



Zbiór Orzeczeń

WYROK TRYBUNAŁU (pierwsza izba)

z dnia 10 lipca 2019 r. *

Odesłanie prejudycjalne – Ochrona konsumentów – Dyrektywa 2011/83/UE – Artykuł 6 ust. 1 lit. c) – Wymogi informacyjne dotyczące umów zawieranych na odległość i umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa – Ciężący na przedsiębiorcy obowiązek podania jego numeru telefonu i numeru faksu „o ile dostępny” – Zakres

W sprawie C-649/17

mającej za przedmiot wniosek o wydanie, na podstawie art. 267 TFUE, orzeczenia w trybie prejudycjalnym, złożony przez Bundesgerichtshof (federalny trybunał sprawiedliwości, Niemcy) postanowieniem z dnia 5 października 2017 r., które wpłynęło do Trybunału w dniu 21 listopada 2017 r., w postępowaniu:

Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände – Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.

przeciwko

Amazon EU Sàrl,

TRYBUNAŁ (pierwsza izba),

w składzie: J.C. Bonichot, prezes izby, K. Lenaerts, prezes Trybunału, pełniący obowiązki sędziego pierwszej izby, C. Toader, L. Bay Larsen i M. Safjan (sprawozdawca), sędziowie,

rzecznik generalny: G. Pitruzzella,

sekretarz: R. Șereș, administrator,

uwzględniając pisemny etap postępowania i po przeprowadzeniu rozprawy w dniu 22 listopada 2018 r., rozważywszy uwagi przedstawione:

- w imieniu Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände – Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. przez J. Kummera oraz P. Wassermanna, Rechtsanwälte,
- w imieniu Amazon EU Sàrl przez Ch. Rohnkego, Rechtsanwalt,
- w imieniu rządu niemieckiego początkowo przez T. Henzego oraz M. Hellmanna, następnie przez M. Hellmanna oraz U. Bartla, działających w charakterze pełnomocników,

* Język postępowania: niemiecki.

- w imieniu rządu francuskiego przez J. Trabanda oraz A.L. Desjonquères, działających w charakterze pełnomocników,
- w imieniu Komisji Europejskiej przez C. Hödlmayra, N. Ruiza Garcíę oraz C. Valero, działających w charakterze pełnomocników,

po zapoznaniu się z opinią rzecznika generalnego na posiedzeniu w dniu 28 lutego 2019 r.,
wydaje następujący

Wyrok

- 1 Wniosek o wydanie orzeczenia w trybie prejudycjalnym dotyczy wykładni art. 6 ust. 1 lit. c) dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE z dnia 25 października 2011 r. w sprawie praw konsumentów, zmieniającej dyrektywę Rady 93/13/EWG i dyrektywę 1999/44/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz uchylającej dyrektywę Rady 85/577/EWG i dyrektywę 97/7/WE Parlamentu Europejskiego i Rady (Dz.U. 2011, L 304, s. 64).
- 2 Wniosek ten został złożony w ramach sporu pomiędzy Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände – Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. (niemiecką federacją stowarzyszeń konsumentów, Niemcy) (zwaną dalej „federacją stowarzyszeń konsumentów”) a Amazon EU Sàrl w przedmiocie wniesionego przez federację stowarzyszeń konsumentów powództwa o zaprzestanie praktyk Amazon EU w zakresie wyświetlania informacji pozwalających konsumentowi na skontaktowanie się z tą spółką.

Ramy prawne

Prawo Unii

- 3 Motywy 4, 5, 7, 12, 21 i 34 dyrektywy 2011/83 stanowią:
 - „(4) [...] Harmonizacja niektórych aspektów umów z udziałem konsumentów zawieranych na odległość i niektórych aspektów umów z udziałem konsumentów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa jest niezbędna w celu wspierania rzeczywistego rynku wewnętrznego dla konsumentów, opartego na właściwej równowadze pomiędzy wysokim poziomem ochrony konsumentów i konkurencyjnością przedsiębiorstw [...]
 - (5) [...] [P]ełna harmonizacja w zakresie informacji dla konsumentów i prawa do odstąpienia od umów zawieranych na odległość i umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa przyczyni się do wysokiego poziomu ochrony konsumentów i lepszego funkcjonowania rynku wewnętrznego w stosunkach między przedsiębiorstwami a konsumentami.
 - [...]
 - (7) Pełna harmonizacja niektórych kluczowych aspektów regulacyjnych powinna znacznie poprawić pewność prawa zarówno wśród konsumentów, jak i przedsiębiorców. Zarówno konsumenci, jak i przedsiębiorcy powinni mieć możliwość korzystania z jednolitych ram regulacyjnych, opartych na jasno zdefiniowanych pojęciach prawnych, regulujących niektóre aspekty umów zawieranych między przedsiębiorstwami a konsumentami w całej Unii. Rezultatem takiej harmonizacji powinno być zlikwidowanie barier wynikających z rozdrobnienia przepisów oraz pełne

wprowadzenie rynku wewnętrznego w tej dziedzinie. Bariery te można zlikwidować tylko przez stworzenie jednolitych przepisów na poziomie Unii. Ponadto konsumenci powinni mieć możliwość korzystania ze wspólnego wysokiego poziomu ochrony w całej Unii.

[...]

- (12) Wymogi informacyjne przewidziane w niniejszej dyrektywie powinny uzupełniać wymogi informacyjne przewidziane w dyrektywie 2006/123/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 12 grudnia 2006 r. dotyczącej usług na rynku wewnętrznym [(Dz.U. 2006, L 376, s. 36)] oraz w dyrektywie 2000/31/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 8 czerwca 2000 r. w sprawie niektórych aspektów prawnych usług społeczeństwa informacyjnego, w szczególności handlu elektronicznego w ramach rynku wewnętrznego (»dyrektywa o handlu elektronicznym«) [(Dz.U. 2000, L 178, s. 1)]. Państwa członkowskie powinny zachować możliwość nakładania dodatkowych wymogów informacyjnych mających zastosowanie do usługodawców, którzy prowadzą przedsiębiorstwo na terytorium tych państw członkowskich.

[...]

- (21) [...] Poza lokalem przedsiębiorstwa konsument może być narażony na potencjalną presję psychologiczną lub na element zaskoczenia, niezależnie od tego, czy wizyta przedsiębiorcy była przez konsumenta zamówiona, czy też nie. [...]

[...]

- (34) Przedsiębiorca powinien udzielić konsumentowi jasnych i wyczerpujących informacji, zanim konsument zostanie związany umową zawieraną na odległość lub umową zawieraną poza lokalem przedsiębiorstwa, umową inną niż umowa zawierana na odległość lub umowa zawierana poza lokalem przedsiębiorstwa lub jakąkolwiek ofertą w tym zakresie. Udzielając takich informacji, przedsiębiorca powinien uwzględniać szczególne potrzeby szczególnie wrażliwych konsumentów, z uwagi na ich niepełnosprawność umysłową, fizyczną lub psychiczną, wiek lub łatwowierność, w sposób, który powinien być, racjonalnie oczekując, przewidzieć. Uwzględnienie tego rodzaju szczególnych potrzeb nie powinno jednak prowadzić do zróżnicowania poziomów ochrony konsumentów”.

- 4 Zgodnie z art. 1 dyrektywy 2011/83, zatytułowanym „Przedmiot”:

„Niniejsza dyrektywa, poprzez osiągnięcie wysokiego poziomu ochrony konsumentów, ma przyczyniać się do właściwego funkcjonowania rynku wewnętrznego w drodze zbliżenia niektórych aspektów przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich dotyczących umów zawieranych między konsumentami a przedsiębiorcami”.

- 5 Artykuł 2 tej dyrektywy, zatytułowany „Definicje”, stanowi:

„Na użytek niniejszej dyrektywy stosuje się następujące definicje:

[...]

- 7) »umowa zawierana na odległość« oznacza każdą umowę zawartą między przedsiębiorcą i konsumentem w ramach zorganizowanego systemu sprzedaży lub świadczenia usług na odległość, bez jednoczesnej fizycznej obecności przedsiębiorcy i konsumenta, z wyłącznym wykorzystaniem jednego lub większej liczby środków porozumiewania się na odległość do chwili zawarcia umowy łącznie;

- 8) »umowa zawierana poza lokalem przedsiębiorstwa« oznacza każdą umowę między przedsiębiorcą i konsumentem:
- a) zawartą przy jednoczesnej fizycznej obecności przedsiębiorcy i konsumenta, w miejscu, które nie jest lokalem przedsiębiorstwa danego przedsiębiorcy;
 - b) w przypadku której konsument złożył ofertę w takich samych okolicznościach, jak te, o których mowa w lit. a);
 - c) zawartą w lokalu przedsiębiorstwa danego przedsiębiorcy lub przy pomocy jakichkolwiek środków porozumiewania się na odległość bezpośrednio po tym, jak osobiście i indywidualnie nawiązano kontakt z konsumentem w miejscu, które nie jest lokalem przedsiębiorstwa danego przedsiębiorcy, przy jednoczesnej fizycznej obecności przedsiębiorcy i konsumenta; lub
 - d) zawartą podczas wycieczki zorganizowanej przez przedsiębiorcę, której celem lub skutkiem jest promocja oraz sprzedaż towarów i usług konsumentowi;

[...]».

- 6 Artykuł 4 omawianej dyrektywy, zatytułowany »Poziom harmonizacji«, przewiduje:

„Państwa członkowskie nie mogą utrzymywać ani wprowadzać do swojego prawa krajowego przepisów odbiegających od tych, które zostały ustanowione w niniejszej dyrektywie, w tym również przepisów surowszych lub łagodniejszych w celu zapewnienia innego poziomu ochrony konsumentów, chyba że niniejsza dyrektywa stanowi inaczej”.

- 7 Rozdział II dyrektywy 2011/83, zatytułowany »Informacje dla konsumentów dotyczące umów innych niż umowy zawierane na odległość lub umowy zawierane poza lokalem przedsiębiorstwa«, obejmuje artykuł 5.

- 8 Zgodnie z tymże art. 5 zatytułowanym »Wymogi informacyjne dotyczące umów innych niż umowy zawierane na odległość lub umowy zawierane poza lokalem przedsiębiorstwa“:

„1. Zanim konsument zostanie związany umową inną niż umowa zawierana na odległość lub umowa zawierana poza lokalem przedsiębiorstwa, lub jakąkolwiek ofertą w tym zakresie, przedsiębiorca w jasny i zrozumiały sposób udziela konsumentowi następujących informacji, jeżeli nie wynikają one już z okoliczności:

[...]

- b) dane identyfikujące przedsiębiorcę, na przykład firma przedsiębiorcy, pełny adres pocztowy, pod którym przedsiębiorca prowadzi przedsiębiorstwo, oraz numer telefonu przedsiębiorcy;

[...]

4. Państwa członkowskie mogą przyjąć lub utrzymać w mocy dodatkowe wymogi w zakresie informacji przed zawarciem umowy w przypadku umów, do których ma zastosowanie niniejszy artykuł”.

- 9 Rozdział III dyrektywy 2011/83, zatytułowany »Informacje dla konsumentów oraz prawo do odstąpienia od umów zawieranych na odległość i umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa«, obejmuje art. 6–16.

- 10 Artykuł 6 tejże dyrektywy, zatytułowany „Wymogi informacyjne dotyczące umów zawieranych na odległość i umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa”, stanowi:

„1. Zanim konsument zostanie związany umową zawieraną na odległość lub umową zawieraną poza lokalem przedsiębiorstwa, lub jakąkolwiek ofertą w tym zakresie, przedsiębiorca w jasny i zrozumiały sposób udziela konsumentowi następujących informacji:

[...]

- c) pełny adres pocztowy, pod którym przedsiębiorca prowadzi przedsiębiorstwo, numer telefonu i faksu przedsiębiorcy oraz jego adres e-mail, o ile jest dostępny, aby umożliwić konsumentowi szybkie skontaktowanie się z przedsiębiorcą i skuteczne porozumiewanie się z nim oraz, w przypadku gdy ma to zastosowanie, pełny adres pocztowy i dane identyfikujące przedsiębiorcę, w imieniu którego działa;

[...]

4. Informacje, o których mowa w ust. 1 lit. h), i) oraz j), można dostarczyć przy użyciu wzoru pouczenia o odstąpieniu od umowy znajdującego się w załączniku I część A. Przedsiębiorca spełnił wymogi informacyjne określone w ust. 1 lit. h), i) oraz j), jeśli dostarczył konsumentowi to pouczenie, odpowiednio wypełnione.

5. Informacje, o których mowa w ust. 1, tworzą integralną część umowy zawieranej na odległość lub umowy zawieranej poza lokalem przedsiębiorstwa i nie mogą być zmieniane, chyba że umawiające się strony wyraźnie postanowią inaczej.

[...]

8. Wymogi informacyjne określone w niniejszej dyrektywie stanowią uzupełnienie wymogów informacyjnych zawartych w dyrektywie [2006/123] oraz dyrektywie [2000/31] i nie uniemożliwiają państwom członkowskim nakładania dodatkowych wymogów informacyjnych zgodnie z tymi dyrektywami.

Bez uszczerbku dla akapitu pierwszego, jeżeli przepis dyrektywy [2006/123] lub dyrektywy [2000/31] dotyczący treści informacji i sposobu ich przekazywania koliduje z przepisem niniejszej dyrektywy, pierwszeństwo ma przepis niniejszej dyrektywy.

[...]”.

- 11 Artykuł 21 dyrektywy 2011/83, zatytułowany „Porozumiewanie się z wykorzystaniem telefonu”, w swym akapicie pierwszym przewiduje:

„Państwa członkowskie zapewniają, aby w przypadku gdy przedsiębiorca posiada linię telefoniczną przeznaczoną do telefonicznego kontaktowania się z nim w sprawie zawartej umowy, konsument – kontaktując się z przedsiębiorcą – nie był zobowiązany do płacenia taryfy wyższej niż taryfa podstawowa”.

- 12 Załącznik I do tejże dyrektywy, zatytułowany „Informacje dotyczące korzystania z prawa do odstąpienia od umowy”, zawiera część A, zatytułowaną „Wzór pouczenia o odstąpieniu od umowy”, oraz część B, zatytułowaną „Wzór formularza odstąpienia od umowy”.

- 13 Część A tego załącznika zawiera w szczególności wskazówki, które przedsiębiorca powinien stosować w celu przekazania konsumentowi pouczenia dotyczących jego prawa odstąpienia od umowy, a w szczególności następującą wskazówkę:

„Proszę wpisać Państwa nazwę/nazwisko, pełny adres pocztowy oraz, o ile są dostępne, Państwa numer telefonu, numer faksu i adres e-mail:”.

- 14 Część B tego załącznika zawiera rubrykę o następującej treści:

„Adresat [w tym miejscu przedsiębiorca powinien wpisać nazwę przedsiębiorcy, pełny adres pocztowy oraz, o ile są dostępne, numer faksu i adres e-mail:]”.

Prawo niemieckie

- 15 Paragraf 312d ust. 1 Bürgerliches Gesetzbuch (kodeksu cywilnego), zatytułowany „Wymogi informacyjne”, stanowi:

„W przypadku umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa i umów zawieranych na odległość przedsiębiorca jest zobowiązany do udzielenia konsumentowi informacji zgodnie z postanowieniami § 246a Einführungsgesetz zum Bürgerlichen Gesetzbuch [(niemieckiej ustawy wprowadzającej kodeks cywilny, zwanej dalej „EGBGB”)]. O ile strony umowy nie postanowiły wyraźnie inaczej, informacje, których przedsiębiorca udziela w ramach realizacji tego obowiązku, stają się częścią umowy”.

- 16 Paragraf 246a EGBGB, zatytułowany „Wymogi informacyjne dotyczące umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa i umów zawieranych na odległość, z wyłączeniem umów o usługi finansowe”, stanowi w ust. 1 akapit pierwszy pkt 2:

„Na podstawie § 312d ust. 1 [kodeksu cywilnego] przedsiębiorca jest zobowiązany do przekazania konsumentowi:

[...]

2. danych identyfikujących przedsiębiorcę, na przykład firmy przedsiębiorcy, pełnego adresu pocztowego, pod którym przedsiębiorca prowadzi przedsiębiorstwo, numeru telefonu oraz, o ile jest dostępny, numeru faksu i adresu e-mail, oraz, w przypadku gdy ma to zastosowanie, pełnego adresu pocztowego i danych identyfikujących przedsiębiorcę, w imieniu którego działa”.

Postępowanie główne i pytania prejudycjalne

- 17 W ramach swej działalności Amazon EU prowadzi w szczególności stronę internetową www.amazon.de, oferującą sprzedaż różnych towarów za pośrednictwem internetu.
- 18 Dokonując zamówienia na tej stronie internetowej, w sierpniu 2014 r. konsument, przed sfinalizowaniem swego zamówienia, miał możliwość kliknięcia na elektroniczny link o nazwie „Kontakt”. Konsument był następnie kierowany na stronę internetową, na której pod nagłówkiem „Kontakt” zawarte było pytanie „Jak pragnie Pan/Pani skontaktować się z nami?”, gdzie miał on możliwość wyboru jednej z trzech opcji, to znaczy wysłania wiadomości za pomocą poczty elektronicznej, nawiązania rozmowy telefonicznej lub nawiązania rozmowy w internecie poprzez wymianę wiadomości tekstowych („czat”). Strona ta nie podawała natomiast żadnego numeru faksu. Jeżeli konsument wybrał opcję kontaktu telefonicznego, kierowany był na inną stronę internetową, na której miał możliwość podania swojego numeru telefonu i skorzystania z systemu oddzwaniania. Na

teższej stronie zawarta było ponadto wzmianka: „Jeżeli Państwo wolą, mogą Państwo zadzwonić również pod nasz ogólny numer pomocy”. Link „ogólny numer pomocy” otwierał stronę z numerami telefonów Amazon EU i zawierał następujący tekst:

„Ogólny numer pomocy

Uwaga: Zalecamy zamiast tego użycie funkcji »Zadzwoń teraz«, aby otrzymać szybkie wsparcie. Możemy Państwu pomóc natychmiast na podstawie przekazanych już przez Państwa informacji.

Jeżeli wolą Państwo zadzwonić pod ogólny numer pomocy, prosimy mieć na względzie, że muszą Państwo udzielić odpowiedzi na kilka pytań w celu weryfikacji Państwa tożsamości.

Jeżeli chcą się Państwo skontaktować z nami w zwykły sposób, jesteśmy dostępni również pod następującymi numerami: [...]”.

- 19 Pod nagłówkiem „Impressum”, który można znaleźć na stronie internetowej www.amazon.de, konsument, klikając na ikonę „Skontaktujcie się Państwo z nami”, uzyskiwał dostęp do strony umożliwiającej mu wybór opcji oddzwonienia do niego.
- 20 Federacja stowarzyszeń konsumenckich uznała, że Amazon EU nie przestrzega ciążącego na nim obowiązku prawnego polegającego na zapewnieniu konsumentowi skutecznych środków nawiązania z nim kontaktu, ponieważ nie informował konsumentów w sposób wymagany prawem o swoich numerach telefonu i faksu. Ponadto federacja stowarzyszeń konsumenckich uznała, że Amazon EU nie wskazywał numeru telefonu w jasnej i zrozumiałej formie oraz że usługa oddzwaniania nie spełniała wymogów informacyjnych, ponieważ konsument musiał pokonać szereg etapów w celu nawiązania kontaktu z osobą reprezentującą tę spółkę.
- 21 Federacja stowarzyszeń konsumenckich wniosła do Landgericht Köln (sądu krajowego w Kolonii, Niemcy) powództwo o zaprzestanie przez Amazon EU praktyk w zakresie wyświetlania informacji zawartych na jego stronie internetowej.
- 22 Ponieważ wyrokiem z dnia 13 października 2015 r. sąd ten oddalił powództwo o zaprzestanie, federacja stowarzyszeń konsumenckich wniosła odwołanie do Oberlandesgericht Köln (wyższego sądu krajowego w Kolonii, Niemcy).
- 23 Wyrokiem z dnia 8 lipca 2016 r. Oberlandesgericht Köln (wyższy sąd krajowy w Kolonii) oddalił odwołanie federacji stowarzyszeń konsumenckich. W uzasadnieniu sąd ten uznał, że Amazon EU spełnia wymogi w zakresie informacji przed zawarciem umowy, oferując konsumentowi wystarczające możliwości porozumiewania się w postaci systemu oddzwaniania oraz opcji skontaktowania się z nim z wykorzystaniem czatu lub poczty elektronicznej.
- 24 W tych okolicznościach federacja stowarzyszeń konsumenckich wniosła skargę rewizyjną do sądu odsyłającego, Bundesgerichtshof (federalnego trybunału sprawiedliwości, Niemcy).
- 25 Sąd odsyłający uważa, że w celu rozstrzygnięcia zawisłego przed nim sporu należy w szczególności sprecyzować zakres wyrażenia „lorsqu’ils sont disponibles”, „gegebenfalls” lub „where available”, użytego w art. 6 ust. 1 lit. c) dyrektywy 2011/83, odpowiednio we francuskiej, niemieckiej i angielskiej wersji językowej tego przepisu.
- 26 W tym względzie z wytycznych Komisji Europejskiej opublikowanych w czerwcu 2014 r. dotyczących dyrektywy 2011/83 wynika, że wspomniane wyrażenie stosuje się do trzech technik porozumiewania się na odległość, o których mowa w art. 6 ust. 1 lit. c) tej dyrektywy, czyli telefonu, faksu i poczty elektronicznej.

- 27 W związku z tym zdaniem sądu odsyłającego informacje, które ma dostarczyć przedsiębiorca, powinny dotyczyć jedynie istniejących już w ramach jego przedsiębiorstwa środków komunikacji. Przedsiębiorca nie jest natomiast zobowiązany do założenia nowej linii telefonicznej lub numeru faksu tudzież utworzenia nowego adresu e-mail, jeżeli zdecyduje się on również na zawieranie umów na odległość.
- 28 Wynika stąd pytanie, czy przedsiębiorca, który dysponując środkami komunikacji takimi jak telefon, faks lub adres poczty elektronicznej, wykorzystuje je jednak wyłącznie do porozumiewania się z innymi przedsiębiorcami lub z organami publicznymi, jest zobowiązany na mocy art. 6 ust. 1 lit. c) dyrektywy 2011/83 do przekazania informacji o tych środkach komunikacji również w ramach umów zawieranych z konsumentami na odległość.
- 29 Gdyby taki obowiązek na nim ciążył, przedsiębiorca rozpoczynający nową działalność polegającą na zawieraniu umów konsumenckich na odległość byłby zmuszony do zmiany organizacji swojego przedsiębiorstwa i zatrudnienia nowych pracowników, co mogłoby naruszać jego swobodę przedsiębiorczości, ustanowioną w art. 16 i art. 17 ust. 1 Karty praw podstawowych Unii Europejskiej (zwanej dalej „kartą”).
- 30 Ponadto taka wykładnia byłaby sprzeczna z celem dyrektywy 2011/83, wskazanym w jej motywie 4, polegającym na ustanowieniu właściwej równowagi między wysokim poziomem ochrony konsumentów a konkurencyjnością przedsiębiorstw.
- 31 W tych okolicznościach Bundesgerichtshof (federalny trybunał sprawiedliwości) postanowił zawiesić postępowanie i zwrócić się do Trybunału z następującymi pytaniami prejudycjalnymi:
- „1) Czy państwa członkowskie mogą przewidzieć przepis, który, tak jak przepis [§ 246a ust. 1 akapit pierwszy] pkt 2 EGBGB, zobowiązuje przedsiębiorcę do udostępniania konsumentowi [nie tylko o ile jest dostępny, lecz] stale swojego numeru telefonu w ramach zawierania umów na odległość przed złożeniem przez niego oświadczenia o zawarciu umowy?
- 2) Czy użyte w [niemieckiej wersji językowej] art. 6 ust. 1 lit. c) dyrektywy [2011/83] wyrażenie »gegebenenfalls« (»o ile jest dostępny«) [oraz odpowiednio we francuskiej wersji językowej »lorsqu’ils sont disponibles«] oznacza, że dany przedsiębiorca musi informować tylko o rzeczywiście istniejących w jego przedsiębiorstwie środkach porozumiewania się, a więc nie jest zobowiązany do założenia nowego numeru telefonu lub faksu lub adresu e-mail, jeżeli zdecyduje się na zawieranie również umów na odległość w swoim przedsiębiorstwie?
- 3) W razie udzielenia na pytanie drugie odpowiedzi twierdzącej:
- Czy wymienione w [niemieckiej wersji językowej] art. 6 ust. 1 lit. c) [tej] dyrektywy [...] wyrażenie »gegebenenfalls« (»o ile jest dostępny«) [oraz odpowiednio we francuskiej wersji językowej »lorsqu’ils sont disponibles«] oznacza, że w danym przedsiębiorstwie istnieją już tylko takie środki porozumiewania się, które są rzeczywiście wykorzystywane przez przedsiębiorcę w każdym razie również do kontaktowania się z konsumentami w ramach zawierania umów na odległość, czy też istnieją w przedsiębiorstwie również takie środki porozumiewania się, które są dotychczas wykorzystywane przez przedsiębiorcę wyłącznie do innych celów, takich jak przykładowo porozumiewanie się z podmiotami gospodarczymi lub organami władzy?
- 4) Czy dokonane w art. 6 ust. 1 lit. c) [wskazanej] dyrektywy [...] wyliczenie środków porozumiewania się w postaci numeru telefonu i faksu oraz adresu e-mail jest wyczerpujące, czy też przedsiębiorca może wykorzystywać również inne, tam niewymienione środki porozumiewania się, takie jak czaty internetowe lub telefoniczny system oddzwaniania, jeżeli w ten sposób zapewnione jest szybkie kontaktowanie się i skuteczne porozumiewanie się?

- 5) Czy przy stosowaniu wymogu przejrzystości ustanowionego w art. 6 ust. 1 [tej] dyrektywy [...], zgodnie z którym przedsiębiorca w jasny i zrozumiały sposób udziela konsumentowi informacji o środkach porozumiewania się wymienionych w art. 6 ust. 1 lit. c) [...] dyrektywy [2011/83], ma znaczenie, by informacja ta była udzielana szybko i skutecznie?”.

W przedmiocie pytań prejudycjalnych

- 32 Poprzez swoje pytania, które należy rozpatrzyć łącznie, sąd odsyłający dąży w istocie do ustalenia, czy art. 6 ust. 1 lit. c) dyrektywy 2011/83 należy interpretować w ten sposób, że stoi on na przeszkodzie uregulowaniu krajowemu, takiemu jak będące przedmiotem postępowania głównego, które zobowiązuje przedsiębiorcę przed zawarciem z konsumentem umowy na odległość lub umowy poza lokalem przedsiębiorstwa, o której mowa w art. 2 pkt 7 i 8 tej dyrektywy, do podania bez względu na okoliczności swojego numeru telefonu oraz czy tenże przepis dyrektywy zobowiązuje przedsiębiorcę do założenia linii telefonicznej lub numeru faksu lub utworzenia nowego adresu poczty elektronicznej, aby umożliwić konsumentom skontaktowanie się z nim. Sąd odsyłający zmierza również do ustalenia, czy przedsiębiorca ten może, w okolicznościach takich jak będące przedmiotem postępowania głównego, skorzystać ze środków komunikacji niewymienionych w tym pierwszym przepisie, takich jak wymiana wiadomości tekstowych (czat) lub system oddzwaniania.
- 33 Na wstępie należy przypomnieć, że zgodnie z art. 6 ust. 1 lit. c) dyrektywy 2011/83, zanim konsument zostanie związany umową zawieraną na odległość lub umową zawieraną poza lokalem przedsiębiorstwa lub jakąkolwiek ofertą w tym zakresie, przedsiębiorca w jasny i zrozumiały sposób udziela konsumentowi informacji zawierających pełen adres pocztowy, pod którym przedsiębiorca prowadzi przedsiębiorstwo, numer telefonu i faksu przedsiębiorcy oraz jego adres e-mail, o ile jest dostępny, aby umożliwić konsumentowi szybkie skontaktowanie się z przedsiębiorcą i skuteczne porozumiewanie się z nim oraz, w wypadku gdy ma to zastosowanie, pełny adres pocztowy i dane identyfikujące przedsiębiorcę, w imieniu którego działa.
- 34 Jak wynika w szczególności z wniosku o wydanie orzeczenia w trybie prejudycjalnym, a także z uwag przedstawionych przez strony w postępowaniu głównym oraz pozostałych uczestników niniejszego postępowania, możliwe są dwie wykładnie art. 6 ust. 1 lit. c) dyrektywy 2011/83. Z jednej strony, przepis ten można by interpretować w ten sposób, że nakłada on na przedsiębiorcę obowiązek przekazania konsumentowi swojego numeru telefonu i numeru faksu przy założeniu, że przedsiębiorca dysponuje takimi numerami. Z drugiej strony, przepis ten nakładałby na przedsiębiorcę taki obowiązek tylko wówczas, gdyby ten ostatni używał telefonu lub faksu w swoich kontaktach z konsumentami.
- 35 Należy stwierdzić, że brzmienie tego przepisu, a w szczególności zawarte w nim wyrażenie „o ile jest dostępny”, nie pozwala samo w sobie na określenie dokładnego zakresu tego przepisu.
- 36 Analiza poszczególnych wersji językowych art. 6 ust. 1 lit. c) dyrektywy 2011/83 nie pozwala na rozstrzygnięcie tej kwestii. O ile bowiem większość tych wersji językowych, w szczególności wersja angielska („where available”), francuska („lorsqu’ils sont disponibles”), włoska („ove disponibili”), niderlandzka („indien beschikbaar”), polska („o ile jest dostępny”) oraz fińska („jos nämä ovat käytettävissä”) pozwalają przyjąć, że nałożony na mocy tego przepisu na przedsiębiorcę obowiązek poinformowania konsumenta o jego numerach telefonu i faksu ma zastosowanie jedynie wówczas, gdy ów przedsiębiorca dysponuje takimi środkami komunikacji, o tyle jednak niektóre inne wersje językowe tego przepisu, w szczególności wersje w języku hiszpańskim („cuando proceda”) i niemieckim („gegebenenfalls”), nie pozwalają na ustalenie, w jakich okolicznościach obowiązek ten nie ma zastosowania.

- 37 W związku z tym należy dokonać wykładni tego przepisu z uwzględnieniem jego kontekstu oraz celów regulacji, której część stanowi (zob. analogicznie wyroki: z dnia 24 stycznia 2019 r., Balandin i in., C-477/17, EU:C:2019:60, pkt 31; a także z dnia 26 lutego 2019 r., Rimšēvičs i EBC/Lotwa, C-202/18 i C-238/18, EU:C:2019:139, pkt 45).
- 38 Jeśli chodzi, po pierwsze, o kontekst, w jaki wpisuje się art. 6 ust. 1 lit. c) dyrektywy 2011/83, i ogólną systematykę tej dyrektywy należy stwierdzić, że przepis ten wprowadza wymóg dotyczący udzielenia informacji przed zawarciem umowy w odniesieniu do umów zawieranych na odległość i umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa, o których mowa w art. 2 pkt 7 i 8 tejże dyrektywy.
- 39 Co się tyczy, po drugie, celu dyrektywy 2011/83, jak wynika z jej art. 1 w związku z jej motywami 4, 5 i 7, dyrektywa ta ma na celu zapewnienie wysokiego poziomu ochrony konsumentów poprzez zagwarantowanie im dostępu do informacji i ochrony w obrocie z przedsiębiorcami. Ponadto ochrona konsumentów w ramach polityki Unii została przewidziana w art. 169 TFUE i w art. 38 karty.
- 40 Dyrektywa 2011/83 ma na celu zapewnienie konsumentom szerokiej ochrony poprzez przyznanie im pewnych praw w szczególności w zakresie umów zawieranych na odległość i umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa (zob. podobnie wyrok z dnia 23 stycznia 2019 r., Walbusch Walter Busch, C-430/17, EU:C:2019:47, pkt 35).
- 41 W szczególności należy stwierdzić, że zapewnienie konsumentowi możliwości szybkiego skontaktowania się z przedsiębiorcą i skutecznego porozumiewania się z nim, jak przewiduje art. 6 ust. 1 lit. c) dyrektywy 2011/83, ma zasadnicze znaczenie dla poszanowania praw konsumenta i skutecznego korzystania z nich, a w szczególności prawa odstąpienia od umowy, którego zasady i warunki wykonania zostały określone w art. 9–16 tej dyrektywy.
- 42 Stanowi to zresztą powód, dla którego część A załącznika I do dyrektywy 2011/83, zatytułowana „Wzór pouczenia o odstąpieniu od umowy”, powtórzona wycinkowo w części B tegoż załącznika, zatytułowanej „Wzór z formularza odstąpienia od umowy”, wymienia adres pocztowy przedsiębiorcy i, o ile są dostępne, jego numer telefonu, faksu oraz adres e-mail.
- 43 W związku z tym art. 6 ust. 1 dyrektywy 2011/83 ma na celu zapewnienie konsumentowi przed zawarciem umowy zarówno informacji o warunkach umowy i konsekwencjach jej zawarcia, które mają mu umożliwić podjęcie decyzji, czy zamierza związać się umową z przedsiębiorcą (zob. podobnie wyrok z dnia 23 stycznia 2019 r., Walbusch Walter Busch, C-430/17, EU:C:2019:47, pkt 36), jak i informacji koniecznych do należytego wykonania tej umowy, a w szczególności w odniesieniu do wykonywania praw konsumenta, w tym jego prawa odstąpienia od umowy (zob. analogicznie wyrok z dnia 5 lipca 2012 r., Content Services, C-49/11, EU:C:2012:419, pkt 34).
- 44 W tym względzie, o ile prawdą jest, że możliwość szybkiego skontaktowania się przez konsumenta z przedsiębiorcą i skutecznego porozumiewania się z nim, jak przewiduje art. 6 ust. 1 lit. c) dyrektywy 2011/83, ma zasadnicze znaczenie dla ochrony praw konsumenta, co zostało przypomniane w pkt 41 niniejszego wyroku, o tyle jednak przy dokonywaniu wykładni tego przepisu należy zapewnić odpowiednią równowagę między wysokim poziomem ochrony konsumentów a konkurencyjnością przedsiębiorstw, zgodnie z treścią motywu 4 tej dyrektywy, nie podważając przy tym wolności prowadzenia działalności gospodarczej przez przedsiębiorcę, ustanowionej w art. 16 karty (zob. analogicznie wyrok z dnia 23 stycznia 2019 r., Walbusch Walter Busch, C-430/17, EU:C:2019:47, pkt 41, 42).
- 45 W tym kontekście należy stwierdzić, że przyjmując przepisy dyrektywy 2011/83, a w szczególności jej art. 6 ust. 1 lit. c), prawodawca Unii uznał, jak stanowi motyw 34 tej dyrektywy, że przedsiębiorca, przedstawiając informacje poprzedzające zawarcie umowy, powinien wziąć pod uwagę specyficzne

potrzeby szczególnie wrażliwych konsumentów, z uwagi na ich niepełnosprawność umysłową, fizyczną lub psychiczną, wiek lub łatwowierność, w sposób, który powinien być, racjonalnie oczekując, przewidzieć.

- 46 Wynika stąd, że o ile art. 6 ust. 1 lit. c) dyrektywy 2011/83 nie określa dokładnego charakteru środka komunikacji, jaki powinien zostać udostępniony przez przedsiębiorcę, o tyle przepis ten zobowiązuje bezwzględnie przedsiębiorcę do udostępnienia każdemu konsumentowi środka komunikacji umożliwiającego mu szybkie skontaktowanie się z przedsiębiorcą i skuteczne porozumiewanie się z nim.
- 47 Do sądu odsyłającego należy ocena, czy z uwagi na ogół okoliczności, w jakich konsument nawiązuje kontakt z przedsiębiorcą za pośrednictwem strony internetowej, a w szczególności prezentację i funkcjonalność tej strony, środki komunikacji udostępnione temu konsumentowi przez tego przedsiębiorcę umożliwiają konsumentowi szybkie skontaktowanie się z przedsiębiorcą i skuteczne porozumiewanie się z nim, zgodnie z art. 6 ust. 1 lit. c) dyrektywy 2011/83.
- 48 Ponadto bezwarunkowy obowiązek udostępnienia konsumentowi, bez względu na okoliczności, numeru telefonu, względnie założenia linii telefonicznej lub numeru faksu lub utworzenia nowego adresu poczty elektronicznej, aby umożliwić konsumentom skontaktowanie się z przedsiębiorcą, wydaje się nieproporcjonalny, w szczególności w gospodarczym kontekście funkcjonowania niektórych przedsiębiorstw, zwłaszcza tych najmniejszych, które mogą dążyć do obniżenia kosztów funkcjonowania poprzez organizowanie sprzedaży lub świadczenie usług na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa.
- 49 Co więcej, art. 5 ust. 1 lit. b) dyrektywy 2011/83, dotyczący wymogów informacyjnych po stronie przedsiębiorcy w kontekście zawierania umów innych niż umowy zawierane na odległość lub umowy zawierane poza lokalem przedsiębiorstwa, przewiduje w sposób jednoznaczny, że przedsiębiorca zobowiązany jest udzielić konsumentowi, zanim zostanie on związany taką umową lub jakąkolwiek ofertą w tym zakresie, „w jasny i zrozumiały sposób następujących informacji, jeżeli nie wynikają one już z okoliczności: [...] dane identyfikujące przedsiębiorcę, na przykład firma przedsiębiorcy, pełny adres pocztowy, pod którym przedsiębiorca prowadzi przedsiębiorstwo, oraz numer telefonu przedsiębiorcy”. Wynika stąd, że gdyby zamiarem prawodawcy Unii było nałożenie na mocy art. 6 ust. 1 lit. c) tej dyrektywy na przedsiębiorcę obowiązku podania jego numeru telefonu, w takim samym zakresie jak zakres obowiązku, który w sposób jednoznaczny spoczywa na tym przedsiębiorcy na podstawie art. 5 ust. 1 lit. b) wspomnianej dyrektywy, wydaje się prawdopodobne, że prawodawca ten posłużyłby się takim samym sformułowaniem.
- 50 Wreszcie, jak zauważył rzecznik generalny w pkt 76 opinii, art. 21 dyrektywy 2011/83, który wymaga, aby państwa członkowskie nie zezwoliły przedsiębiorcy, w wypadku gdy posiada on linię telefoniczną przeznaczoną do telefonicznego kontaktowania się z nim przez konsumenta, na naliczanie wyższych stawek niż stawka podstawowa, w sytuacji gdy konsument kontaktuje się z nim w przedmiocie zawartej umowy, również przemawia za wykładnią art. 6 ust. 1 lit. c) dyrektywy 2011/83, zgodnie z którą wykorzystanie przez przedsiębiorcę telefonu jako środka komunikacji z konsumentem w umowach zawieranych na odległość nie jest wymagane także w kontekście poprzedzającym zawarcie umowy.
- 51 Mając na uwadze powyższe rozważania, wyrażenie „o ile jest dostępny”, użyte w art. 6 ust. 1 lit. c) dyrektywy 2011/83 należy interpretować w ten sposób, że dotyczy ono wypadków, w których przedsiębiorca posiada numer telefonu lub faksu oraz nie używa ich wyłącznie do celów innych niż kontakt z konsumentami. Natomiast przepis ten nie nakłada na przedsiębiorcę obowiązku podania konsumentowi tego numeru telefonu czy wręcz założenia linii telefonicznej lub numeru faksu lub utworzenia nowego adresu poczty elektronicznej, aby umożliwić konsumentom skontaktowanie się z nim.

- 52 Ponadto należy stwierdzić, że przepis ten nie stoi na przeszkodzie temu, aby przedsiębiorca udostępnił inne środki komunikacji niż komunikacja przez telefon, za pośrednictwem faksu lub poczty elektronicznej w celu spełnienia wymogów bezpośredniego i skutecznego porozumiewania się, takie jak w szczególności formularz on-line, za pomocą którego konsumenci mogą zwrócić się na stronie internetowej do przedsiębiorców i za pośrednictwem którego otrzymują oni odpowiedź pisemną lub mogą szybko uzyskać kontakt telefoniczny poprzez oddzwonienie. Nie stoi on w szczególności na przeszkodzie temu, aby przedsiębiorca oferujący towary lub usługi on-line i dysponujący numerem telefonu dostępnym po kilku kliknięciach, zachęcał do korzystania przez konsumenta z innych środków komunikacji, które nie są wymienione w tym przepisie, takich jak wymiana wiadomości elektronicznych (czat) lub system oddzwaniania, aby umożliwić konsumentowi szybkie skontaktowanie się z nim i skuteczne z nim porozumiewanie, pod warunkiem że informacje, które ma obowiązek przekazać przedsiębiorca na podstawie art. 6 ust. 1 lit. c) dyrektywy 2011/83, a w szczególności wspomniany numer telefonu, są dostępne w jasnej i zrozumiałej formie, czego ocena należy do sądu odsyłającego. W tej ostatniej kwestii fakt, że numer telefonu jest dostępny wyłącznie po serii kliknięć, nie oznacza sam w sobie, że użyta forma nie jest jasna i zrozumiała, w sytuacji takiej jak ta będąca przedmiotem sporu rozstrzyganego w postępowaniu głównym, która dotyczy przedsiębiorcy oferującego sprzedaż on-line różnych towarów wyłącznie za pośrednictwem strony internetowej.
- 53 Biorąc pod uwagę całość powyższych rozważań, na przedłożone pytania należy udzielić następującej odpowiedzi:
- artykuł 6 ust. 1 lit. c) dyrektywy 2011/83 należy interpretować, po pierwsze, w ten sposób, że stoi on na przeszkodzie uregulowaniu krajowemu, takiemu jak będące przedmiotem postępowania głównego, które zobowiązuje przedsiębiorcę przed zawarciem z konsumentem umowy na odległość lub umowy poza lokalem przedsiębiorstwa, o której mowa w art. 2 pkt 7 i 8 tej dyrektywy, do podania bez względu na okoliczności swojego numeru telefonu. Po drugie, wspomniany przepis nie nakłada na przedsiębiorcę obowiązku założenia linii telefonicznej lub numeru faksu czy też utworzenia nowego adresu poczty elektronicznej, aby umożliwić konsumentom skontaktowanie się z nim, oraz zobowiązuje przedsiębiorcę do podania tego numeru telefonu lub faksu lub adresu poczty elektronicznej wyłącznie w wypadkach, w których przedsiębiorca ten dysponuje już takimi środkami komunikacji z konsumentami;
 - artykuł 6 ust. 1 lit. c) dyrektywy 2011/83 należy interpretować w ten sposób, że o ile przepis ten nakłada na przedsiębiorcę obowiązek udostępnienia konsumentowi środka komunikacji, spełniającego wymogi bezpośredniego i skutecznego porozumiewania się, o tyle nie sprzeciwia się on temu, aby przedsiębiorca ten udostępnił środki komunikacji inne niż te wymienione w tymże przepisie w celu spełnienia tych wymogów.

W przedmiocie kosztów

- 54 Dla stron w postępowaniu głównym niniejsze postępowanie ma charakter incydentalny, dotyczy bowiem kwestii podniesionej przed sądem odsyłającym, do niego zatem należy rozstrzygnięcie o kosztach. Koszty poniesione w związku z przedstawieniem uwag Trybunałowi, inne niż koszty stron w postępowaniu głównym, nie podlegają zwrotowi.

Z powyższych względów Trybunał (pierwsza izba) orzeka, co następuje:

Artykuł 6 ust. 1 lit. c) dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE z dnia 25 października 2011 r. w sprawie praw konsumentów, zmieniającej dyrektywę Rady 93/13/EWG i dyrektywę 1999/44/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz uchylającej dyrektywę Rady 85/577/EWG i dyrektywę 97/7/WE Parlamentu Europejskiego i Rady należy interpretować, po pierwsze, w ten sposób, że stoi on na przeszkodzie uregulowaniu krajowemu, takiemu jak będące przedmiotem postępowania głównego, które zobowiązuje przedsiębiorcę przed zawarciem

z konsumentem umowy na odległość lub umowy poza lokalem przedsiębiorstwa, o której mowa w art. 2 pkt 7 i 8 tej dyrektywy, do podania bez względu na okoliczności swojego numeru telefonu. Po drugie, wspomniany przepis nie nakłada na przedsiębiorcę obowiązku założenia linii telefonicznej lub numeru faksu czy też utworzenia nowego adresu poczty elektronicznej, aby umożliwić konsumentom skontaktowanie się z nim, oraz zobowiązuje przedsiębiorcę do podania tego numeru telefonu lub faksu lub adresu poczty elektronicznej wyłącznie w wypadkach, w których przedsiębiorca ten dysponuje już takimi środkami komunikacji z konsumentami.

Artykuł 6 ust. 1 lit. c) dyrektywy 2011/83 należy interpretować w ten sposób, że o ile przepis ten nakłada na przedsiębiorcę obowiązek udostępnienia konsumentowi środka komunikacji, spełniającego wymogi bezpośredniego i skutecznego porozumiewania się, o tyle nie sprzeciwia się on temu, aby przedsiębiorca ten udostępnił środki komunikacji inne niż te wymienione w tymże przepisie w celu spełnienia tych wymogów.

Podpisy