



## Recopilación de la Jurisprudencia

SENTENCIA DEL TRIBUNAL DE JUSTICIA (Sala Primera)

de 10 de julio de 2019\*

«Procedimiento prejudicial — Protección de los consumidores — Directiva 2011/83/UE — Artículo 6, apartado 1, letra c) — Requisitos de información de los contratos a distancia y los contratos celebrados fuera del establecimiento — Obligación del comerciante de indicar su número de teléfono y su número de fax “cuando proceda” — Alcance»

En el asunto C-649/17,

que tiene por objeto una petición de decisión prejudicial planteada, con arreglo al artículo 267 TFUE, por el Bundesgerichtshof (Tribunal Supremo de lo Civil y Penal, Alemania), mediante resolución de 5 de octubre de 2017, recibida en el Tribunal de Justicia el 21 de noviembre de 2017, en el procedimiento entre

**Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände – Verbraucherzentrale Bundesverband eV**

y

**Amazon EU Sàrl,**

EL TRIBUNAL DE JUSTICIA (Sala Primera),

integrado por el Sr. J.-C. Bonichot, Presidente de Sala, el Sr. K. Lenaerts, Presidente del Tribunal de Justicia, en funciones de Juez de la Sala Primera, y la Sra. C. Toader y los Sres. L. Bay Larsen y M. Safjan (Ponente), Jueces;

Abogado General: Sr. G. Pitruzzella;

Secretario: Sra. R. Șereș, administradora;

habiendo considerado los escritos obrantes en autos y celebrada la vista el 22 de noviembre de 2018;

consideradas las observaciones presentadas:

- en nombre de la Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände – Verbraucherzentrale Bundesverband eV, por los Sres. J. Kummer y P. Wassermann, Rechtsanwälte;
- en nombre de Amazon EU Sàrl, por el Sr. C. Rohnke, Rechtsanwalt;
- en nombre del Gobierno alemán, inicialmente por los Sres. T. Henze y M. Hellmann, y posteriormente por los Sres. M. Hellmann y U. Bartl, en calidad de agentes;

\* Lengua de procedimiento: alemán.

- en nombre del Gobierno francés, por el Sr. J. Traband y la Sra. A.-L. Desjonquères, en calidad de agentes;
- en nombre de la Comisión Europea, por los Sres. C. Hödlmayr y N. Ruiz García y la Sra. C. Valero, en calidad de agentes;

oídas las conclusiones del Abogado General, presentadas en audiencia pública el 28 de febrero de 2019;  
dicta la siguiente

### **Sentencia**

- 1 La petición de decisión prejudicial tiene por objeto la interpretación del artículo 6, apartado 1, letra c), de la Directiva 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2011, sobre los derechos de los consumidores, por la que se modifican la Directiva 93/13/CEE del Consejo y la Directiva 1999/44/CE del Parlamento Europeo y del Consejo y se derogan la Directiva 85/577/CEE del Consejo y la Directiva 97/7/CE del Parlamento Europeo y del Consejo (DO 2011, L 304, p. 64).
- 2 Esta petición se ha presentado en el contexto de un litigio entre la Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände – Verbraucherzentrale Bundesverband eV (Federación Alemana de Asociaciones de Consumidores, Alemania; en lo sucesivo, «Federación») y Amazon EU Sàrl en relación con una acción de cesación ejercitada por aquella que tiene por objeto las prácticas de Amazon EU en lo que concierne a la manera de proporcionar información que permita al consumidor ponerse en contacto dicha sociedad.

### **Marco jurídico**

#### ***Derecho de la Unión***

##### *Directiva 2011/83*

- 3 Los considerandos 4, 5, 7, 12, 21 y 34 de la Directiva 2011/83 establecen lo siguiente:
  - «(4) [...] La armonización de determinados aspectos de los contratos a distancia y los contratos celebrados fuera del establecimiento con los consumidores es necesaria para promover un auténtico mercado interior para los consumidores, estableciendo el equilibrio adecuado entre un elevado nivel de protección de estos y la competitividad de las empresas [...].
  - (5) [...] la plena armonización de determinada información facilitada al consumidor y del derecho de desistimiento en los contratos a distancia y los contratos celebrados fuera del establecimiento contribuirá a un elevado nivel de protección de los consumidores y a un mejor funcionamiento del mercado interior entre empresas y consumidores.
- [...]
- (7) Una armonización plena de determinados aspectos reglamentarios fundamentales debe reforzar considerablemente la seguridad jurídica, tanto para los consumidores como para los comerciantes. Los consumidores y los comerciantes deben poder contar con un único marco normativo basado en conceptos jurídicos claramente definidos que regularán determinados aspectos de los contratos celebrados entre empresas y consumidores en la Unión. Como consecuencia de dicha armonización, deben desaparecer los obstáculos derivados de la

fragmentación de las normas y será posible la consecución del mercado interior en este ámbito. Esos obstáculos solo podrán eliminarse estableciendo normas uniformes a escala de la Unión. Además, los consumidores deben disfrutar de un elevado nivel común de protección en toda la Unión.

[...]

- (12) Los requisitos de información que establece la presente Directiva deben completar los requisitos de información de la Directiva 2006/123/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de diciembre de 2006, relativa a los servicios en el mercado interior [(DO 2006, L 376 p. 36)], y la Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 8 de junio de 2000, relativa a determinados aspectos jurídicos de los servicios de la sociedad de la información, en particular el comercio electrónico en el mercado interior (Directiva sobre el comercio electrónico) [(DO 2000, L 178, p. 1)]. Los Estados miembros deben seguir teniendo la posibilidad de imponer requisitos de información adicionales aplicables a los prestadores de servicios establecidos en su territorio.

[...]

- (21) [...] Fuera del establecimiento, el consumidor podría estar bajo posible presión psicológica o verse enfrentado a un elemento de sorpresa, independientemente de que haya solicitado o no la visita del comerciante. [...]

[...]

- (34) El comerciante debe proporcionar al consumidor información clara y comprensible antes de que el consumidor se vea vinculado por un contrato celebrado a distancia o fuera del establecimiento, por un contrato distinto de estos o por una oferta contractual correspondiente. Al facilitar esa información, el comerciante debe tener en cuenta las necesidades especiales de los consumidores que sean particularmente vulnerables debido a su enfermedad mental, física o psicológica, edad o credulidad de una forma que el comerciante pueda razonablemente prever. No obstante, la toma en consideración de estas necesidades específicas no debe conducir a niveles diferentes de protección de los consumidores.

[...]»

- 4 A tenor del artículo 1 de la Directiva 2011/83, titulado «Objeto»:

«La presente Directiva tiene por objeto, a través del logro de un nivel elevado de protección de los consumidores, contribuir al buen funcionamiento del mercado interior mediante la aproximación de determinados aspectos de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados miembros sobre contratos celebrados entre consumidores y comerciantes.»

- 5 El artículo 2 de esta Directiva, con el epígrafe «Definiciones», dispone:

«A efectos de la presente Directiva, se entenderá por:

[...]

- 7) “contrato a distancia”: todo contrato celebrado entre un comerciante y un consumidor en el marco de un sistema organizado de venta o prestación de servicios a distancia, sin la presencia física simultánea del comerciante y del consumidor, y en el que se han utilizado exclusivamente una o más técnicas de comunicación a distancia hasta el momento en que se celebra el contrato y en la propia celebración del mismo;

- 8) “contrato celebrado fuera del establecimiento”: todo contrato entre un comerciante y un consumidor:
- a) celebrado con la presencia física simultánea del comerciante y del consumidor, en un lugar distinto del establecimiento mercantil del comerciante;
  - b) en el que el consumidor ha realizado una oferta en las mismas circunstancias que las que se contemplan en la letra a);
  - c) celebrado en el establecimiento mercantil del comerciante o mediante el uso de cualquier medio de comunicación a distancia inmediatamente después de que haya existido contacto personal e individual con el consumidor en un lugar que no sea el establecimiento mercantil del comerciante, con la presencia física simultánea del comerciante y el consumidor, o
  - d) celebrado durante una excursión organizada por el comerciante con el fin de promocionar y vender productos o servicios al consumidor;

[...]».

- 6 El artículo 4 de la referida Directiva, titulado «Nivel de armonización», establece:

«Los Estados miembros no mantendrán o introducirán, en su legislación nacional, disposiciones contrarias a las fijadas en la presente Directiva, en particular disposiciones más o menos estrictas para garantizar un diferente nivel de protección de los consumidores, salvo disposición en contrario de la presente Directiva.

- 7 El capítulo II de la Directiva 2011/83, que lleva por título «Información a los consumidores en los contratos a distancia o los contratos celebrados fuera del establecimiento», contiene el artículo 5 de esta.

- 8 A tenor de dicho artículo 5, que lleva la rúbrica «Requisitos de información de los contratos distintos de los contratos a distancia o los celebrados fuera del establecimiento»:

«1. Antes de que el consumidor quede vinculado por un contrato distinto de un contrato a distancia o uno celebrado fuera del establecimiento, u oferta correspondiente, el comerciante deberá facilitar de forma clara y comprensible al consumidor, salvo que dicha información resulte evidente por el contexto:

[...]

- b) la identidad del comerciante, por ejemplo su nombre comercial, la dirección geográfica en la que esté establecido y su número de teléfono;

[...]

4. Los Estados miembros podrán adoptar o mantener requisitos adicionales de información precontractual para los contratos a los que se aplica el presente artículo.».

- 9 El capítulo III de la Directiva 2011/83, titulado «Información al consumidor y derecho de desistimiento en los contratos a distancia y los contratos celebrados fuera del establecimiento», incluye los artículos 6 a 16.

10 El artículo 6 de la esta Directiva, que lleva la rúbrica «Requisitos de información de los contratos a distancia y los contratos celebrados fuera del establecimiento» dispone:

«1. Antes de que el consumidor quede vinculado por cualquier contrato a distancia o celebrado fuera del establecimiento o cualquier oferta correspondiente, el comerciante le facilitará de forma clara y comprensible la siguiente información:

[...]

c) la dirección geográfica del establecimiento del comerciante y el número de teléfono, número de fax y dirección de correo electrónico del mismo, cuando proceda, con objeto de que el consumidor pueda ponerse en contacto y comunicarse con él de forma rápida y eficaz así como, cuando proceda, la dirección geográfica y la identidad del comerciante por cuya cuenta actúa;

[...]

4. La información contemplada en el apartado 1, letras h), i) y j), podrá proporcionarse a través del Modelo de documento de información al consumidor sobre el desistimiento establecido en el anexo I, letra A. El comerciante habrá cumplido los requisitos de información contemplados en el apartado 1, letras h), i) y j), cuando haya proporcionado dicha información correctamente cumplimentada.

5. La información a que se refiere el apartado 1 formará parte integrante del contrato a distancia o celebrado fuera del establecimiento y no se alterará a menos que las partes dispongan expresamente lo contrario.

[...]

8. Los requisitos de información establecidos en la presente Directiva se entenderán como adicionales a los requisitos que figuran en la Directiva [2006/123] y en la Directiva [2000/31] y no impedirán que los Estados miembros puedan imponer requisitos de información adicionales de conformidad con estas Directivas.

Sin perjuicio de lo dispuesto en el primer párrafo, si una disposición de la Directiva [2006/123] o de la Directiva [2000/31] relativa al contenido o al modo en que debe proporcionarse la información entrara en conflicto con alguna disposición de la presente Directiva, prevalecerá la disposición de la presente Directiva.

[...]»

11 El artículo 21 de la Directiva 2011/83, titulado «Comunicaciones telefónicas», dispone, en su primer párrafo, lo siguiente:

«Los Estados miembros velarán por que, en caso de que el comerciante opere una línea telefónica a efectos de comunicarse con él en relación con el contrato celebrado, el consumidor —cuando se comunique con el comerciante— no esté obligado a pagar más de la tarifa básica.»

12 El anexo I de esta Directiva, que lleva la rúbrica «Información sobre el ejercicio del derecho de desistimiento» contiene una parte A, titulada «Modelo de documento de información al consumidor sobre el desistimiento» y una parte B, titulada «Modelo de formulario de desistimiento».

- 13 La parte A de este anexo contiene, en particular, las instrucciones que el comerciante debe seguir para comunicar al consumidor el modelo de documento de información relativa a su derecho de desistimiento y, más concretamente, la instrucción siguiente:

«Insértese su nombre, su dirección geográfica y, si dispone de ellos, su número de teléfono, su número de fax y su dirección de correo electrónico».

- 14 La parte B del referido anexo contiene el siguiente texto:

«A la atención de [aquí el comerciante deberá insertar el nombre del comerciante, su dirección geográfica y, si dispone de ellos, su número de fax y su dirección de correo electrónico]».

### ***Derecho alemán***

- 15 El artículo 312d, apartado 1, del Bürgerliches Gesetzbuch (Código Civil), que lleva por título «Requisitos de información», prevé lo siguiente:

«En caso de contratos celebrados fuera del establecimiento y de contratos a distancia, el comerciante estará obligado a informar al consumidor del modo previsto en el artículo 246a de la Einführungsgesetz zum Bürgerlichen Gesetzbuch (Ley de Introducción del Código Civil; en lo sucesivo, «EGBGB»). Las indicaciones que el comerciante proporcione en cumplimiento de esa obligación formarán parte integrante del contrato a menos que las partes estipulen otra cosa.»

- 16 El artículo 246a de la EGBGB, titulado «Requisitos de información de los contratos celebrados fuera del establecimiento y de los contratos a distancia, salvo los contratos referidos a servicios financieros», establece, en su apartado 1, párrafo primero, punto 2, lo siguiente:

«De conformidad con el artículo 312d, apartado 1, del [Código Civil], el comerciante debe facilitar al consumidor la siguiente información:

[...]

2. Su identidad, por ejemplo, su razón social y la dirección geográfica de su establecimiento, su número de teléfono y, cuando proceda, su número de fax y dirección de correo electrónico, así como, en su caso, la dirección geográfica y la identidad del comerciante por cuya cuenta actúa.»

### **Litigio principal y cuestiones prejudiciales**

- 17 Amazon EU explota, entre otros, el sitio de Internet [www.amazon.de](http://www.amazon.de), en el que se ofrecen a la venta en línea diversos productos.

- 18 Al realizar un pedido en dicho sitio de Internet, los consumidores tenían la posibilidad, en agosto de 2014, antes de finalizar su pedido, de utilizar un enlace electrónico identificado con el texto «Contacte con nosotros». El consumidor accedía así a una página de Internet en la que, bajo la rúbrica «Contacte con nosotros», figuraba la pregunta «¿Cómo desea contactar con nosotros?» y se le daba a elegir entre tres opciones, a saber, mediante el envío de un correo electrónico, por teléfono o iniciando una conversación en línea a través de un servicio de mensajería instantánea (chat). Sin embargo, dicha página no facilitaba ningún número de fax. Si el consumidor optaba por la opción de contacto telefónico, se abría otra página de Internet, en la que se le daba la posibilidad de introducir su número de teléfono para recibir una llamada. En esa misma página se indicaba además lo siguiente:

«Si lo prefiere, puede llamar a nuestro número general de atención al cliente.» El vínculo «número general de atención al cliente» llevaba a una ventana en la que se indicaban varios números de teléfono de Amazon EU y que contenía el siguiente texto:

«Número general de atención al cliente

Le recomendamos que utilice preferiblemente la función “Llamar ahora” para ser atendido rápidamente. Con la información que ya nos ha facilitado podremos ayudarle inmediatamente.

Si prefiere llamar al número general de atención al cliente, tenga en cuenta que deberá responder a una serie de preguntas para comprobar su identidad.

Si prefiere contactar con nosotros de la forma tradicional, puede llamar a los siguientes números: [...]»

- 19 Dentro de la «Información legal» que se hallaba en la página de Internet [www.amazon.de](http://www.amazon.de), el consumidor podía acceder igualmente, mediante el botón «Contacte con nosotros», a la página con la opción de recibir una llamada.
- 20 La Federación consideró que Amazon EU no cumplía con su obligación legal de facilitar al consumidor medios eficaces para entrar en contacto con ella, en la medida en que no les informaba, de manera suficiente en Derecho, de sus números de teléfono y de fax. Además, la Federación estimó que Amazon EU no indicaba de forma clara y comprensible un número de teléfono y que el servicio de solicitud de llamada que ofrecía no cumplía con los requisitos de información, pues el consumidor debía cumplimentar múltiples pasos para poder contactar con un interlocutor de dicha sociedad.
- 21 La Federación ejercitó una acción de cesación contra Amazon EU ante el Landgericht Köln (Tribunal Regional de lo Civil y Penal de Colonia, Alemania) cuestionando sus prácticas en lo que concierne a la manera de proporcionar información empleadas en su sitio de Internet.
- 22 Dado que el referido Tribunal desestimó la acción de cesación mediante sentencia de 13 de octubre de 2015, la Federación interpuso recurso de apelación ante el Oberlandesgericht Köln (Tribunal Superior Regional de lo Civil y Penal de Colonia, Alemania).
- 23 Mediante sentencia de 8 de julio de 2016, el Oberlandesgericht Köln (Tribunal Superior Regional de lo Civil y Penal de Colonia) desestimó el recurso de la Federación. A tal efecto consideró que Amazon EU cumplía los requisitos de información precontractual al ofrecer a los consumidores suficientes posibilidades de comunicación, gracias a su sistema de solicitud de llamada y a la posibilidad de contactar con ella a través del sistema de chat o mediante correo electrónico.
- 24 En estas circunstancias, la Federación interpuso recurso de casación ante el órgano jurisdiccional remitente, el Bundesgerichtshof (Tribunal Supremo de lo Civil y Penal, Alemania).
- 25 El órgano jurisdiccional remitente considera que, para resolver el litigio de que conoce es necesario, en particular, precisar el alcance de la expresión «cuando proceda», «*gegebenfalls*» o «*where available*», que figura en el artículo 6, apartado 1, letra c), de la Directiva 2011/83, en las versiones española, alemana e inglesa de esta disposición respectivamente.
- 26 A este respecto, de un documento de orientación de la Comisión Europea, publicado en junio de 2014, relativo a la Directiva 2011/83, resulta que dicha expresión es aplicable a los tres medios de comunicación a distancia mencionados en el artículo 6, apartado 1, letra c), de dicha Directiva, es decir, el teléfono, el fax y el correo electrónico.

- 27 En consecuencia, según el órgano jurisdiccional remitente, la información que el comerciante debe proporcionar ha de referirse únicamente a los medios de comunicación ya existentes en su empresa. En cambio, no está obligado a instalar una nueva línea de teléfono o de fax o a crear una nueva dirección de correo electrónico en caso de que decida celebrar igualmente contratos a distancia.
- 28 En este contexto, se pregunta si un comerciante que, pese a disponer de medios de comunicación como el teléfono, el fax o el correo electrónico, los utiliza exclusivamente para la comunicación con profesionales o autoridades públicas, está obligado, en virtud de lo dispuesto en el artículo 6, apartado 1, letra c), de la Directiva 2011/83, a proporcionar información acerca de esos medios de comunicación en el marco de los contratos a distancia celebrados con consumidores.
- 29 En caso de respuesta afirmativa, el comerciante que decida dedicarse a una nueva actividad consistente en celebrar contratos a distancia con consumidores se vería obligado a modificar la organización de su empresa y a contratar nuevos colaboradores, lo que podría resultar contrario a su libertad de empresa, consagrada en los artículos 16 y 17, apartado 1, de la Carta de los Derechos Fundamentales de la Unión Europea (en lo sucesivo, «Carta»).
- 30 Además, tal interpretación sería contraria al objetivo de la Directiva 2011/83, mencionado en el considerando 4 de esta, que consiste en establecer un equilibrio adecuado entre un elevado nivel de protección de los consumidores y la competitividad de las empresas.
- 31 En estas circunstancias, el Bundesgerichtshof (Tribunal Supremo de lo Civil y Penal), decidió suspender el procedimiento y plantear al Tribunal de Justicia las siguientes cuestiones prejudiciales:
- «1) Pueden los Estados miembros adoptar una disposición —como el artículo 246a, apartado 1, párrafo primero, primera frase, punto 2, de la EGBGB— que, en los contratos celebrados a distancia, obliga, en todo caso, al comerciante [no solo cuando proceda], a facilitar un número de teléfono al consumidor antes de que este emita su declaración contractual?
- 2) ¿Significa la expresión “cuando proceda” (en la versión alemana, “*gegebenenfalls*”) utilizada en el artículo 6, apartado 1, letra c), de la Directiva 2011/83 que un comerciante solo está obligado a informar de los medios de comunicación de que ya dispone efectivamente su empresa, de manera que no está obligado a instalar *ex novo* una conexión de teléfono o de fax ni a contratar una cuenta de correo electrónico nueva, si decide celebrar en la empresa también contratos a distancia?
- 3) En caso de respuesta afirmativa a la segunda cuestión prejudicial:
- ¿Significa la expresión “cuando proceda” (en la versión alemana, “*gegebenenfalls*”) que utiliza el artículo 6, apartado 1, letra c), de [esta] Directiva [...] que en una empresa solo se dispone de los medios de comunicación que el comerciante efectivamente utilice para contactar con los consumidores en la celebración de contratos a distancia, o se consideran disponibles en la empresa también los medios de comunicación que el comerciante utilice hasta la fecha exclusivamente para otros fines, como pueden ser la comunicación con profesionales o con las autoridades?
- 4) ¿Es exhaustiva la enumeración de los medios de comunicación, teléfono, fax y correo electrónico, que figura en el artículo 6, apartado 1, letra c), de la [referida] Directiva [...] o puede el comerciante emplear además otros medios de comunicación aparte de los mencionados en dicha disposición (como, por ejemplo, un chat de Internet o un sistema de llamada telefónica), siempre que con ello se garantice una comunicación rápida y eficaz?

- 5) Para el cumplimiento del mandato de transparencia del artículo 6, apartado 1, de la [misma] Directiva [...], conforme al cual el comerciante debe informar al consumidor de forma clara y comprensible de los medios de comunicación mencionados en el artículo 6, apartado 1, letra c), de la Directiva 2011/83, ¿es lo decisivo que la información se facilite de forma rápida y eficaz?»

### Sobre las cuestiones prejudiciales

- 32 Mediante sus cuestiones prejudiciales, que procede examinar conjuntamente, el órgano jurisdiccional remitente pregunta, en esencia, si el artículo 6, apartado 1, letra c), de la Directiva 2011/83 debe interpretarse en el sentido de que se opone a una normativa nacional, como la controvertida en el litigio principal, que obliga al comerciante, antes de concluir con un consumidor un contrato a distancia o un contrato celebrado fuera del establecimiento —mencionados ambos en el artículo 2, apartados 7 y 8, de dicha Directiva—, a facilitar, en todo caso, su número de teléfono, y si dicha disposición obliga al comerciante a instalar una línea de teléfono o de fax o a crear una nueva dirección de correo electrónico para permitir a los consumidores ponerse en contacto con él. El órgano jurisdiccional remitente desea saber igualmente si ese comerciante puede, en circunstancias como las del litigio principal, emplear otros medios de comunicación aparte de los mencionados en esa primera disposición, como un sistema de mensajería instantánea o de solicitud de llamada.
- 33 Con carácter preliminar procede recordar que, a tenor del artículo 6, apartado 1, letra c), de la Directiva 2011/83, antes de que el consumidor quede vinculado por cualquier contrato a distancia o celebrado fuera del establecimiento o cualquier oferta correspondiente, el comerciante le facilitará de forma clara y comprensible la información relativa a la dirección geográfica del establecimiento del comerciante y el número de teléfono, número de fax y dirección de correo electrónico del mismo, cuando proceda, con objeto de que el consumidor pueda ponerse en contacto y comunicarse con él de forma rápida y eficaz así como, cuando proceda, la dirección geográfica y la identidad del comerciante por cuya cuenta actúa.
- 34 Resulta, en particular, de la resolución de remisión prejudicial y de las observaciones presentadas por las partes en el litigio principal y por las demás partes interesadas en el presente asunto, que existen dos posibles interpretaciones del tenor del artículo 6, apartado 1, letra c), de la Directiva 2011/83. Por un lado, esta disposición podría interpretarse en el sentido de que impone al comerciante la obligación de informar al consumidor de su número de teléfono y de su número de fax cuando dispone de tales números. Por otro lado, podría considerarse que únicamente impone tal obligación al comerciante si este utiliza el teléfono o el fax en sus contactos con los consumidores.
- 35 Es preciso observar que el tenor de esta disposición, y más concretamente, de la expresión «cuando proceda» contenida en ella, no permite, por sí solo, determinar el alcance exacto de esta disposición.
- 36 El análisis de las distintas versiones lingüísticas del artículo 6, apartado 1, letra c), de la Directiva 2011/83 no ofrece una respuesta a este interrogante. En efecto, si bien la mayor parte de estas versiones, en particular, las versiones en lengua inglesa («*where available*»), francesa («*lorsqu'ils sont disponibles*»), italiana («*ove disponibili*»), neerlandesa («*indien beschikbaar*»), polaca («*o ile jest dostępny*») y finesa («*jos nämä ovat käytettävissä*»), permiten pensar que, en virtud de esta disposición, la obligación impuesta al comerciante de informar al consumidor de sus números de teléfono y de fax únicamente es exigible si dicho comerciante dispone de tales medios de comunicación, algunas versiones lingüísticas de la referida disposición, en particular, la española («cuando proceda») y la alemana («*gegebenenfalls*»), no permiten determinar en qué circunstancias esta obligación no recibe aplicación.

- 37 Por consiguiente, esta disposición debe interpretarse teniendo en cuenta su contexto y los objetivos perseguidos por la normativa de la que forma parte (véanse, por analogía, las sentencias de 24 de enero de 2019, Balandin y otros, C-477/17, EU:C:2019:60, apartado 31, y de 26 de febrero de 2019, Rimševičs y BCE/Letonia, C-202/18 y C-238/18, EU:C:2019:139, apartado 45).
- 38 En lo que respecta, por un lado, al contexto en el que se inscribe el artículo 6, apartado 1, letra c), de la Directiva 2011/83 y a la sistemática general de esta Directiva, es preciso subrayar que esta disposición establece una obligación de información precontractual en lo que respecta a los contratos a distancia y a los contratos celebrados fuera del establecimiento, mencionados en el artículo 2, puntos 7 y 8, de esta Directiva.
- 39 En lo que atañe, por otro lado, al objetivo de la Directiva 2011/83, de la lectura de su artículo 1 en relación con sus considerandos 4, 5 y 7, resulta que esta pretende lograr un nivel elevado de protección de los consumidores, garantizando su información y su seguridad en las transacciones con los comerciantes. Además, la protección de los consumidores en las políticas de la Unión ha sido consagrada en el artículo 169 TFUE y en el artículo 38 de la Carta.
- 40 La Directiva 2011/83 tiene como finalidad permitir que los consumidores disfruten de una protección amplia, confiriéndoles ciertos derechos en materia de contratos a distancia y de contratos celebrados fuera del establecimiento (véase, en este sentido, la sentencia de 23 de enero de 2019, Walbusch Walter Busch, C-430/17, EU:C:2019:47, apartado 35).
- 41 En particular, es preciso destacar que la posibilidad de que el consumidor se ponga en contacto y se comunique con el comerciante de forma rápida y eficaz, tal y como establece el artículo 6, apartado 1, letra c), de la Directiva 2011/83, reviste una importancia fundamental a efectos de la salvaguarda y la efectiva aplicación de los derechos del consumidor, en particular, del derecho de desistimiento, cuyas modalidades y condiciones de ejercicio se regulan en los artículos 9 a 16 de esta Directiva.
- 42 Es precisamente por este motivo por el que la parte A, titulada «Modelo de documento de información al consumidor sobre el desistimiento», que figura en el anexo I de la Directiva 2011/83 y que se reproduce parcialmente en la parte B del mismo, titulada «Modelo de formulario de desistimiento», prevé la mención de la dirección geográfica del comerciante y, si dispone de ellos, de su número de teléfono, de su número de fax y de su dirección de correo electrónico.
- 43 Desde esta perspectiva, el artículo 6, apartado 1, de la Directiva 2011/83 pretende garantizar que se comunique al consumidor, antes de la celebración del contrato, tanto la información relativa a las condiciones contractuales y a las consecuencias de dicha celebración, lo que le permitirá decidir si desea vincularse contractualmente con un comerciante (véase, en este sentido, la sentencia de 23 de enero de 2019, Walbusch Walter Busch, C-430/17, EU:C:2019:47, apartado 36), como la información necesaria para la correcta ejecución del contrato y, sobre todo, para el ejercicio de sus derechos, en particular de su derecho de desistimiento (véase, por analogía, la sentencia de 5 de julio de 2012, Content Services, C-49/11, EU:C:2012:419, apartado 34).
- 44 A este respecto, si bien es cierto que la posibilidad de que el consumidor se ponga en contacto y se comunique con el comerciante de forma rápida y eficaz, tal y como establece el artículo 6, apartado 1, letra c), de la Directiva 2011/83, reviste una importancia fundamental para la protección de sus derechos, tal y como se ha recordado en el apartado 41 de la presente sentencia, no lo es menos que, a la hora de interpretar esta disposición, es preciso garantizar un justo equilibrio entre un elevado nivel de protección de los consumidores y la competitividad de las empresas, como establece el considerando 4 de dicha Directiva, al tiempo que se respeta la libertad de empresa del empresario, consagrada en el artículo 16 de la Carta (véase, por analogía, la sentencia de 23 de enero de 2019, Walbusch Walter Busch, C-430/17, EU:C:2019:47, apartados 41 y 42).

- 45 Es preciso observar en este contexto que, al adoptar las disposiciones de la Directiva 2011/83 y en particular su artículo 6, apartado 1, letra c), el legislador de la Unión estimó, tal y como se expone en el considerando 34 de la referida Directiva, que cuando el comerciante facilita información precontractual, debe tener en cuenta las necesidades especiales de los consumidores que sean particularmente vulnerables debido a su enfermedad mental, física o psicológica, edad o credulidad, de una forma que el comerciante pueda razonablemente prever.
- 46 De cuanto antecede se desprende que si bien el artículo 6, apartado 1, letra c), de la Directiva 2011/83 no especifica la naturaleza concreta de los medios de comunicación que el comerciante debe instalar, esta disposición obliga necesariamente al comerciante a poner a disposición de todo consumidor un medio de comunicación que le permita ponerse en contacto y comunicarse con el comerciante de forma rápida y eficaz.
- 47 Incumbe al órgano jurisdiccional remitente apreciar si, habida cuenta de todas las circunstancias en las que el consumidor se pone en contacto con el comerciante a través de un sitio de Internet y, en particular, de la presentación y de la funcionalidad de ese sitio, los medios de comunicación que el comerciante pone a disposición del consumidor permiten a este ponerse en contacto y comunicarse con el comerciante de forma rápida y eficaz, tal y como exige el artículo 6, apartado 1, letra c), de la Directiva 2011/83.
- 48 Además, establecer una obligación incondicional de poner a disposición del consumidor, en todo caso, un número de teléfono, de instalar una línea de teléfono o de fax, o de crear una nueva dirección de correo electrónico, para permitir a los consumidores contactar con el comerciante, parece desproporcionado, en particular, en el contexto económico en el que operan determinadas empresas, en concreto, las más pequeñas, que suelen buscar reducir sus costes de funcionamiento organizando la venta o la prestación de servicios a distancia o fuera del establecimiento.
- 49 Además, el artículo 5, apartado 1, letra b), de la Directiva 2011/83, relativo a requisitos de información que ha de cumplir el comerciante en el contexto de la celebración de contratos distintos de los contratos a distancia o los celebrados fuera del establecimiento, dispone, de manera inequívoca, que el comerciante deberá facilitar al consumidor, antes de que este quede vinculado por un contrato distinto de este tipo, «de forma clara y comprensible [...], salvo que dicha información resulte evidente por el contexto: [...] la identidad del comerciante, por ejemplo, su nombre comercial, la dirección geográfica en la que esté establecido y su número de teléfono». De ello se desprende que si la intención del legislador de la Unión hubiera sido conferir a la obligación de indicar el número de teléfono, impuesta al comerciante por el artículo 6, apartado 1, letra c), de la referida Directiva, el mismo alcance que el de la obligación impuesta, de manera inequívoca, a ese mismo comerciante, en virtud del artículo 5, apartado 1, letra b), de la misma Directiva, es probable que hubiera empleado la misma formulación.
- 50 Por último, tal y como señaló el Abogado General en el punto 76 de sus conclusiones, el artículo 21 de la Directiva 2011/83, que exige a los Estados miembros que no consientan que el comerciante que opere una línea telefónica a efectos de contactar con los consumidores aplique tarifas superiores a la tarifa básica cuando el consumidor le contacta en relación con un contrato celebrado con él, aboga igualmente a favor de una interpretación del artículo 6, apartado 1, letra c), de la Directiva 2011/83 según la cual la utilización, por un profesional, del teléfono, como medio de comunicarse con el consumidor en los contratos a distancia, tampoco es imperativa en el contexto de una relación precontractual.
- 51 Habida cuenta de las anteriores consideraciones, procede interpretar los términos «cuando proceda» que figuran en el artículo 6, apartado 1, letra c), de la Directiva 2011/83 en el sentido de que se refieren a aquellos casos en que el comerciante dispone de un número de teléfono o de fax y que no los utiliza únicamente para fines distintos del contacto con los consumidores. Si no dispone de tales

medios de comunicación, esta disposición no le obliga a informar al consumidor de ese número de teléfono, ni a instalar una línea telefónica o de fax o crear una nueva dirección de correo electrónico para permitir a los consumidores ponerse en contacto con él.

52 Por otro lado, procede considerar que esta disposición no se opone a que el comerciante facilite otros medios de comunicación distintos del teléfono, el fax o el correo electrónico para satisfacer los criterios de una comunicación directa y eficaz, como, por ejemplo, un formulario de contacto electrónico a través del cual los consumidores puedan dirigirse a los comerciantes mediante un sitio de Internet y recibir una respuesta escrita o una llamada rápidamente. Más concretamente, no se opone a que un comerciante que ofrece bienes o servicios en línea y que dispone de un número de teléfono al que puede accederse en varios clics, fomente el uso, por el consumidor, de otros medios de comunicación que no se mencionan en esa disposición, como, por ejemplo, un sistema de mensajería instantánea o de solicitud de llamada, para permitir al consumidor ponerse en contacto y comunicarse con el comerciante de forma rápida y eficaz, siempre que la información que este último ha de facilitar en virtud del artículo 6, apartado 1, letra c), de la Directiva 2011/83, y, en particular, el mencionado número de teléfono, sea accesible de forma clara y comprensible, extremo que corresponde verificar al órgano jurisdiccional remitente. A este último respecto, en una situación como la controvertida en el litigio principal, en la que un comerciante ofrece, exclusivamente a través de un sitio de Internet, la venta en línea de diversos productos, el hecho de que el número de teléfono únicamente esté disponible tras proceder a una serie de clics, no implica, como tal, que la forma empleada no sea clara o comprensible.

53 Habida cuenta de las consideraciones anteriores, procede responder a las cuestiones planteadas del siguiente modo:

- El artículo 6, apartado 1, letra c), de la Directiva 2011/83 debe interpretarse en el sentido de que, por un lado, se opone a una normativa nacional, como la controvertida en el litigio principal, que obliga al comerciante, antes de concluir con un consumidor un contrato a distancia o un contrato celebrado fuera del establecimiento —mencionados ambos en el artículo 2, apartados 7 y 8, de dicha Directiva—, a facilitar, en todo caso, su número de teléfono. Por otro lado, dicha disposición no obliga al comerciante a instalar una línea telefónica o de fax o a crear una nueva dirección de correo electrónico para permitir a los consumidores ponerse en contacto con él, y únicamente obliga a facilitar ese número, el de fax o la dirección de correo electrónico, si el comerciante ya dispone de esos medios para comunicarse con los consumidores.
- El artículo 6, apartado 1, letra c), de la Directiva 2011/83 debe interpretarse en el sentido de que, si bien esta disposición impone al comerciante la obligación de poner a disposición del consumidor un medio de comunicación que cumpla los criterios de una comunicación directa y eficaz, no se opone a que dicho comerciante facilite otros medios de comunicación distintos de los enumerados en la referida disposición para satisfacer tales criterios.

### **Costas**

54 Dado que el procedimiento tiene, para las partes del litigio principal, el carácter de un incidente promovido ante el órgano jurisdiccional nacional, corresponde a éste resolver sobre las costas. Los gastos efectuados por quienes, no siendo partes del litigio principal, han presentado observaciones ante el Tribunal de Justicia no pueden ser objeto de reembolso.

En virtud de todo lo expuesto, el Tribunal de Justicia (Sala Primera) declara:

**El artículo 6, apartado 1, letra c), de la Directiva 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2011, sobre los derechos de los consumidores, por la que se modifican la Directiva 93/13/CEE del Consejo y la Directiva 1999/44/CE del Parlamento**

Europeo y del Consejo y se derogan la Directiva 85/577/CEE del Consejo y la Directiva 97/7/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, debe interpretarse en el sentido de que, por un lado, se opone a una normativa nacional, como la controvertida en el litigio principal, que obliga al comerciante, antes de concluir con un consumidor un contrato a distancia o un contrato celebrado fuera del establecimiento —mencionados ambos en el artículo 2, apartados 7 y 8, de dicha Directiva—, a facilitar, en todo caso, su número de teléfono. Por otro lado, dicha disposición no obliga al comerciante a instalar una línea telefónica o de fax o a crear una nueva dirección de correo electrónico para permitir a los consumidores ponerse en contacto con él, y únicamente obliga a facilitar ese número, el de fax o la dirección de correo electrónico, si el comerciante ya dispone de esos medios para comunicarse con los consumidores.

El artículo 6, apartado 1, letra c), de la Directiva 2011/83 debe interpretarse en el sentido de que, si bien esta disposición impone al comerciante la obligación de poner a disposición del consumidor un medio de comunicación que cumpla los criterios de una comunicación directa y eficaz, no se opone a que dicho comerciante facilite otros medios de comunicación distintos de los enumerados en la referida disposición para satisfacer tales criterios.

Firmas.