Zbierka súdnych rozhodnutí

NÁVRHY GENERÁLNEHO ADVOKÁTA
GIOVANNI PITRUZZELLA
prednesené 28. februára 2019 [1]

**Vec C-649/17**

**Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände – Verbraucherzentrale Bundesverband e.V.**
**proti**
**Amazon EU Sàrl**

[návrh na začatie prejudiciálneho konania, ktorý podal Bundesgerichtshof (Spolkový súdny dvor, Nemecko)]

„Návrh na začatie prejudiciálneho konania – Ochrana spotrebiteľov – Smernica 2011/83/EÚ – Požiadavky na informácie v prípade zmlúv uzavretých na diaľku a zmlúv uzavretých mimo prevádzkových priestorov – Informácie o komunikačných prostriedkoch, ktoré umožnia spotrebiteľovi rýchlo nadviazať kontakt s obchodíkom a účinne s ním komunikovať“

1. Stačí na účely účinnej ochrany spotrebiteľa podľa článku 6 ods. 1 písm. c) smernice Európskeho parlamentu a Rady 2011/83/EÚ z 25. októbra 2011 o právach spotrebiteľov [2], že obchodník v čase predchádzajúcom uzavretiu zmluvy na diaľku uvedie spotrebiteľovi jasným a zrozumiteľným spôsobom kontaktné údaje aj iné, než aké sú uvedené v citovanom ustanovení, ktoré sú schopné zabezpečiť rýchlu a účinnú komunikáciu?

2. Toto je v podstate otázka, ktorá je základom prejednávaného sporu, premietnutého do prejudiciálnej otázky, ktorú podal Bundesgerichtshof (Spolkový súdny dvor, Nemecko) rozhodujúci vo veci samej, v ktorej Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände Verbraucherzentrale Bundesverband e.V (nemecká federácia združení na ochranu spotrebiteľov, ďalej len „Bundesverband“) namieta spoločnosti Amazon EU Sàrl (ďalej len „Amazon“) nevhodné prostriedky na nadviazanie kontaktu, ponúknuté spotrebiteľovi v čase predchádzajúcom uzavretiu zmluvy, keďže sa čiastočne líšia od prostriedkov požadovaných vyššie uvedeným ustanovením.

3. V týchto návrhoch uvediem dôvody, na základe ktorých sa domnievam, že obchodníkom v prípade zmlúv uzavretých na diaľku vyplýva z práva Únie povinnosť uvádzať prostriedky na nadviazanie kontaktu, ktoré sú spôsobilé plne zabezpečiť ciele ochrany spotrebiteľov.

4. Tieto ciele možno považovať v plnej miere za dosiahnuté iba prostredníctvom prostriedkov, ktoré umožnia spotrebiteľovi v súlade s osobitosťami uzatváranej zmluvy rýchle a účinné nadviazanie kontaktu s obchodníkom.

1 Jazyk prednesu: taliančina.

2 Smernica Európskeho parlamentu a Rady 2011/83/EÚ z 25. októbra 2011 o právach spotrebiteľov, ktorou sa mení a dopĺňa smernica Rady 93/13/EHS a smernica Európskeho parlamentu a Rady 1999/44/ES a ktorou sa zrušuje smernica Rady 85/577/EHS a smernica Európskeho parlamentu a Rady 97/7/ES (Ú. v. EÚ L 304, 2011, s. 64).

## I. Právny rámec

### *A. Právo Únie*

5. Článok 5 smernice 2011/83 s názvom „Požiadavky na informácie v prípade iných zmlúv, než sú zmluvy uzavreté na diaľku alebo zmluvy uzavreté mimo prevádzkových priestorov“ stanovuje:

„1. Predtým, ako sa zmluva, iná než je zmluva uzavretá na diaľku alebo zmluva uzavretá mimo prevádzkových priestorov, či akákoľvek zodpovedajúca ponuka stane pre spotrebiteľa záväznou, poskytne obchodník spotrebiteľovi jasným a zrozumiteľným spôsobom tieto informácie, ak nie sú už zjavné z kontextu:

…

b) totožnosť obchodníka, napríklad jeho obchodný názov, poštovú adresu, na ktorej má sídlo, a telefónne číslo;

…“

6. Článok 6 smernice 2011/83 s názvom „Požiadavky na informácie v prípade zmlúv uzavretých na diaľku alebo mimo prevádzkových priestorov“ stanovuje:

„1. Predtým, ako sa zmluva uzavretá na diaľku alebo mimo prevádzkových priestorov či akákoľvek zodpovedajúca ponuka stane pre spotrebiteľa záväznou, obchodník mu jasným a zrozumiteľným spôsobom poskytne tieto informácie:

…

c) poštovú adresu, na ktorej má obchodník sídlo, a jeho telefónne číslo, číslo faxu a e-mailovú adresu, ak je [sú – *neoficiálny preklad*] k dispozícii, aby spotrebiteľ mohol rýchlo kontaktovať obchodníka a účinne s ním komunikovať…“

7. Článok 21 smernice 2011/83 s názvom „Telefonická komunikácia“ stanovuje:

„Členské štáty zabezpečia, aby v prípade, ak obchodník prevádzkuje telefónnu linku na účel telefonického kontaktovania obchodníka v súvislosti s uzatvorenou zmluvou, spotrebiteľ pri kontaktovaní obchodníka nebol povinný platiť viac ako základnú sadzbu…“

### *B. Nemecké právo*

8. § 312d ods. 1 Bürgerliches Gesetzbuch (Občiansky zákonník, ďalej len „BGB“) s názvom „Informačné povinnosti“ stanovuje:

„Pri zmluvách uzavretých mimo prevádzkových priestorov a zmluvách uzavretých na diaľku je obchodník povinný informovať spotrebiteľa v súlade s ustanoveniami § 246a Einführungsgesetz zum Bürgerlichen Gesetzbuch [(zákon, ktorým sa zavádza Občiansky zákonník, ďalej len ‚EGBGB‘)]. Údaje poskytnuté obchodníkom v rámci plnenia tejto povinnosti sú neoddeliteľnou súčasťou zmluvy, ak sa účastníci zmluvy výslovne nedohodli inak.“

9. § 246a EGBGB s názvom „Požiadavky na informácie v prípade zmlúv uzavretých mimo prevádzkových priestorov a zmlúv uzavretých na diaľku s výnimkou zmlúv o finančných službách“ v odseku 1 prvom pododseku bode 2 stanovuje:

„Obchodník je povinný podľa § 312d ods. 1 BGB poskytnúť spotrebiteľovi nasledujúce informácie:

…

(2) svoje identifikačné údaje, ako napr. svoje obchodné meno, ako aj adresu, na ktorej má sídlo, svoje telefónne číslo a prípadne svoje číslo faxu a e-mailovú adresu, a prípadne poštovú adresu a totožnosť obchodníka, v mene ktorého koná.“

## II. Skutkový stav vo veci samej a prejudiciálne otázky

10. Bundesverband namieta spoločnosti Amazon, že v rámci prevádzkovania online predajnej platformy si neplní jasným a zrozumiteľným spôsobom informačné povinnosti voči spotrebiteľom, čím porušuje nemeckú právnu úpravu, ktorou bola prebratá smernica 2011/83.

11. Podľa názoru žalobkyne Amazon neposkytuje v čase predchádzajúcom (on-line) predaju na diaľku spotrebiteľom faxové číslo a núti spotrebiteľa, aby vykonal mnohé kroky na stránke vrátane zodpovedania množstva otázok o totožnosti spotrebiteľa, kým sa mu zobrazí telefónne číslo na kontaktovanie telefonického centra (call-center).

12. Týmto spôsobom sa porušuje platná zákonná právna úprava na ochranu spotrebiteľa v Nemecku prijatá na účely prebratia smernice 2011/83, ktorá ukladá obchodníkovi povinnosť uviesť jasným a zrozumiteľným spôsobom okrem poštovej adresy telefónne číslo a prípadne faxové číslo a e-mailovú adresu, aby spotrebiteľ mohol rýchlo nadviazať kontakt a účinne komunikovať s obchodníkom.

13. Podľa žalobkyne systém automatického spätného volania a okamžitý chat, ktoré Amazon tiež ponúka, nestačia na splnenie povinností stanovených zákonom.

14. Po predložení veci na Landgericht Köln (Krajinský súd Kolín, Nemecko), ktorý návrh z 13. októbra 2015 zamietol, Bundesverband podala odvolanie na Oberlandesgericht Köln (Vyšší krajinský súd Kolín, Nemecko).

15. Rozsudkom z 8. júla 2016 súd zamietol odvolanie a potvrdil prvostupňový rozsudok.

16. Bundesverband napokon podala kasačný opravný prostriedok na Bundesgerichtshof (Spolkový súdny dvor).

17. Bundesgerichtshof (Spolkový súdny dvor) rozhodol o predložení návrhu na začatie prejudiciálneho konania na Súdny dvor, keďže mal pochybnosti o súlade nemeckej právnej úpravy, o ktorú ide vo veci samej, ktorá ukladá obchodníkovi povinnosť vždy uviesť svoje telefónne číslo a nielen iba vtedy, ak je k dispozícii, s právom Únie.

18. Z tohto dôvodu Bundesgerichtshof (Spolkový súdny dvor) rozhodol položiť Súdnemu dvoru otázky v súvislosti so správnym výkladom výrazu „ak je k dispozícii“ uvedeného v článku 6 ods. 1 písm. c), ďalej s tým, či výpočet komunikačných prostriedkov uvedený v tomto ustanovení má alebo nemá taxatívny charakter, a ako i v súvislosti s obsahom zásady transparentnosti, ktorú je obchodník povinný dodržiavať.

19. Za týchto okolností Bundesgerichtshof (Spolkový súdny dvor) prerušil konanie a položil Súdnemu dvoru nasledujúce prejudiciálne otázky:

„1. Môžu členské štáty prijať ustanovenie, ktoré – tak ako § 246a ods. 1 prvý pododsek prvá veta bod 2 EGBGB – ukladá obchodníkovi povinnosť, aby v rámci uzavierania zmlúv na diaľku poskytol spotrebiteľovi predtým, ako prejaví svoj súhlas s uzatvorením zmluvy, nielen ak je k dispozícii, ale vždy svoje telefónne číslo?

2. Znamená výraz ‚gegebenenfalls' (ak je k dispozícii) použitý v nemeckej jazykovej verzii článku 6 ods. 1 písm. c) smernice 2011/83/EÚ, že obchodník musí poskytnúť informácie iba prostredníctvom komunikačných prostriedkov, ktoré naozaj existujú v jeho podniku, to znamená, že nie je povinný zriadiť si novú telefónnu alebo faxovú prípojku alebo vytvoriť novú e-mailovú adresu, keď sa rozhodne, že vo svojom podniku bude uzatvárať aj zmluvy na diaľku?

3. V prípade kladnej odpovede na druhú otázku:

Znamená výraz ‚gegebenenfalls' (ak je k dispozícii) použitý v nemeckej jazykovej verzii článku 6 ods. 1 písm. c) smernice 2011/83/EÚ, že ku komunikačným prostriedkom, ktoré v podniku už existujú, patria iba také komunikačné prostriedky, ktoré obchodník v každom prípade naozaj používa na kontakt so spotrebiteľmi v rámci uzatvárania zmlúv na diaľku, alebo sem patria aj také v podniku už existujúce komunikačné prostriedky, ktoré obchodník doposiaľ používal výlučne na iné účely, napríklad na komunikáciu s obchodníkmi alebo úradmi?

4. Je výpočet komunikačných prostriedkov, a to telefón, fax a e-mail, obsiahnutý v článku 6 ods. 1 písm. c) smernice 2011/83/EÚ taxatívny, alebo môže obchodník použiť aj iné komunikačné prostriedky, ktoré tam nie sú uvedené, ako napríklad internetový chat alebo telefonický systém spätného volania, keď sa tým zabezpečí rýchle nadviazanie kontaktu a účinná komunikácia?

5. Je pri použití zásady transparentnosti stanovenej v článku 6 ods. 1 smernice 2011/83/EÚ, podľa ktorej musí obchodník informovať spotrebiteľa jasným a zrozumiteľným spôsobom o komunikačných prostriedkoch uvedených v článku 6 ods. 1 písm. c) smernice 2011/83/EÚ, rozhodujúce rýchle a účinné poskytnutie danej informácie?"

## III. Právne posúdenie

### *1. Povaha a ciele smernice 2011/83*

20. Ako to vyplýva z článku 1[3] a odôvodnenia 4 smernice[4], hlavným cieľom smernice je prispieť k riadnemu fungovaniu vnútorného trhu, aby sa vytvorila správna rovnováha medzi vysokou úrovňou ochrany spotrebiteľa a konkurencieschopnosťou podnikov.

21. Na tieto účely smernica 2011/83 harmonizuje určité aspekty zákonov, iných právnych predpisov a správnych opatrení členských štátov, ktoré sa týkajú zmlúv uzavretých medzi spotrebiteľmi a obchodníkmi.

3 Článok 1 smernice 2011/83 s názvom „Predmet" znie: „Účelom tejto smernice je prispieť prostredníctvom dosiahnutia vysokej úrovne ochrany spotrebiteľa k riadnemu fungovaniu vnútorného trhu aproximáciou určitých aspektov zákonov, iných právnych predpisov a správnych opatrení členských štátov týkajúcich sa zmlúv uzavretých medzi spotrebiteľmi a obchodníkmi."

4 „(4) … Harmonizácia určitých aspektov spotrebiteľských zmlúv uzavretých na diaľku a mimo prevádzkových priestorov je potrebná na podporu skutočného spotrebiteľského vnútorného trhu vytvorením správnej rovnováhy medzi vysokou úrovňou ochrany spotrebiteľa a konkurencieschopnosťou podnikov pri zabezpečení dodržiavania zásady subsidiarity".

22. Smernica odstraňuje prístup minimálnej harmonizácie vzťahujúci sa na predchádzajúce smernice,[5] má za cieľ úplnú harmonizáciu,[6] v dôsledku čoho členské štáty nesmú zaviesť alebo zachovať výnimku, okrem prípadov výslovne uvedených v tejto smernici.[7]

23. Pôsobnosť smernice je veľmi široká, keďže sa uplatňuje, ako je to uvedené v článku 3, „na každú zmluvu uzatvorenú medzi obchodníkom a spotrebiteľom“ a predovšetkým na všetky zmluvy uzatvorené na diaľku a na zmluvy uzatvorené mimo prevádzkových priestorov.

24. Vzhľadom na širokú pôsobnosť smernice sa možno dôvodne domnievať, že pri výklade ustanovení uvedených v smernici je potrebné rozlišovať podľa prostredia, v rámci ktorého obchodník a spotrebiteľ konajú s cieľom uzavrieť zmluvu.

25. Okrem toho odôvodnenie 36, odkazujúc na informačné povinnosti obchodníka stanovuje, že „v prípade zmlúv na diaľku by sa mali požiadavky na informácie upraviť s cieľom zohľadniť technické obmedzenia určitých médií“, zatiaľ čo článok 8 stanovuje, že „v prípade zmlúv uzatvorených na diaľku obchodník poskytne informácie stanovené v článku 6 ods. 1 alebo ich sprístupní spotrebiteľovi spôsobom, ktorý je primeraný použitému prostriedku komunikácie na diaľku“.

26. Tieto ustanovenia jednoznačne vyjadrujú súvislosť medzi spôsobom, akým obchodník komunikuje so spotrebiteľom, a vlastnosťami technického prostriedku použitého na uzatvorenie transakcie.

27. Na základe úvah uvedených v predchádzajúcich bodoch, vlastnosti prostredia, v ktorom prebieha jednanie (bydlisko spotrebiteľa, internet, atď.) a technický prostriedok, pomocou ktorého strany vstupujú do vzťahu (telefón, papierové dokumenty, online platforma), vplývajú na spôsoby, akými obchodník spĺňa požiadavky na informácie.

### *2. Osobitosti zmlúv uzavretých s obchodníkmi, ktorí vykonávajú svoju činnosť iba na internete, a vplyv skutočností uvedených v rozsudku zo 16. októbra 2008 (C-298/07, EU:C:2008:572)*

28. Žalovaná vo veci samej pôsobí cez platformu prevádzkovanú výlučne na internete na účely predaja výrobkov a služieb hromadného trhu.

29. Keď sa spotrebiteľ rozhodne pri nákupe výrobku alebo služby pre obchodníka, ktorý vykonáva svoju činnosť výlučne na internetovej sieti, namiesto „tradičného obchodníka“ vykonávajúceho svoju činnosť v rámci prevádzkových priestorov alebo obchodníka pôsobiaceho cez iné komunikačné kanály (napríklad telefón) sa dostane do kontaktu so systémom, ktorého predpokladom sú určité vedomosti a v rámci ktorého sa vyžadujú určité činnosti, ktoré sa odlišujú od činností vykonávaných pri tradičných distribučných kanáloch.

30. Po prvé nákup na internete predpokladá registráciu na stránke obchodníka, ako aj oznámenie niektorých osobných údajov umožňujúcich identifikáciu a e-mailovej adresy.

31. Na účely uhradenia ceny za tovar alebo službu sa spravidla vyžaduje použitie kreditnej alebo debetnej karty alebo virtuálneho platobného systému.

5 Pozri odôvodnenie 2 smernice 2011/83, podľa ktorého „...v tejto smernici by sa preto mali stanoviť štandardné pravidlá týkajúce sa spoločných aspektov zmlúv na diaľku a zmlúv uzatváraných mimo prevádzkových priestorov, pričom by sa mal odstrániť prístup spočívajúci v minimálnej harmonizácii stanovený v predchádzajúcich smerniciach a súčasne by sa malo umožniť členským štátom, aby v súvislosti s určitými aspektmi ponechali v platnosti alebo prijali vnútroštátne pravidlá“.

6 Pozri odôvodnenia 5 a 7 smernice 2011/83, podľa ktorých „... úplná harmonizácia informácií pre spotrebiteľov a práva na odstúpenie od zmluvy uzatvorenej na diaľku alebo mimo prevádzkových priestorov preto prispeje k vysokej úrovni ochrany spotrebiteľa a lepšiemu fungovaniu spotrebiteľského vnútorného trhu“ a „Úplná harmonizácia niektorých kľúčových regulačných aspektov by mala podstatne zvýšiť právnu istotu pre spotrebiteľov i obchodníkov...“.

7 Argument z článku 4 smernice 2011/83.

32. V dôsledku toho spotrebitelia, ktorí sa rozhodnú obrátiť sa na obchodníka, ktorý pôsobí výlučne na internete, majú dostatočnú úroveň znalostí o mechanizmoch umožňujúcich interakciu na internete.

33. Okrem toho, keď sa spotrebiteľ obráti na obchodníka, ktorý pôsobí výlučne na internete, uskutoční slobodnú voľbu spotrebiteľa, keďže tovar a služby, ktoré možno nadobudnúť na online platforme, možno taktiež zakúpiť prostredníctvom „tradičných“ distribučných kanálov.

34. Žiadna online platforma teda výlučne nedistribuuje výrobky alebo služby spojené so základnými záujmami alebo potrebami osôb.

35. Preto ak so zreteľom na to, čo bolo uvedené v bodoch 28 a 29, spôsoby, ktorými sú povinnosti obchodníka splnené, musia byť v súlade s vlastnosťami použitého technického prostriedku, tak ak sa transakcia uskutoční na internete, uvedené spôsoby musia zohľadniť vlastnosti priemerného spotrebiteľa, ktorý používa elektronický obchod (e-commerce).

36. Tento prvý záver podporuje všeobecná judikatúra vzťahujúca sa na spotrebiteľa a špecifickejšia judikatúra týkajúca sa požiadaviek na informácie, ktoré sú upravené smernicou o elektronickom obchode.

37. Pokiaľ ide o všeobecnú judikatúru, je potrebné poznamenať, že Súdny dvor pri výklade smernice o nekalých obchodných praktikách odkazuje na priemerného spotrebiteľa, t. j. na „riadne informovaného, primerane pozorného a obozretného spotrebiteľa“ [8].

38. Pokiaľ ide o špecifickejšiu judikatúru, pripomínam, že Súdny dvor už rozhodol o informačných povinnostiach obchodníka stanovených v smernici o elektronickom obchode. [9] Predovšetkým rozsudok zo 16. októbra 2008 [10] sa zaoberal niekoľkými prejudiciálnymi otázkami, ktoré sú podobné prejudiciálnym otázkam, o aké ide v prejednávanej veci. [11]

39. Súdnemu dvoru je v podstate položená otázka, či obchodník musí nevyhnutne poskytnúť spotrebiteľovi telefónne číslo na komunikáciu s ním alebo či stačí iný kontaktný údaj, ktorý umožní rýchlu a účinnú komunikáciu.

40. V tejto súvislosti Súdny dvor rozhodol, že „článok 5 ods. 1 písm. c) smernice má byť vykladaný v tom zmysle, že poskytovateľ služieb musí príjemcom služby pred uzavretím zmluvy poskytnúť okrem svojej adresy elektronickej pošty aj iné informácie, ktoré umožnia rýchle nadviazanie kontaktu, ako aj priamu a účinnú komunikáciu. Týmito informáciami nemusí byť nevyhnutne telefónne číslo“ [12].

8 Rozsudok zo 7. augusta 2018, Verbraucherzentrale Berlin (C-485/17, EU:C:2018:642, bod 44 a tam citovaná judikatúra).

9 Článok 5 ods. 1 písm. c) smernice Európskeho parlamentu a Rady 2000/31/ES z 8. júna 2000 o určitých právnych aspektoch služieb informačnej spoločnosti na vnútornom trhu, najmä o elektronickom obchode („smernica o elektronickom obchode“) (Ú. v. ES L 178, 2000, s. 1; Mim. vyd. 13/025, s. 399) s názvom „Všeobecné informácie, ktoré musia byť poskytnuté“, ktoré ukladajú obchodníkovi povinnosť „pokynúť ľahko, priamo a stále“ spotrebiteľovi „podrobné informácie o poskytovateľovi služieb, vrátane adresy jeho elektronickej pošty, ktorá mu umožní, aby bolo možné sa s ním rýchlo spojiť a aby s nim bolo možné komunikovať priamo a efektívne“.

10 Rozsudok zo 16. októbra 2008, deutsche internet versicherung (C-298/07, EU:C:2008:572).

11 „Je poskytovateľ služieb podľa článku 5 ods. 1 písm. c) smernice povinný pred uzatvorením zmluvy s príjemcom služby uviesť telefónne číslo, aby bolo možné sa s ním rýchlo spojiť a aby s ním bolo možné komunikovať priamo a efektívne? 2. V prípade zápornej odpovede na prvú otázku: a) musí poskytovateľ služieb okrem uvedenia svojej adresy elektronickej pošty pred uzatvorením zmluvy s príjemcom služby podľa článku 5 ods. 1 písm. c) smernice umožniť aj iný spôsob komunikácie? b) V prípade kladnej odpovede: Postačuje pre takýto iný spôsob komunikácie to, že predmetná spoločnosť zriadi elektronický dotazník, prostredníctvom ktorého sa príjemca služby môže s ňou skontaktovať cez internet, a odpoveď mu poskytne prostredníctvom elektronickej pošty?“

12 Rozsudok zo 16. októbra 2008, deutsche internet versicherung (C-298/07, EU:C:2008:572, bod 40).

41. Súdny dvor ďalej spresnil, že „tieto informácie môžu spočívať v elektronickom kontaktnom formulári, prostredníctvom ktorého sa príjemcovia služby môžu na internete obrátiť na poskytovateľa služieb a na ktorý uvedený poskytovateľ odpovedá elektronickou poštou, okrem prípadov, keď sa príjemca služby po tom, ako sa skontaktoval s poskytovateľom služieb elektronickou cestou, nachádza v situácii, keď nemá prístup k elektronickej sieti, a požiada uvedeného poskytovateľa o prístup ku inému ako elektronickému spôsobu komunikácie“ [13].

42. Legislatívne znenie ustanovenia, ktoré bolo predmetom výkladu Súdneho dvora, okrem e-mailovej adresy neobsahovalo výslovný odkaz na osobitné kontaktné údaje, ako to však je v prípade legislatívneho ustanovenia, ktoré je predmetom sporu v prejednávanej veci (telefón alebo fax).

43. Pokiaľ ide o tento bod, je potrebné poznamenať, že za odkazom na osobitné kontaktné údaje (telefón a fax) nasleduje výraz „ak je k dispozícii“, ktorý bude predmetom výkladu v nasledujúcich bodoch.

44. V tomto okamihu je dôležité poukázať na to, že tak legislatívne ustanovenie, predmet výkladu Súdneho dvora, ako i článok 6 ods. 1 písm. c) smernice 2011/83, predmet sporu v prejednávanej veci, odkazujú na potrebu umožniť spotrebiteľovi nadviazať rýchly a účinný kontakt.

45. Z judikatúry Súdneho dvora teda vyplýva, že na účely nadviazania rýchleho a účinného kontaktu spotrebiteľa s obchodníkom vykonávajúceho svoju činnosť na internete nie je potrebné použitie telefonického komunikačného prostriedku.

### *3. Informačné povinnosti obchodníka v prípade zmlúv uzavretých na diaľku a spôsoby komunikácie so spotrebiteľom*

46. Článok 6 ods. 1 smernice 2011/83 upravuje pod názvom „Požiadavky na informácie v prípade zmlúv uzavretých na diaľku alebo mimo prevádzkových priestorov“ povinnosť obchodníka poskytnúť spotrebiteľovi určité informácie vrátane informácií upravených v písmene c), ktoré odkazuje na „poštovú adresu, na ktorej má obchodník sídlo, a jeho telefónne číslo, číslo faxu a e-mailovú adresu, ak je k dispozícii“.

47. Samotné znenie písmena c) odseku 1 stanovuje účel, na ktorý musia byť vyššie uvedené informácie k dispozícii, teda aby „spotrebiteľ mohol rýchlo kontaktovať obchodníka a účinne s ním komunikovať“. Odsek 1 so zreteľom na všetky informácie všeobecne stanovuje, že musia byť poskytnuté „jasným a zrozumiteľným spôsobom“.

48. Preto, aby informačná povinnosť týkajúca sa kontaktných údajov obchodníka bola riadne splnená, sa vyžadujú dve nevyhnutné podmienky.

49. Po prvé informácie o kontaktných údajoch musia byť poskytnuté „jasným a zrozumiteľným spôsobom“ [14].

50. Po druhé kontaktnými údajmi sa musí spotrebiteľovi umožniť „rýchle nadviazanie kontaktu s obchodníkom a účinná komunikácia s ním“.

51. Ide o dve odlišné podmienky, ktoré majú rozdielne úlohy.

13 Rozsudok zo 16. októbra 2008, deutsche internet versicherung (C-298/07, EU:C:2008:572, bod 40).

14 Platná podmienka pre všetky informácie uvedené v písmenách a) až t) odseku 1 článku 6 smernice 2011/83.

52. Prvá podmienka vyplýva zo všeobecnejšej povinnosti transparentnosti zmluvných podmienok, ktorá sa samozrejme uplatňuje i na kontaktné údaje a ktorá ukladá obchodníkovi povinnosť konať tak, aby spotrebiteľ mohol jasne pochopiť, aké kontaktné údaje má k dispozícii v prípade potreby komunikácie s obchodníkom.

53. Druhá podmienka sa týka spôsobu nadviazania kontaktu a ukladá obchodníkovi povinnosť konať tak, aby spotrebiteľ v prípade potreby mohol rýchlo a účinne komunikovať.

54. Nie je rozhodujúci abstraktný komunikačný prostriedok, ale konkrétna schopnosť, teda v súvislosti so špecifickými vlastnosťami prostredia, v ktorom prebieha transakcia, zabezpečiť, aby spotrebiteľ mohol rýchlo nadviazať kontakt s obchodníkom a účinne s ním komunikovať a že informácie sú poskytnuté jasným a zrozumiteľným spôsobom.

55. Na dosiahnutie týchto cieľov je potrebné zohľadniť aj so zreteľom na predchádzajúce úvahy uvedené v bodoch 24 až 45 vlastnosti technického prostriedku použitého na jednanie a uzatvorenie transakcie a vlastnosti priemerného spotrebiteľa, ktorý použije tento prostriedok.

### *4. Výklad článku 6 ods. 1 písm. c) smernice 2011/83*

56. Nezdá sa, že na dosiahnutie cieľov, ktoré sa viažu na informačné povinnosti obchodníka, sa vyžaduje osobitný komunikačný prostriedok, akým je dostupnosť telefónneho čísla na telefonovanie. Ako však bolo možné vidieť, rozhodujúcim je, aby prostriedok, ktorý sa konkrétne použije, umožnil spotrebiteľovi rýchle nadviazanie kontaktu s obchodníkom a účinnú komunikáciu s ním a aby obchodník poskytol informácie jasným a zrozumiteľným spôsobom.

57. Tomuto záveru neodporuje ani znenie článku 6 ods. 1 písm. c).

58. Všeobecnejšie treba pripomenúť, že článok 6 odkazuje na všetky zmluvy uzavreté na diaľku a zmluvy uzavreté mimo prevádzkových priestorov, a teda nie iba na zmluvy uzavreté medzi obchodníkom, ktorý prevádzkuje elektronickú platformu, a spotrebiteľom.

59. Z tohto dôvodu normotvorca v písmene c) stanovil pestrý a heterogénny výpočet komunikačných prostriedkov, ktorých schopnosť dosiahnuť ciele článku 6 závisí od konkrétneho prostredia, v ktorom prebieha transakcia.

60. V prípade zmlúv uzavretých použitím telefónu je prirodzené, že vopred zvoleným komunikačným prostriedkom pre ďalšiu komunikáciu bude telefón, avšak pre zmluvy, ktoré sú uzavreté na internete, môžu existovať iné technické prostriedky vhodnejšie na rýchle nadviazanie kontaktu s obchodníkom a účinnú komunikáciu s ním.

61. Presnejšie výraz „ak je k dispozícii“ uvedený v písmene c) odseku 1 článku 6 vzhľadom na jeho znenie, podporuje systematický a teleologický výklad podaný v predchádzajúcich bodoch, ktorý vylučuje povinnosť zahrnúť medzi kontaktné údaje telefónnu linku.

62. Preto v tomto bode je potrebné zamerať pozornosť na význam, ktorý treba pripísať výrazu „ak je k dispozícii“, ktorý v nemeckej verzii je „gegebenenfalls“, vo francúzskej verzii „lorsqu'ils sont disponibles“ a v anglickej verzii „where available“.

63. Ako je známe, podľa ustálenej judikatúry Súdneho dvora na účely výkladu určitého ustanovenia práva Únie treba zohľadniť nielen jeho znenie a ciel, ale aj jeho kontext a ciele sledované právnou úpravou, ktorej je súčasťou. [15]

64. Ak ustanovenie práva Únie neobsahuje nijaký odkaz na právo členských štátov, pokiaľ ide o konkrétny pojem, tento pojem si vyžaduje v celej Únii autonómny a jednotný výklad, ktorý musí zohľadňovať nielen znenie dotknutého ustanovenia, ale aj jeho kontext a cieľ sledovaný právnou úpravou, ktorej súčasťou je toto ustanovenie. [16]

65. Nemecký výraz „gegebenenfalls“ je v nemeckom slovníku vysvetľovaný so slovným spojením „wenn ein Fall eintrit“ („ak by k tomu došlo“), ktorý má jednoznačne podmienečný charakter a odkazuje iba na prípadnú možnosť. V talianskom znení je preložený ako „ak je k dispozícii“, čo v taliančine znamená „prípadne“ alebo „v prípade potreby“.

66. To isté možno tvrdiť o výrazoch použitých v iných jazykových zneniach smernice, „lorsqu'ils sont disponibles“ vo francúzskom znení a „where available“ v anglickom znení.

67. Na základe gramatického výkladu článok 6 ods. 1 písm. c) smernice 2011/83 neukladá obchodníkovi absolútnu a bezpodmienečnú povinnosť uviesť všetky kontaktné údaje, ktoré sú tam uvedené.

68. Po druhé tri kontaktné údaje (telefón, fax a emailová adresa) sú v článku 6 ods. 1 písm. c) postavené na rovnakú úroveň, za ktorými nasleduje výraz „ak je k dispozícii“, ktorý sa teda musí nutne týkať všetkých troch komunikačných kanálov [17], na rozdiel od poštovej adresy, ktorá je na začiatku výpočtu a má samostatné postavenie, a teda v každom prípade vyžaduje, aby ju obchodník uviedol.

69. Zostáva zistiť, či výraz „ak je k dispozícii“ má za následok, že ak podnik disponuje telefónnou linkou, musí ju poskytnúť na komunikáciu so spotrebiteľom.

70. Nemyslím si, že tento výklad je správny.

71. Po prvé v čase, keď bola táto smernica vypracovaná, výskyt podnikov bez telefónnej linky bol, rovnako ako je to dnes, prakticky nemožný. Ak chcel normotvorca Únie uložiť podnikom, ktoré disponujú telefónnou linkou (prakticky všetky spoločnosti), povinnosť používať telefón na komunikáciu so spotrebiteľom, použitie výrazu „ak je k dispozícii“ by nemalo žiadny zmysel.

72. Na to, aby mal tento výraz význam, je naopak potrebné poukázať na prípad, keď nielen existuje telefónna linka, ale obchodník ju sprístupnil na výkon komunikačnej služby so spotrebiteľom.

73. Pokiaľ ide o výklad výrazu „dostupný“, je synonymum výrazov „použiteľný, prístupný, voľný, neviazaný“.

74. Nie všetko čo existuje alebo je prítomné v určitom prostredí, je totiž dostupné alebo k dispozícii každému, kto ho chce využiť.

15 Rozsudky z 22. novembra 2012, Brain Products (C-219/11, EU:C:2012:742, bod 13 a tam citovaná judikatúra); z 12. júna 2014, Lukoyl Neftohim Burgas (C-330/13, EU:C:2014:1757, bod 59).

16 Rozsudky z 8. marca 2018, DOCERAM (C-395/16, EU:C:2018:172, bod 20 a tam citovaná judikatúra); zo 7. augusta 2018, Verbraucherzentrale Berlin (C-485/17, EU:C:2018:642, bod 27).

17 V tomto zmysle i Komisia v bode 4.3.2.3 usmerňujúceho dokumentu GR pre spravodlivosť zo 14. júna 2014 týkajúceho sa smernice Európskeho parlamentu a Rady 2011/83/EÚ z 25. októbra 2011 o právach spotrebiteľov, ktorou sa mení a dopĺňa smernica Rady 93/13/EHS a smernica Európskeho parlamentu a Rady 1999/44/ES a ktorou sa zrušuje smernica Rady 85/577/EHS a smernica Európskeho parlamentu a Rady 97/7/ES, konštatuje, že výraz „ak je k dispozícii“ sa vykladá tak, že „sa vzťahuje na všetky tri prostriedky komunikácie na diaľku, t. j. telefón, fax a e-mail“.

75. Táto smernica obsahuje ďalšie ustanovenia, ktoré potvrdzujú možnú povahu použitia telefónnej linky na komunikáciu medzi spotrebiteľom a obchodníkom.

76. Článok 21 s názvom „Telefonická komunikácia“ v rámci uloženia povinnosti členským štátom, aby nepovolili obchodníkovi pri kontaktovaní uplatniť vyššiu sadzbu ako základnú sadzbu, obsahuje slovné spojenie „v prípade, ak obchodník prevádzkuje telefónnu linku na účel telefonického kontaktovania obchodníka“, čím potvrdzuje čisto eventuálny charakter použitia telefónu ako komunikačného prostriedku so spotrebiteľom pri zmluvách uzavretých na diaľku.

77. Znenie článku 5 ods. 1 písm. c) je ďalej veľmi jasné pri zaradení „totožnosti obchodníka, napr. jeho obchodného názvu, poštovej adresy, na ktorej má sídlo, a telefónneho čísla“ bez akéhokoľvek odkazu na to, či je alebo nie je telefón „dostupný“, medzi informačné povinnosti v prípade iných zmlúv, než sú zmluvy uzavreté na diaľku a mimo prevádzkových priestorov. To potvrdzuje skutočnosť, že iba pri niektorých transakciách je obchodník povinný uviesť svoje telefónne číslo.

78. Vyššie uvedené úvahy ma vedú k tomu, že jediný význam, ktorý možno pripísať výrazu „ak je k dispozícii“, ak sa týka telefónnych liniek, je „prípadne ak má obchodník v rámci svojej podnikovej organizácie k dispozícii telefónnu linku určenú na komunikáciu so spotrebiteľmi“.

79. Doslovný výklad sa preto zhoduje so závermi, ku ktorým sa dospelo v bodoch 1 až 3 z hľadiska systematického a teleologického výkladu.

80. Práve so zreteľom na ciele sledované smernicou je možné dospieť k ďalšej úvahe.

81. Cieľom smernice 2011/83 je dosiahnutie čoraz vyššej úrovne ochrany spotrebiteľov, ale zároveň, ako sa uvádza v odôvodnení 4, pri zaručení konkurencieschopnosti podnikov.

82. Vysoká úroveň ochrany spotrebiteľa, ktorý vykonáva transakcie na internete, ako som už uviedol, nie je zabezpečená abstraktnou možnosťou nadviazať kontakt cez telefón s obchodníkom, ktorý prevádzkuje platformu, ale skutočnosťou, že konkrétne existujú prostriedky, ktoré sú vhodné na nadviazanie rýchleho a účinného kontaktu.

83. Naopak iba samotná dostupnosť telefónneho čísla na nadviazanie kontaktu by sa mohla ukázať na účely ochrany ako neefektívna, ak napríklad čakacia doba by bola veľmi dlhá.

84. Spotrebiteľ, ktorý práve z dôvodu, že používa na nákup elektronickú platformu, má totiž dostatočné schopnosti na prehľadávanie internetu a môže použiť oveľa účinnejšie prostriedky na komunikáciu s obchodníkom.

85. Okrem toho s ohľadom na ciele smernice ustanovenia práva Únie o tomto bode sa majú vykladať tak, aby sa zabezpečila čo najvyššia úroveň ochrany spotrebiteľa bez toho, aby bola ovplyvnená sloboda podnikateľskej organizácie, resp. iba v rozsahu nevyhnutnom na dosiahnutie uvedenej ochrany.

86. V tomto zmysle sa účinná ochrana spotrebiteľov nedosahuje vyžadovaním konkrétneho kontaktného údaju (napr. telefón), ale zaručením možnosti spotrebiteľom používať najúčinnejšie komunikačné kanály vzhľadom na prostriedok, prostredníctvom ktorého sa vykonáva transakcia. [18]

18 Pozri v tomto zmysle aj citovaný usmerňovací dokument GR pre spravodlivosť zo 14. júna 2014, bod 4.3.2.3, v ktorom Komisia podporuje navrhovaný výklad konštatujúc, že „vo všeobecnosti by obchodníci mali prinajmenšom poskytnúť podrobné informácie o tých prostriedkoch komunikácie na diaľku, ktoré používajú na marketingové činnosti. Napríklad obchodníci, ktorí uzatvárajú zmluvy cez telefón, by mali poskytovať svoje telefonické údaje“.

87. Odlišné riešenie, ktoré ukladá povinnosť zaviesť osobitný spôsob komunikácie, ako je použitie telefónu, nie nevyhnutného na účely účinnej ochrany spotrebiteľa a ktoré sa plošne uplatní, teda nie iba obmedzene na „internetové giganty“ ako Amazon, môže predstavovať neprimerané opatrenie vo vzťahu k cieľom ochrany spotrebiteľa, ktorým sa neprimerane zaťažia dotknuté podniky na úkor malých podnikov využívajúcich internet na rozšírenie ich trhov.

88. Týmto dôjde ku skutočnej heterogenite účelov: vychádzajúc z myšlienky ochrany spotrebiteľa prostredníctvom dostupnosti telefónneho čísla, povedie to k ujme a obmedzeniu slobody výberu spotrebiteľa medzi viacerými subjektmi na trhu alebo plateniu vyššej ceny z dôvodu zvýšenia nákladov určitých spoločností.

89. Nezdá sa, že závery, ku ktorým som dospel, sú ovplyvnené skutočnosťou, že určité odôvodnenie smernice stanovuje, že je potrebné zohľadniť „špecifické potreby spotrebiteľov, ktorí sú obzvlášť zraniteľní vzhľadom na ich oslabený duševný, fyzický alebo psychický stav, vek alebo dôverčivosť“ [19].

90. V tejto súvislosti je potrebné ešte raz pripomenúť širokú pôsobnosť smernice, ktorá sa vzťahuje na všetky zmluvy uzavreté na diaľku alebo zmluvy uzavreté mimo prevádzkových priestorov. Medzi tieto zmluvy patria i typy zmlúv, v rámci ktorých je obchodník osobou, ktorá kontaktuje spotrebiteľa s cieľom predložiť mu určitú ponuku. V takýchto prípadoch je to o to nutnejšie, aby z vyššie uvedených dôvodov poskytnuté informácie zohľadňovali špecifické potreby spotrebiteľov, ktorí sú obzvlášť zraniteľní.

91. No okrem okolnosti, že podľa samotného znenia odôvodnenia „zohľadnenie takýchto špecifických potrieb by však nemalo viesť k rôznej miere ochrany spotrebiteľa“, nevedno z akého dôvodu môže použitie telefónu ako komunikačného prostriedku predstavovať väčšiu ochranu pre spotrebiteľov zraniteľných z dôvodu ich oslabeného duševného, fyzického alebo psychického stavu, veku alebo dôverčivosti.

92. Inými slovami povedané, uloženie povinnosti používať telefónnu linku na účely komunikácie so spotrebiteľom je opatrením bez akéhokoľvek primeraného vzťahu účelnosti s vyššie uvedeným cieľom.

### *5. Demonštratívny charakter výpočtu uvedeného v článku 6 ods. 1 písm. c) smernice 2011/83*

93. Z vyššie uvedených úvah možno vyvodiť tiež záver nie o taxatívnom, ale demonštratívnom charaktere výpočtu uvedeného v článku 6 ods. 1 písm. c) smernice 2011/83.

94. Doslovný, systematický a teleologický výklad rozvinutý v predchádzajúcich bodoch viedol k úvahe, že článok 6 ukladá obchodníkovi povinnosť poskytnúť spotrebiteľovi rýchle a účinné komunikačné prostriedky a zaručiť jasnú a zrozumiteľnú informáciu.

95. Na účely dodržania vyššie uvedených podmienok je výber prostriedkov, ktoré budú naozaj k dispozícii aj so zreteľom na vlastnosti prostredia, v ktorom prebieha transakcia so spotrebiteľom, ponechaný na obchodníka.

19 Odôvodnenie 34 smernice 2011/83 znie: Obchodník by mal dať spotrebiteľovi jasné a zrozumiteľné informácie predtým, než bude spotrebiteľ viazaný zmluvou uzavretou na diaľku alebo mimo prevádzkových priestorov, inou zmluvou, než je zmluva uzavretá na diaľku alebo mimo prevádzkových priestorov, alebo akoukoľvek príslušnou ponukou. Pri poskytovaní týchto informácií by mal obchodník zohľadniť špecifické potreby spotrebiteľov, ktorí sú obzvlášť zraniteľní vzhľadom na ich oslabený duševný, fyzický alebo psychický stav, vek alebo dôverčivosť, a to spôsobom, ktorý môže obchodník v rozumnej miere predpokladať. Zohľadnenie takýchto špecifických potrieb by však nemalo viesť k rôznej miere ochrany spotrebiteľa.“

96. Na základe tejto premisy článok 6 ods. 1 písm. c) bol vyložený v tom zmysle, že neexistuje povinnosť pre obchodníka poskytnúť spotrebiteľovi všetky tri uvedené komunikačné prostriedky a nemusí ani poskytnúť telefónne číslo iba z dôvodu, že podnik má zriadenú jednu alebo viaceré telefónne linky.

97. Ak sa prijme vyššie uvedený výklad, je v rozpore s cieľom úplnej ochrany spotrebiteľa predpokladať, že výpočet uvedený v článku 6 ods. 1 písm. c) je taxatívny. Týmto by sa spotrebiteľovi bránilo v možnosti používať prostriedky na nadviazanie mimoriadne rýchleho a účinného kontaktu, ktoré sú k dispozícii vďaka technologickému rozvoju.

98. Ako je známe, technologický rozvoj, ktorý je obzvlášť vyspelý a rýchly v digitálnej oblasti, spôsobuje, že určité prostriedky komunikácie sa rýchlo stávajú zastaranými (ako napríklad vymiznutie faxu) a neustále zavádza nové interakčné zariadenia na internete.

99. V každom prípade cieľ zaručiť vysokú úroveň ochrany spotrebiteľa a okolnosť, že písmeno c) článku 6 ods. 1 smernice 2011/83 obsahuje demonštratívny výpočet viacerých komunikačných prostriedkov, naznačuje existenciu potreby poskytnúť spotrebiteľovi viaceré komunikačné prostriedky obchodníkom, čím sa zaručí sloboda jeho výberu.

100. V tejto súvislosti by som chcel iba poznamenať, že zo spisu je nesporné, že systém automatického spätného volania sprevádzkovaný Amazonom je účinnejší ako telefónny kontakt na telefonické centrum (call center) a že v každom prípade predstavuje technologický vývoj tejto služby.

101. V rámci tohto systému si spotrebiteľ po oznámení svojho telefónneho čísla môže vybrať medzi okamžitým spätným volaním alebo neskorším volaním. Podľa toho, čo vyplýva zo spisu, okamžité spätné volanie si vyžaduje veľmi krátku dobu.

102. Pokiaľ ide o online chat systém, možno ho považovať za nástupcu e-mailu v reálnom čase a predstavuje určitú formu technologického vývoja faxu. Tento systém sa v širokej miere využíva v online transakciách a zo spisu nevyplýva namietanie jeho neúčinnosti.

103. V súvislosti s týmito kontaktnými spôsobmi zo spisu vyplýva námietka týkajúca sa ochrany osobných údajov spotrebiteľa.

104. Ako je známe, spotrebiteľ, ktorý sa rozhodne uzatvoriť zmluvný vzťah s obchodníkom, ktorý vykonáva svoju činnosť výlučne na internete, sa obyčajne musí registrovať, čo tiež vyžaduje postúpenie niektorých osobných údajov, medzi ktoré patrí aj e-mailová adresa.

105. Okrem toho spracovanie osobných údajov, ktoré spotrebiteľ poskytne obchodníkovi (napríklad telefónne číslo v prípade použitia systému automatického spätného volania) je primerane chránené inými ustanoveniami práva Únie, a preto táto otázka nepatrí do predmetu tohto konania.

### *6. Obsah povinnosti transparentnosti podľa článku 6 ods. 1 smernice 2011/83*

106. Skôr ako je spotrebiteľ viazaný zmluvou uzatvorenou na diaľku, je obchodník povinný informovať jasným a zrozumiteľným spôsobom o všetkých podstatných prvkoch transakcie (vrátane kontaktných údajov).

107. Povinnosť transparentnosti má dva základné rozmery: Jasnosť sa týka skutočnosti, ako sa informácia navonok javí spotrebiteľovi, teda jej čitateľnosť a rozpoznateľnosť v rámci prostredia, v ktorom prebieha transakcia. Zrozumiteľnosť sa zasa týka konkrétneho obsahu informácie, z ktorého je spotrebiteľ informovaný o právnych následkoch svojej voľby. Jasnosť a zrozumiteľnosť musia byť primerané vo vzťahu k použitému komunikačnému prostriedku.

108. Článok 6 smernice 2011/83 okrem podmienok, ktoré boli vyššie uvedené, nestanovuje ďalšie podmienky, ktoré obchodník musí splniť.

109. Článok 6 najmä nestanovuje dobu potrebnú na získanie informácie prostredníctvom prehľadávania internetu. Prehľadávanie, ktoré z dôvodu svojej náročnosti sťažuje prístup k informáciám, však je nezlučiteľné s cieľmi smernice. Ťažko dostupná informácia je taktiež sama osebe nezrozumiteľná a je v rozpore s ustanovením článku 6 ods. 1.

110. Obchodník si môže vybrať komunikačné prostriedky, ktoré poskytne spotrebiteľovi, pokiaľ nadväzovanie kontaktu je rýchle a komunikácia je účinná, kým spotrebiteľ musí mať jednoduchý účinný a primerane rýchly prístup k informáciám o týchto prostriedkoch.

### *7. Zlučiteľnosť právnej úpravy, akou je nemecká právna úprava, ktorá ukladá povinnosť používania telefónu ako komunikačného prostriedku medzi obchodníkom a spotrebiteľom, s právom Únie*

111. Odôvodnenia 2, 5 a 7 a článok 4 smernice 2011/83[20] potvrdzujú úplný harmonizujúci charakter právnej úpravy zavedenej touto smernicou.

112. Predovšetkým článok 4 s názvom „Úroveň harmonizácie“ stanovuje, že „členské štáty vo svojich vnútroštátnych právnych predpisoch neponechajú v platnosti ani nezavedú ustanovenia, ktoré sa odchyľujú od ustanovení tejto smernice, vrátane viac alebo menej prísnych ustanovení, ktoré zabezpečujú odlišnú úroveň ochrany spotrebiteľa, pokiaľ sa v tejto smernici neustanovuje inak“.

113. Preto ak neexistuje odlišné ustanovenie smernice, vnútroštátna právna úprava nemôže zaviesť dodatočné ustanovenia, aj prísnejšie, ktorými sa obchodníkovi uloží povinnosť používať určitý komunikačný prostriedok so spotrebiteľom, ktorý samotná smernica povinne nevyžaduje.

114. V dôsledku toho vzhľadom na výklad článku 6 ods. 1 písm. c), ktorý vylučuje povinnosť obchodníka používať telefón ako spôsob komunikácie so spotrebiteľom, vnútroštátna právna úprava nesmie ukladať podobnú povinnosť.

115. Tomuto poslednému záveru nebráni odsek 8 článku 6, podľa ktorého „požiadavkami na informácie ustanovenými v tejto smernici sa dopĺňajú požiadavky na informácie obsiahnuté v smernici 2006/123/ES a v smernici 2000/31/ES, pričom tieto požiadavky nebránia členským štátom, aby v súlade s uvedenými smernicami uložili dodatočné požiadavky na informácie“.

116. Toto posledné ustanovenie neodkazuje na komunikačné prostriedky používané obchodníkom.

117. Treba však zdôrazniť, že podľa článku 8 ods. 10 „členské štáty nepodmienia splnenie informačných povinností, ktoré sú stanovené v tejto smernici, žiadnymi ďalšími formálnymi požiadavkami na predzmluvné informácie“.

20 Pozri body 20 až 22 vyššie.

## IV. Návrh

118. Vzhľadom na uvedené úvahy navrhujem, aby Súdny dvor na prejudiciálne otázky, ktoré predložil Bundesgerichtshof (Spolkový federálny súd, Nemecko), odpovedal takto:

1. Smernica 2011/83 z dôvodu svojej funkcie úplnej harmonizácie a vzhľadom na svoj doslovný, systematický a teleologický výklad bráni vnútroštátnej právnej úprave, ktorá ukladá obchodníkovi povinnosť, aby v rámci uzavierania zmlúv na diaľku poskytol spotrebiteľovi predtým, ako prejaví svoj súhlas s uzatvorením zmluvy nielen ak je k dispozícii, ale vždy svoje telefónne číslo.

2. Výraz „gegebenenfalls“ použitý v nemeckej verzii článku 6 ods. 1 písm. c) smernice 2011/83/EÚ sa má vykladať z gramatických, systematických a teleologických dôvodov v tom zmysle, že neukladá obchodníkovi povinnosť zriadiť novú telefónnu alebo faxovú prípojku alebo vytvoriť novú e-mailovú adresu, keď sa rozhodne uzatvárať zmluvy na diaľku.

3. Výraz „gegebenenfalls“ použitý v nemeckej verzii článku 6 ods. 1 písm. c) smernice 2011/83/EÚ sa má vykladať z gramatických, systematických a teleologických dôvodov v tom zmysle, že sa považujú „k dispozícii“ v podniku iba také komunikačné prostriedky, ktoré sa obchodník rozhodne používať v rámci vzťahov so spotrebiteľmi pri uzatváraní zmlúv na diaľku.

4. Výpočet komunikačných prostriedkov, a to telefón, fax a e-mail, obsiahnutý v článku 6 ods. 1 písm. c) smernice 2011/83/EÚ, nie je taxatívny a obchodník môže používať aj iné komunikačné prostriedky, ktoré tam nie sú uvedené, ako napríklad internetový chat alebo telefonický systém spätného volania, ak bez ohľadu na to, aký komunikačný prostriedok použije, konkrétne ním zabezpečí spotrebiteľovi viaceré možnosti výberu komunikačného prostriedku, ktoré môže použiť na rýchle nadviazanie kontaktu a účinnú komunikáciu, a ak sa informácia o týchto prostriedkoch poskytne jasným a zrozumiteľným spôsobom.

5. Pri použití zásady transparentnosti stanovenej v článku 6 ods. 1 smernice 2011/83/EÚ informácia o komunikačných prostriedkoch poskytnutá spotrebiteľovi obchodníkom musí byť dostupná jednoducho, účinne a primerane rýchlo.