλωτών πριν από τη σύναψη μιας σύμβασης.

2) Ο φορέας παροχής της υπηρεσίας, σύμφωνα με την ίδια διάταξη, δεν υποχρεούται ούτε να προβλέπει δεύτερο μέσο επικοινωνίας με τον αποδέκτη της υπηρεσίας, πέραν της διεύθυνσης ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, με την επιφύλαξη ότι η εν λόγω διεύθυνση αποτελεί κατάλληλο και επαρκές μέσο για την επίτευξη ταχείας επαφής και άμεσης και ουσιαστικής επικοινωνίας.»