CONCLUZIILE AVOCATULUI GENERAL
DÁMASO RUIZ-JARABO COLOMER
prezentate la 15 mai 2008 [1]

I — Introducere

1. Camera întâi civilă a Bundesgerichtshof (Curtea Supremă Federală) (Germania) prezintă Curții îndoielile sale cu privire la interpretarea articolului 5 alineatul (1) litera (c) din Directiva 2000/31/CE [2]. Aceasta urmărește, în principal, să se stabilească dacă această normă a dreptului comunitar impune unei companii de asigurări care își desfășoară activitatea numai prin intermediul internetului să indice un număr de telefon pe site-ul său internet pentru a permite clienților potențiali să îi contacteze pe angajații acesteia fără dificultăți. În subsidiar, aceasta solicită să se stabilească dacă indicarea unei adrese de poștă electronică este suficientă sau dacă este necesară oferirea unui alt mijloc de comunicare și, în acest caz, dacă este suficient un formular de contact online.

2. Incertitudinea rezultă din faptul că dispoziția respectivă impune furnizorului de servicii să ofere coordonatele la care poate fi contactat rapid și să se comunice în mod direct și eficient cu acesta, dar nu vizează în mod specific decât adresa de poștă electronică.

II — Cadrul juridic

A — *Reglementarea comunitară*

3. Întrebările preliminare adresate Curții privesc, astfel, interpretarea articolului 5 alineatul (1) litera (c) din Directiva privind comerțul electronic.

4. Potrivit considerentelor (3)-(6), Directiva privind comerțul electronic vizează instituirea unui real spațiu fără frontiere interne pentru serviciile societății informaționale, precum și eliminarea obstacolelor juridice care împiedică punerea sa în aplicare și buna funcționare a pieței interne, care fac mai puțin atractivă

1 — Limba originală: spaniola.

2 — Directiva Parlamentului European și a Consiliului din 8 iunie 2000 privind anumite aspecte juridice ale serviciilor societății informaționale, în special ale comerțului electronic, pe piața internă („Directiva privind comerțul electronic”) (JO L 178, p. 1, Ediție specială, 13/vol. 29, p. 257).

exercitarea libertății de stabilire și a liberei prestări a serviciilor.

5. În plus, considerentul (9) al directivei adaugă că aceasta, alături de alte directive care reglementează prestarea serviciilor societății informaționale, garantează exercitarea acestei din urmă activități în temeiul libertății de exprimare, consacrată la articolul 10 alineatul (1) din Convenția pentru apărarea drepturilor omului și a libertăților fundamentale, semnată la Roma la 4 noiembrie 1950. De asemenea, considerentul (10) al directivei menționate prevede că, în conformitate cu principiul proporționalității, măsurile prevăzute de directivă se limitează strict la minimul necesar pentru a atinge obiectivul bunei funcționări a pieței interne. Considerentul (11) al Directivei privind comerțul electronic se angajează să nu aducă atingere nivelului de protecție existent în temeiul Directivei 97/7/CE [3].

6. Articolul 5 alineatul (1) din directivă enumeră informațiile pe care furnizorul unui serviciu al societății informaționale trebuie să le ofere destinatarilor acestui serviciu și autorităților competente. Aceste informații includ coordonatele, „inclusiv adresa de poștă electronică”, ce permit contactarea rapidă a furnizorului menționat [litera (c) a acestei dispoziții].

3 — Directiva Parlamentului European și a Consiliului din 20 mai 1997 privind protecția consumatorilor cu privire la contractele la distanță (JO L 144, p. 19, Ediție specială, 15/vol. 4, p. 160).

B — *Reglementarea germană*

7. Articolul 5 alineatul (1) punctele 1 și 2 din Legea privind serviciile de telecomunicații (Telemediengesetz, denumită în continuare „TMG”) reproduce aproape literal dispoziția respectivă din Directiva privind comerțul electronic, impunând furnizorilor de servicii în cauză să permită un acces ușor, direct și permanent, prin furnizarea coordonatelor lor, inclusiv adresa de poștă electronică.

III — Acțiunea principală și întrebările preliminare

8. Deutsche internet versicherung AG (denumită în continuare „DIV”) este o companie de asigurări care comercializează asigurări de autovehicule exclusiv prin intermediul internetului. Pe paginile site-ului său internet, această companie menționează adresa poștală și adresa de poștă electronică, dar nu menționează numărul de telefon, pe care nu îl comunică decât clienților cu care încheie un contract. Cu toate acestea, clienții potențiali au posibilitatea de a adresa întrebări prin intermediul unui formular de contact pe internet, răspunsurile fiind comunicate prin poșta electronică.

9. Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände (Federația germană a asociațiilor de consumatori, denumită în continuare „Bundesverband") a introdus în fața Landgericht Dortmund (Tribunalul Regional din Dortmund) o acțiune împotriva DIV prin care a solicitat să i se impună acesteia indicarea pe site-ul său internet a unui număr de telefon care să permită o comunicare directă cu clienții potențiali. Prin acțiunea formulată se solicita, mai exact, să i se impună acesteia să înceteze activitatea sa principală. Landgericht Dortmund a admis această cerere.

10. Împotriva acestei hotărâri a fost introdus apel la Oberlandesgericht Hamm (Curtea Regională Superioară din Hamm), care a anulat prima hotărâre motivând că stabilirea comunicării directe cerute de lege cu furnizorul de servicii este posibilă de asemenea pe calea electronică utilizată de DIV, fără a fi necesar un contact telefonic. Instanța a amintit, în această privință, că DIV răspundea întrebărilor fără intervenția vreunui terț și că răspunsul ajungea rapid la adresa de poștă electronică a clientului potențial (într-un interval cuprins între 30 și 60 de minute, potrivit constatărilor unui expert judiciar).

11. Bundesverband a formulat recurs în fața Bundesgerichtshof, care, în conformitate cu articolul 234 CE, în măsura în care soluționarea acțiunii depinde, în opinia acestuia, de interpretarea Directivei privind comerțul electronic, a decis să suspende judecarea cauzei și să adreseze Curții următoarele întrebări preliminare:

„1) Un furnizor de servicii este obligat, în temeiul articolului 5 alineatul (1) litera (c) din Directiva privind comerțul electronic, să indice, încă dinainte de încheierea unui contract cu un destinatar al serviciului, un număr de telefon pentru a permite contactarea sa rapidă și o comunicare directă și eficientă?

2) În cazul unui răspuns negativ la prima întrebare:

a) În temeiul articolului 5 alineatul (1) litera (c) din directiva menționată, un furnizor de servicii trebuie, să indice, încă dinainte de încheierea unui contract cu un destinatar al serviciului, un al doilea mijloc de comunicare, pe lângă adresa de poștă electronică?

b) În cazul unui răspuns afirmativ, este suficient, în vederea furnizării unui al doilea mijloc de comunicare, dacă furnizorul de servicii pune la dispoziție un formular de contact prin intermediul căruia destinatarul poate să se adreseze furnizorului prin internet, iar acesta din urmă răspunde la întrebarea adresată de destinatar prin poșta electronică?"

IV — Procedura în fața Curții

12. Întrebarea preliminară a fost înregistrată la grefa Curții la 22 iunie 2007.

13. Au depus observații scrise părțile din acțiunea principală, guvernele italian, polonez și suedez, precum și Comisia Comunităților Europene.

14. Nu s-a solicitat organizarea unei ședințe, astfel încât, după reuniunea generală din 1 aprilie 2008, cauza era în stadiul elaborării prezentelor concluzii.

V — Analiza întrebărilor preliminare

15. Bundesgerichtshof solicită Curții să precizeze domeniul de aplicare al articolului 5 alineatul (1) litera (c) din Directiva privind comerțul electronic.

16. În esență, trebuie să se stabilească dacă site-ul internet al unei societăți germane, care conține numai o adresă de poștă electronică și un formular de contact la care se răspunde prin poșta electronică, dar nu conține niciun număr de telefon, corespunde cerințelor acestei dispoziții și ale legislației naționale relevante.

17. Potrivit dispoziției menționate, furnizorul trebuie să permită destinatarilor serviciului să aibă un acces direct și permanent la coordonatele sale, inclusiv la adresa de poștă electronică, pentru ca aceștia să îl poată contacta rapid și să poată comunica în mod direct și eficient cu el.

18. O interpretare doar literală a aceleiași dispoziții nu permite să se formuleze un răspuns satisfăcător și univoc la întrebările formulate, în special dacă se compară diferitele versiuni lingvistice ale dispoziției în cauză. Rezultă că este necesar să se examineze finalitatea și economia Directivei privind comerțul electronic, în măsura în care numai o apreciere de ansamblu a acestor reguli de interpretare (modul de redactare și obiectivele directivei și contextul în care aceasta se înscrie) poate contribui la înlăturarea incertitudinilor care planează asupra prezentei cauze.

A — *Sensul literal al articolului 5 alineatul (1) litera (c) din Directiva privind comerțul electronic*

19. O primă abordare a sintaxei dispoziției respective, în versiunea în limba spaniolă, dă naștere unor incertitudini privind utilizarea termenilor „incluyendo” și „señas”.

20. Utilizarea gerunziului „incluyendo” înaintea referirii speciale la poșta electronică („y compris” în versiunea franceză, „including” în versiunea engleză, „einschließlich” în versiunea germană) pare să sugereze că furnizorul este obligat să propună o posibilitate de a fi contactat distinctă de poșta electronică, aceasta nefiind suficientă în sine pentru a corespunde cerințelor directivei. Potrivit acestei analize, furnizorul ar trebui să pună la dispoziția destinatarilor serviciului cel puțin două mijloace de comunicare, printre care ar trebui să figureze poșta electronică. Potrivit deciziei de trimitere, aceasta este interpretarea care a fost reținută de Oberster Gerichtshof (Curtea Supremă) (Austria) în privința normei naționale care transpune dispoziția în cauză, și anume articolul 5 alineatul (1) punctul 3 din Legea austriacă privind comerțul electronic (E-Commerce-Gesetz).

21. Cu toate acestea, textul directivei nu precizează care sunt indicațiile suplimentare care trebuie furnizate clienților potențiali. De fapt, o examinare a diferitelor versiuni lingvistice ale dispoziției în cauză sugerează concluzii divergente. Astfel, termenul „señas” din versiunea spaniolă face referire, în mod obișnuit, în limbajul curent, la adresa unei persoane [4], în timp ce termenul „coordonnées” din versiunea franceză include de asemenea numărul de telefon [5]. Expresiile utilizate în versiunile engleză sau germană sunt, dimpotrivă, mult mai neutre și generice (termenii utilizați, „details” și, respectiv, „Angaben”, desemnează orice tip de informații).

22. Trebuie amintit că, potrivit unei jurisprudențe constante, toate versiunile lingvistice au aceeași valoare, iar necesitatea interpretării uniforme a dispozițiilor dreptului comunitar „exclude posibilitatea ca, în caz de îndoială, textul unei dispoziții să fie privit în mod izolat, prin raportare doar la una dintre versiunile sale, impunând, dimpotrivă, ca acesta să fie interpretat și aplicat în lumina versiunilor existente în celelalte limbi oficiale”. În caz de neconcordanță, trebuie să

4 — Dicționarul Real Academia de la Lengua Española nu reține această accepțiune (acesta doar face referire la „señas personales”, definite ca fiind „caracteristicile unei persoane” care o disting de o altă persoană, precum și la expresia „dar señas de algo”, care înseamnă „a pune în evidență elementele sale distinctive”, a descrie un lucru astfel încât să se distingă de altul). În schimb, Diccionario de uso del español, de María Moliner, o reține efectiv, menționând-o drept a treia accepțiune a termenului (la plural), „indicarea exactă a locului unde locuiește o persoană”.

5 — În mod uimitor, Dicționarul Academiei Franceze se referă la folosirea termenului „coordonnées”, în sens familiar și figurat, în expresia „Donnez-moi vos coordonnées”, ca fiind sinonim cu adresa și numărul de telefon, dar nu recomandă folosirea acestuia.

se ține seama de economia generală și de finalitatea actului în cauză [6].

23. Astfel, concluzia care trebuie reținută din această scurtă analiză comparativă este aceea că legiuitorul comunitar a urmărit să dea o formulare generică dispoziției în cauză, care să includă orice informație care ar putea permite contactul rapid și eficient cu furnizorul serviciului și care se limitează să impună numai comunicarea unei adrese de poștă electronică.

B — *Înțelesul expresiei „să se comunice [...] în mod direct și eficient" în raport cu economia și cu obiectivele directivei*

24. Problema constă, așadar, în stabilirea cerințelor privind o comunicare directă și eficientă, impusă de articolul 5 din Directiva privind comerțul electronic.

25. Reclamanta din acțiunea principală și guvernul italian susțin că un contact care prezintă astfel de caracteristici nu este posibil decât prin telefon, în măsura în care o comunicare directă ar implica o comunicare „de la persoană la persoană", iar o comunicare eficientă ar impune garantarea unui răspuns aproape instantaneu, fără a fi suficient un tratament temporizat al informațiilor transmise. De asemenea, acestea consideră că modul de redactare a dispoziției în cauză ar impune furnizarea, în afara poștei electronice, a unui mijloc suplimentar de comunicare.

26. Totuși, această abordare pare a fi excesiv de restrictivă și, mai important, nu ține cont nici de contextul particular în care se aplică directiva, nici de obiectivele urmărite de aceasta din urmă.

27. Prin urmare, considerăm că o analiză completă și generală a dispoziției în cauză trebuie să includă următoarele aspecte: în primul rând, să stabilească dacă telefonul constituie singurul mijloc care permite „să se comunice [...] în mod direct și eficient", în al doilea rând, să verifice dacă poșta electronică este un instrument eficient în contextul directivei, în al treilea rând, să stabilească dacă faptul de a impune doar indicarea unei adrese de poștă electronică este conform cu obiectivele urmărite de directiva menționată și, în al patrulea rând, să examineze dacă se aduce vreo atingere drepturilor consumatorilor.

6 — Hotărârea din 12 noiembrie 1969, Stauder (29/69, Rec., p. 419), Hotărârea din 27 octombrie 1977, Bouchereau (30/77, Rec., p. 1999), Hotărârea din 12 iulie 1979, Koschniske (9/79, Rec., p. 2717), Hotărârea din 7 iulie 1988, Moksel Import und Export (55/87, Rec., p. 3845), Hotărârea din 2 aprilie 1998, EMU Tabac și alții (C-296/95, Rec., p. I-1605), Hotărârea din 7 decembrie 2000, Italia/Comisia (C-482/98, Rec., p. I-10861), Hotărârea din 1 aprilie 2004, Borgmann (C-1/02, Rec., p. I-3219), Hotărârea din 19 aprilie 2007, Profisa (C-63/06, Rep., p. I-3239), și Hotărârea din 4 octombrie 2007, Schutzverband der Spirituosen (C-457/05, Rep., p. I-8075).

1. Telefonul nu constituie singurul mijloc care permite „să se comunice […] în mod direct și eficient”

28. Nu împărtășim opinia potrivit căreia nu ar fi posibil să se comunice în mod direct și eficient decât în cazul unui schimb de informații „de la persoană la persoană”, în măsura în care adverbul „direct” nu conține nicio indicație referitoare la caracterul verbal sau scris al contactului, ci implică numai lipsa intermediarilor (în speță, între client și un reprezentant al furnizorului). Or, atât telefonul, cât și poșta electronică pot îndeplini această cerință.

29. Contestăm de asemenea refuzul de a califica drept eficient un mijloc de comunicare care tratează „temporizat” (potrivit expresiei reclamantei din acțiunea principală) informațiile transmise, deoarece aceasta ar însemna să se afirme că un răspuns în scris ar fi lipsit de eficiență.

30. Sub rezerva unui termen de răspuns rezonabil, forma scrisă prezintă mai multe garanții, în măsura în care aceasta poate fi considerată, în general, o exprimare mai cumpătată și mai bine gândită și întrucât constituie o dovadă de o valoare probatorie incontestabilă. Eficiența nu este realizată decât atunci când clientul primește un răspuns rapid, care, dacă nu este imediat, trebuie efectiv să fie prompt. Dispoziția în cauză prevede nu numai posibilitatea „să se comunice […] în mod direct și eficient” cu furnizorul, ci și contactul „rapid” cu acesta.

31. În sfârșit, considerăm importantă nuanțarea acestei analize prin sublinierea faptului că a comunica „eficient” implică un veritabil dialog între părțile implicate, astfel încât fiecare întrebare să fie urmată prompt de un răspuns și, dacă este cazul, de noi întrebări ridicate de acest răspuns, ceea ce nu este întotdeauna posibil în cazul centrelor de apel telefonic, deoarece nu rareori apelurile nu sunt preluate de către o persoană, ci clientul potențial se află în fața unui un server vocal căruia trebuie să îi indice alegerile care corespund cel mai bine cu ceea ce urmărește să afle.

32. Din cele de mai sus rezultă că telefonul nu constituie singurul mijloc de a iniția o comunicare directă și eficientă între furnizorul de servicii și potențialul client. Un contact scris prin intermediul internetului [7] ar răspunde acestor cerințe, cu condiția să aibă loc fără intermediari și să prezinte o anumită fluiditate. Aceasta este situația în care se regăsește pârâta din acțiunea principală: potrivit expertizei judiciare realizate în cursul procedurii, răspunsurile la solicitările de informații ale clienților potențiali ajungeau în căsuța poștală electronică a acestora într-un interval cuprins între 30 și 60 de minute.

7 — Fie că este vorba despre un contact de tip sincronic (precum în cadrul așa-numitelor „chat”-uri), fie despre unul de tip asincronic (precum în cazul poștei electronice), pentru a utiliza o terminologie uzuală în lumea informaticii.

33. Această soluție, care autorizează alte instrumente în afara telefonului pentru a comunica în mod direct și eficient, pare a fi mai conformă cu obiectivele și cu economia directivei și de asemenea pare a le respecta mai mult. Or, potrivit unei jurisprudențe constante, aceste metode de interpretare completează interpretarea strict literală a unei dispoziții de drept comunitar [8].

2. Poșta electronică în calitate de mijloc de comunicare eficient în contextul directivei

34. Înainte de toate, directiva se aplică într-un domeniu foarte concret, cel al relațiilor comerciale prin intermediul internetului, în care informarea privind serviciile oferite, contactele preliminare și încheierea contractului însuși se realizează pe internet. Articolul 5 alineatul (1) litera (c) din directivă face referire în mod explicit numai la poșta electronică ca fiind instrumentul de comunicare cel mai potrivit pentru acest serviciu de telecomunicație.

35. Atunci când un client potențial decide să se adreseze unui comerciant care își desfășoară activitatea numai pe cale electronică, acesta acceptă în mod tacit să efectueze corespondența cu comerciantul doar pe cale electronică, excluzând (cel puțin într-o primă etapă, anterior semnării contractului) orice relație personală sau telefonică. În plus, o persoană care se adresează unei societăți care oferă servicii numai prin intermediul internetului are, în general, o adresă de poștă electronică (sau este în măsură să își creeze una destul de ușor).

36. Tranzacțiile pe internet suscită o anumită neîncredere, întrucât necesită garanții speciale în ceea ce privește identitatea și fiabilitatea furnizorului de servicii. Cu toate acestea, nu pare posibilă, în prezent, adăugarea la aceste garanții a celei rezultate din recunoașterea unui mijloc de comunicare străin de domeniul în care se realizează activitatea comercială respectivă, pentru motivul că acesta este tradițional și mai cunoscut, în concluzie, mai sigur. De-a lungul istoriei umanității, tehnicile noi au fost întâmpinate întotdeauna cu reticențe și cu scepticism. Însuși telefonul, considerat în prezent atât de comun și de fiabil, a trezit o mare neîncredere în momentul în care a început să se răspândească în relațiile interpersonale [9].

8 — Hotărârea din 17 noiembrie 1983, Merck (292/82, Rec., p. 3781), Hotărârea din 18 mai 2000, KVS International (C-301/98, Rec., p. I-3583), Hotărârea din 19 septembrie 2000, Germania/Comisia (C-156/98, Rec., p. I-6857), Hotărârea din 6 iulie 2006, Comisia/Portugalia (C-53/05, Rec., p. I-6215), și Hotărârea din 23 noiembrie 2006, ZVK (C-300/05, Rec., p. I-11169).

9 — Marcel Proust relatează, în *À la recherche du temps perdu I, À l'ombre des jeunes filles en fleur* (Ed. Gallimard, Biblioteca La Pléiade, 1954, p. 606), că doamna Bontemps îi povestea doamnei Swann, în legătură cu faptul că doamna Verdurin își instala electricitate în noua sa locuință, situația cumnatei uneia dintre prietenele sale, care introdusese telefonul la ea acasă. Aceasta putea, astfel, să comande orice furnizorului său, fără să mai iasă din apartament. Doamna Bontemps mărturisea că a recurs la intrigi pentru a obține permisiunea să vină să vorbească în fața aparatului și că este foarte tentată să facă acest lucru. Totuși, prefera să încerce mai degrabă acasă la o altă persoană decât la ea, deoarece, după ce a trecut primul amuzament, telefonul trebuie să fie o adevărată bătaie de cap.

37. Internetul a avut o evoluție asemănătoare: rezervele inițiale (care nu au fost străine, chiar și la limită, de „explozia bulei" întreprinderilor „dotcom" la începutul acestui secol [10]) au deschis calea unei perspective mai degajate, caracterizată printr-o extraordinară generalizare a accesului la internet și printr-o mai mare încredere a consumatorilor în acest serviciu de telecomunicații [11], datorită îmbunătățirii tehnicilor de criptare care asigură securitatea tranzacțiilor și dezvoltării instrumentelor de protecție a datelor personale [12].

38. În concluzie, comunicarea telematică este inerentă comerțului electronic, de care este legată în mod indisociabil. Astfel se explică fără dificultăți faptul că, între o societate care își desfășoară activitatea pe internet și un client potențial, contractele se încheie pe această cale, cu excluderea oricăror alte căi.

10 — Castells, M., *La Galaxia Internet*, Ed. Plaza y Janès, 2001.

11 — Potrivit Eurostat, proporția familiilor cu internet în bandă largă în locuința lor a crescut, în cadrul Uniunii Europene, de la 14 % în 2004 la 42 % în 2007. În Germania, această proporție a crescut de la 9 % în 2003 la 50 % în 2007. De asemenea, este relevant faptul că partea din cifra de afaceri a întreprinderilor europene care provine din comerțul electronic a crescut, tot potrivit Eurostat, de la 2,1 % în 2004 la 4,2 % în 2007 (date globale pentru Uniunea Europeană).

12 — Studiul *Realities of the European on line marketplace*, efectuat de European Consumer Centre's Network, menționează un al doilea val de comerț electronic care ar depinde de încrederea consumatorilor în mediul digital. Totuși, acest studiu admite faptul că mai este încă un drum lung de parcurs înainte ca previziunile privind dezvoltarea pieței să se verifice (http://ec.europa.eu/consumers/redress/ecc_network/european_online_marketplace2003.pdf). În opinia lui Luc Grynbaum, „[n]e putem imagina că mâine mâna invizibilă a pieței, dragă unor economiști, nu va mai fi doar o realitate financiară, ci și o realitate comercială sub forma pieței de mari dimensiuni, imaterială și permanentă, creată de web" (Grynbaum, L., *La Directive „commerce électronique" ou l'inquiétant retour de l'individualisme juridique*, în La Semaine Juridique, Édition Générale, nr. 12, martie 2001, p. I 307).

3. A impune doar furnizarea unei adrese de poștă electronică pare a fi în conformitate cu obiectivele Directivei privind comerțul electronic

39. Astfel, a impune numai furnizarea unei adrese de poștă electronică pare a fi în conformitate atât cu obiectivele generale urmărite de directivă, cât și cu finalitatea articolului 5 din aceasta.

40. Potrivit considerentelor (3)-(6) și (8), Directiva privind comerțul electronic vizează dezvoltarea serviciilor societății informaționale și punerea în valoare a posibilităților oferite de piața internă comerțului electronic.

41. Prin urmare, împărtășim analiza guvernelor polonez și suedez potrivit căreia necesitatea unei linii telefonice poate constitui un obstacol major în calea acestui tip de tranzacții, precum și, în orice caz, în calea bunei funcționări a pieței interne în acest domeniu.

42. Mai mult, simpla indicare a unui număr de telefon pe site-ul internet nu ar garanta comunicarea directă și eficientă vizată de

directivă, aceasta neputând fi realizată decât prin intermediul unui „centru de apel" („*call center*" în limbajul întreprinderilor). Or, astfel de sisteme de asistență telefonică pentru client reprezintă o sarcină economică importantă pentru întreprindere [13], fapt care ar avea consecințe negative asupra tarifelor și ar compromite viabilitatea comerțului prin intermediul internetului pentru societățile de mărime redusă, care sunt frecvent cele mai inovatoare și care stau la baza dinamismului economic.

43. Prin urmare, pare de neconceput ca directiva să impună entităților care își desfășoară activitatea pe internet să ofere, în orice caz, clienților potențiali ai acestora posibilitatea unei asistențe telefonice, condiție care, în plus, nu este prevăzută nici de Directiva 97/7, nici de Directiva 2002/65/CE [14]. Mai mult, aceste ultime două directive permit, în cuprinsul dispozițiilor privind informațiile de care trebuie să beneficieze orice consumator înaintea încheierii unui contract, furnizarea informațiilor cerute prin orice mijloc adaptat tehnicii de comunicare la distanță utilizate [articolul 4 alineatul (2) din Directiva 97/7 și articolul 3 alineatul (2) din Directiva 2002/65].

44. În același sens, principiul proporționalității se aplică în această etapă, întrucât considerentul (10) al Directivei privind comerțul electronic limitează măsurile prevăzute de aceasta la minimul necesar pentru a atinge obiectivul bunei funcționări a pieței interne. O interpretare literală a dispoziției în cauză ar constitui nu numai un obstacol în calea dezvoltării comerțului electronic, ci ar depăși de asemenea ceea ce este strict necesar pentru a permite existența atât a unei piețe interne adecvate, cât și a unei comunicări directe și eficiente cu furnizorul.

4. Nu s-a adus atingere, în speță, drepturilor consumatorilor

45. Nu ne putem întemeia pe noțiunea generală de protecție a consumatorilor, întrucât, în ipoteza din prezenta cauză, este vorba despre a se adresa unei societăți în vederea obținerii unor precizări asupra serviciilor pe care aceasta le vinde pe internet. În această etapă, nu există nicio legătură contractuală între părți și, în consecință, nu există, din acest motiv, niciun risc de atingere serioasă adusă intereselor consumatorilor. Societatea respectivă alege să își desfășoare activitatea exclusiv pe internet, iar clientul potențial selectează un furnizor cu astfel de caracteristici.

13 — Prețul ridicat al acestui serviciu apare atunci când este comparat cu alte metode de răspuns în scris, din moment ce s-a stabilit că apelurile telefonice se concentrează în mod obișnuit în anumite plaje orare (Mandelbaum, A., Sakov, A. și Zeltyn, S., *Empirical Analysis of a Call Center*, Israel Institute of Technology, 2001).

14 — Directiva 2002/65/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 23 septembrie 2002 privind comercializarea la distanță a serviciilor financiare de consum și de modificare a Directivei 90/619/CEE a Consiliului și a Directivelor 97/7/CE și 98/27/CE (JO L 271, p. 16, Ediție specială, 06/vol. 4, p. 183).

46. Mijlocul de comunicare utilizat de furnizor constituie un element suplimentar al ofertei sale. În cazul în care clientul nu dorește să își formuleze în scris întrebările sau în cazul în care acesta preferă o relație mai personală, va putea întotdeauna să se adreseze unei alte societăți, care îi va răspunde prin telefon (sau chiar la un ghișeu). Astfel, acesta va renunța la o propunere în favoarea alteia, mai potrivită necesităților sale, ca atunci când compară prețurile sau condițiile de asigurare, după cum există de asemenea persoane care consideră important să se deplaseze personal la bancă și care nu își încredințează economiile unei instituții financiare fără sucursală.

C — *Recapitulativ*

47. Având în vedere elementele de mai sus, nuanțarea interpretării literale a articolului 5 alineatul (1) litera (c) din Directiva privind comerțul electronic este inevitabilă în vederea atingerii obiectivelor pe care le urmărește, ținând cont de contextul în care aceasta se aplică și făcând ca finalitatea de a asigura consumatorilor o primă comunicare rapidă, directă și eficientă cu furnizorul de servicii să aibă prioritate în fața oricăror alte considerente.

48. Ar trebui să se răspundă la prima întrebare adresată de Bundesgerichtshof în sensul că articolul 5 alineatul (1) litera (c) din directivă nu impune nici explicit, nici implicit indicarea unui număr de telefon pe site-ul internet al furnizorului de servicii, cu toate că face referire în mod explicit la posibilitatea contactului prin poșta electronică.

49. Cea de a doua întrebare litera (a) ne conduce la adoptarea poziției Comisiei, deoarece o comunicare electronică rapidă, eficientă și directă este suficientă pentru a da acces la furnizor, astfel cum prevede Directiva privind comerțul electronic, fără a fi necesară oferirea unui alt mijloc de comunicare cu acest furnizor. Prin urmare, dispoziția în cauză ar trebui interpretată în sensul că aceasta impune ca site-ul internet să conțină *cel puțin* indicarea adresei de poștă electronică. Potrivit acestei interpretări, ar trebui adăugat un mijloc suplimentar numai în ipoteza în care poșta electronică nu ar permite o astfel de comunicare, verificând dacă telefonul poate îndeplini obiectivul prevăzut la articolul 5 alineatul (1) litera (c) din directiva menționată.

50. Această interpretare a directivei permite să nu se răspundă la a doua întrebare litera (b) a instanței de trimitere. Cu toate acestea, în cazul în care Curtea s-ar pronunța în favoarea unei interpretări literale a Directivei privind comerțul electronic, impunând oferirea unui al doilea mijloc de comunicare, un formular de contact ar fi adecvat, în pofida similitudinii dintre acest instrument și simpla indicare a adresei de poștă electronică.

VI — Concluzie

51. Având în vedere considerațiile de mai sus, propunem Curții să răspundă întrebărilor preliminare adresate de Bundesgerichtshof după cum urmează:

„1) Un furnizor de servicii nu este obligat, în temeiul articolului 5 alineatul (1) litera (c) din Directiva 2000/31/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 8 iunie 2000 privind anumite aspecte juridice ale serviciilor societății informaționale, în special ale comerțului electronic, pe piața internă să indice, încă dinainte de încheierea unui contract, un număr de telefon în scopul informării consumatorilor.

2) Furnizorul de servicii nu este obligat, în temeiul aceleiași dispoziții, nici să ofere un al doilea mijloc de comunicare, diferit de adresa de poștă electronică, în scopul comunicării cu clienții potențiali, cu condiția ca aceasta din urmă să fie corespunzătoare și suficientă pentru contactarea rapidă a furnizorului și pentru realizarea unei comunicări directe și eficiente cu acesta.”