

Cgue: consumatori-Amazon, telefono non è obbligo ma comunicazione sì

venerdì 01 marzo 2019

Una piattaforma di eCommerce come Amazon non può essere obbligata a mettere a disposizione del consumatore un numero di telefono. Al consumatore deve essere garantita, però, una pluralità di scelte fra mezzi di comunicazione – fax, telefono, email, chat – e il contatto deve essere rapido, efficace e trasparente.

L'informazione su questi mezzi deve essere chiara, comprensibile e accessibile. Così l'Avvocato generale della Corte di Giustizia Ue propone di interpretare la direttiva sui diritti dei consumatori.

La pronuncia –interpretazione proposta alla Corte, che ora inizia a deliberare – riguarda il caso che oppone Amazon Eu alla Federazione tedesca delle associazioni dei consumatori, per la quale Amazon violerebbe la legge tedesca che, in attuazione della direttiva, impone al professionista di indicare, in maniera chiara e comprensibile, oltre all'indirizzo geografico, anche il numero di telefono e, se del caso, il numero di fax e l'indirizzo di posta elettronica. Prima della conclusione della vendita online, su Amazon non viene indicato né fax né numero di telefono, visualizzabile solo dopo un certo iter del consumatore. Non sono considerati sufficienti il sistema di richiamo automatico e di chat offerti da Amazon.

Il caso è arrivato alla giustizia europea. Oggi l'avvocato generale Giovanni Pitruzzella sottolinea che le disposizioni europee di tutela dei consumatori "devono essere interpretate in modo tale da garantire il più elevato livello di tutela del consumatore senza incidere sulla libertà di organizzazione dell'imprenditore, se non nella misura strettamente necessaria per realizzare la suddetta tutela. In questa prospettiva – informa una nota – l'Avvocato generale sottolinea che un'efficace tutela dei consumatori non si realizza imponendo una specifica modalità di contatto (ad esempio il telefono) ma garantendo ai consumatori la possibilità di fruire delle più efficaci vie di comunicazione in relazione al mezzo attraverso cui si svolge la transazione. Al contrario, l'imposizione di una specifica modalità di comunicazione come l'uso del telefono, non necessaria ai fini di un'efficace tutela del consumatore, rischierebbe di essere una misura sproporzionata rispetto agli obiettivi di tutela del consumatore, capace di gravare di oneri impropri le imprese interessate, soprattutto quelle che non sono «giganti del web» come Amazon".

Quello che conta è il raggiungimento di due obiettivi: un contatto rapido e una comunicazione efficace fra consumatore e professionista; un'informazione che sia data in modo chiaro e comprensibile.

L'Avvocato propone alla Corte di dichiarare che "per i contratti a distanza e per quelli negoziati fuori dei locali commerciali, l'elencazione dei mezzi di contatto (telefono, fax, e-mail) nella direttiva è soltanto esemplificativa. Il professionista è quindi libero di scegliere i mezzi da rendere disponibili per il contatto con il consumatore, compresi dei mezzi di comunicazione non espressamente indicati nella direttiva, quali, ad esempio, una chat online (evoluzione tecnologica del fax) o un sistema di richiamata telefonica (evoluzione tecnologica del servizio di call center), purché siano attuate le sopra richiamate finalità della direttiva. Inoltre, dall'obiettivo di assicurare un elevato livello di tutela del consumatore e dalla natura esemplificativa dei mezzi di comunicazione si desume l'obbligo del professionista di mettere a disposizione del consumatore più mezzi di comunicazione, assicurando la libertà di scelta di quest'ultimo".

Il consumatore deve comprendere in modo chiaro quali modalità di contatto ci sono a sua disposizione e l'accesso a questa informazione deve essere semplice. L'obbligo di trasparenza del professionista, prosegue l'avvocato, impone che l'informazione da lui fornita sui mezzi di contatto a disposizione del consumatore deve essere accessibile "in modo semplice, efficace e ragionevolmente rapido". Per l'avvocato generale, infine, la direttiva europea "osta a una legislazione nazionale, come quella tedesca, che imponga al professionista un obbligo non previsto dalla direttiva, quale quello di mettere in ogni caso a disposizione del consumatore una linea telefonica di contatto".