



Sbírka soudních rozhodnutí

ROZSUDEK SOUDNÍHO DVORA (osmého senátu)

7. srpna 2018*

„Řízení o předběžné otázce – Ochrana spotřebitele – Směrnice 2011/83/EU – Článek 2 bod 9 – Pojem ‚obchodní prostory‘ – Kritéria – Kupní smlouva uzavřená na stánku obchodníka na veletrhu“

Ve věci C-485/17,

jejímž předmětem je žádost o rozhodnutí o předběžné otázce na základě článku 267 SFEU, podaná rozhodnutím Bundesgerichtshof (Spolkový soudní dvůr, Německo) ze dne 13. července 2017, došlým Soudnímu dvoru dne 10. srpna 2017, v řízení

Verbraucherzentrale Berlin eV

proti

Unimatic Vertriebs GmbH,

SOUDNÍ DVŮR (osmý senát),

ve složení J. Malenovský, předseda senátu, M. Safjan (zpravodaj) a D. Šváby, soudci,

generální advokát: H. Saugmandsgaard Øe,

vedoucí soudní kanceláře: A. Calot Escobar,

s přihlédnutím k písemné části řízení,

s ohledem na vyjádření předložená:

- za Verbraucherzentrale Berlin eV R. Jahnem, Rechtsanwalt,
- za Unimatic Vertriebs GmbH P. Rauem, Rechtsanwalt,
- za belgickou vládu P. Cottinem a J. Van Holm, jako zmocněnci,
- za Evropskou komisi C. Hödlmayrem a N. Ruizem Garcíou, jako zmocněnci,

s přihlédnutím k rozhodnutí, přijatému po vyslechnutí generálního advokáta, rozhodnout věc bez stanoviska,

vydává tento

* Jednací jazyk: němčina.

Rozsudek

- 1 Žádost o rozhodnutí o předběžné otázce se týká výkladu čl. 2 bodu 9 směrnice Evropského parlamentu a Rady 2011/83/EU ze dne 25. října 2011 o právech spotřebitelů, kterou se mění směrnice Rady 93/13/EHS a směrnice Evropského parlamentu a Rady 1999/44/ES a zrušuje směrnice Rady 85/577/EHS a směrnice Evropského parlamentu a Rady 97/7/ES (Úř. věst. 2011, L 304, s. 64).
- 2 Tato žádost byla podána v rámci sporu mezi Verbraucherzentrale Berlin eV, sdružením spotřebitelů (dále jen „sdružení“), a Unimatic Vertriebs GmbH (dále jen „Unimatic“), distribuční společností, ve věci týkající se informací o právu spotřebitele na odstoupení od smlouvy v případě prodeje sjednaného na veletrhu.

Právní rámec

Unijní právo

- 3 Body 4, 5, 7, 21, 22 a 37 odůvodnění směrnice 2011/83 uvádějí:
 - „(4) [...] Harmonizace určitých aspektů spotřebitelských smluv uzavřených na dálku nebo mimo obchodní prostory je nezbytná pro podporu skutečného spotřebitelského vnitřního trhu, na němž je nastolena správná rovnováha mezi vysokou úrovní ochrany spotřebitele a konkurenceschopností podniků při současném zajištění dodržování zásady subsidiarity.
 - (5) [...] Úplná harmonizace v oblasti informací pro spotřebitele a práva odstoupit od smluv uzavřených na dálku a smluv uzavřených mimo obchodní prostory proto přispěje k vysoké míře ochrany spotřebitelů a k lepšímu fungování spotřebitelského vnitřního trhu. [...]
 - [...]
 - (7) Úplnou harmonizací některých klíčových regulačních aspektů by se významným způsobem měla zvýšit právní jistota jak pro spotřebitele, tak pro obchodníky. [...] Kromě toho by spotřebitelé měli požívat společné vysoké úrovně ochrany v celé Unii.
 - [...]
 - (21) Jako smlouva uzavřená mimo obchodní prostory by měla být definována smlouva uzavřená za současné fyzické přítomnosti obchodníka a spotřebitele na místě, které není obchodními prostorami obchodníka, například u spotřebitele doma nebo na jeho pracovišti. Mimo obchodní prostory může být spotřebitel potenciálně vystaven psychologickému nátlaku nebo vůči němu může být využito momentu překvapení, bez ohledu na to, zda si návštěvu obchodníka vyžádal či nikoli. Definice smlouvy uzavřené mimo obchodní prostory by měla zahrnovat rovněž situace, kdy je spotřebitel osobně a individuálně osloven mimo obchodní prostory, avšak smlouva je uzavřena bezprostředně poté v obchodních prostorách obchodníka nebo s využitím jednoho z prostředků komunikace na dálku. [...] Za smlouvy uzavřené mimo obchodní prostory by měly být považovány nákupy učiněné během výjezdové akce uspořádané obchodníkem, v jejímž průběhu obchodník propaguje a prodává zakoupené výrobky.
 - (22) Obchodní prostory by měly zahrnovat prostory v jakékoli podobě (například prodejny, stánky nebo nákladní automobily), které obchodníkovi slouží jako trvalé či obvyklé místo jeho obchodování. Stánky na trhu a veletržní stánky by měly být za obchodní prostory považovány v případě, že tuto podmínku splňují. Maloobchodní prostory, kde obchodník svou činnost provozuje na sezónním základě, například během turistické sezóny v lyžařském či přímořském

letovisku, by za obchodní prostory považovány být měly, neboť v nich obchodník svou činnost provozuje obvykle. Za obchodní prostory by neměla být považována veřejně přístupná místa, jako jsou ulice, nákupní střediska, pláže, sportovní zařízení a veřejná doprava, které obchodník pro své podnikání používá pouze výjimečně, ani soukromá obydlí nebo pracoviště. [...]

[...]

(37) [...] Pokud jde o smlouvy uzavřené mimo obchodní prostory, spotřebitel by vzhledem k potenciálnímu prvku překvapení nebo psychologickému nátlaku měl mít právo od smlouvy odstoupit. Odstoupením od smlouvy by měly zaniknout povinnosti smluvních stran plnit danou smlouvu.“

4 Článek 2 této směrnice, nadepsaný „Definice“, stanoví:

„Pro účely této směrnice se rozumí:

[...]

8) ‚smlouvou uzavřenou mimo obchodní prostory‘ jakákoli smlouva uzavřená mezi obchodníkem a spotřebitelem, která je:

- a) uzavřena za současné fyzické přítomnosti obchodníka a spotřebitele v místě, které není obchodními prostorami obchodníka;
- b) pro kterou byla předložena nabídka spotřebitelem za stejných okolností, které stanoví písmeno a);
- c) uzavřena v obchodních prostorách obchodníka nebo s použitím prostředků komunikace na dálku bezprostředně po osobním a individuálním oslovení spotřebitele na místě, které není obchodními prostorami obchodníka, za současné fyzické přítomnosti obchodníka a spotřebitele, nebo
- d) uzavřena během zájezdu organizovaného obchodníkem za účelem nebo s účinkem propagace a prodeje zboží či služeb spotřebiteli;

9) ‚obchodními prostorami‘:

- a) veškeré nemovité maloobchodní prostory, kde obchodník trvale provozuje svou činnost, nebo
- b) veškeré movité maloobchodní prostory, kde obchodník obvykle provozuje svou činnost;

[...]“

5 Článek 5 uvedené směrnice upravuje „[p]ožadavky na informace o smlouvách jiných než jsou smlouvy uzavřené na dálku či smlouvy uzavřené mimo obchodní prostory“.

6 Článek 6 téže směrnice, nadepsaný „Požadavky na informace v případě smluv uzavřených na dálku a smluv uzavřených mimo obchodní prostory“, v odstavci 1 stanoví:

„Před tím, než je spotřebitel vázán smlouvou uzavřenou na dálku nebo smlouvou uzavřenou mimo obchodní prostory či odpovídající smluvní nabídkou, poskytne obchodník spotřebiteli jasným a srozumitelným způsobem tyto informace:

[...]

h) pokud lze využít práva odstoupit od smlouvy, pak podmínky, lhůtu a postupy pro uplatnění tohoto práva v souladu s čl. 11 odst. 1, jakož i vzorový formulář pro odstoupení od smlouvy uvedený v části B přílohy I;

[...]“

- 7 Článek 7 směrnice 2011/83, nadepsaný „Formální požadavky na smlouvy uzavřené mimo obchodní prostory“, v odstavci 1 stanoví:

„V případě smluv uzavřených mimo obchodní prostory poskytne obchodník spotřebiteli informace stanovené v čl. 6 odst. 1 v papírové podobě, nebo pokud s tím spotřebitel souhlasí, na jiném trvalém nosiči. Tyto informace musí být čitelné a zformulované jasným a srozumitelným jazykem.“

- 8 Odstavec 1 článku 9 této směrnice, nadepsaný „Právo odstoupit od smlouvy“, zní:

„S výhradou výjimek uvedených v článku 16 je spotřebiteli poskytnuta lhůta 14 dnů pro odstoupení od smlouvy uzavřené na dálku nebo smlouvy uzavřené mimo obchodní prostory bez uvedení důvodu a bez vzniku jiných nákladů než těch, které jsou uvedeny v čl. 13 odst. 2 a článku 14.“

Německé právo

- 9 Směrnice 2011/83 byla do německého práva provedena Gesetz zur Umsetzung der Verbraucherrechterichtlinie und zur Änderung des Gesetzes zur Regelung der Wohnungsvermittlung (zákon o transpozici směrnice o právech spotřebitelů a o změně zákona pro regulaci realitních kanceláří), ze dne 20. září 2013 (BGBl. 2013 I, s. 3642).

Spor v původním řízení a předběžné otázky

- 10 Unimatic je distribuční společnost, která prodává zboží zejména na veletrhu *Grüne Woche* (zelený týden), který se koná každý rok v Berlíně (Německo). Z předkládacího rozhodnutí vyplývá, že Unimatic prodává své zboží výhradně na veletrzích.
- 11 Dne 22. ledna 2015 si na tomto veletrhu zákazník objednal na stánku společnosti Unimatic parní čistič/vysavač za cenu 1 600 EUR. Unimatic tohoto zákazníka neinformovala o právu na odstoupení od smlouvy upraveném podle německého práva v souladu s článkem 9 směrnice 2011/83.
- 12 Sdružení mělo za to, že Unimatic měla uvedeného zákazníka informovat o právu na odstoupení od smlouvy, protože k uzavření kupní smlouvy došlo mimo obchodní prostory.
- 13 Sdružení tudíž podalo k Landgericht Freiburg (zemský soud ve Freiburgu, Německo) žalobu, kterou se domáhalo, aby společnosti Unimatic bylo zakázáno prodávat její výrobky, pakliže nebude poskytovat spotřebitelům informace o jejich právu na odstoupení od smlouvy.
- 14 Landgericht Freiburg (zemský soud ve Freiburgu) žalobu sdružení zamítl, stejně jako bylo zamítnuto i odvolání, které sdružení podalo k Oberlandesgericht Karlsruhe (vrchní zemský soud v Karlsruhe, Německo).
- 15 Za těchto okolností podalo sdružení opravný prostředek „Revision“ k předkládajícímu soudu, tedy k Bundesgerichtshof (Spolkový soudní dvůr, Německo).
- 16 Předkládající soud má za to, že ustanovení směrnice 2011/83 neuvádějí kritéria umožňující posoudit, do jaké míry obchodník provozuje v konkrétním případě svou činnost v obchodních prostorách „obvykle“ ve smyslu čl. 2 bodu 9 písm. b) této směrnice.
- 17 V tomto ohledu by bylo možné zejména s ohledem na bod 22 odůvodnění směrnice 2011/83 vzít v úvahu skutečnost, že obchodník obvykle provozuje prodej určitým způsobem, tj. že své výrobky v obchodních prostorách prodává pravidelně, a nikoli jen příležitostně.

- 18 Na druhé straně byl měl tento přístup za následek skutečnost, že spotřebitel, který nakupuje zboží na veletrhu u obchodníka, který má „stálý“ obchod, v němž totéž zboží obvykle uvádí na trh a pouze příležitostně jej prodává na veletrzích, by měl právo na odstoupení od smlouvy upravené v článku 9 směrnice 2011/83, zatímco prodej uskutečněný jiným obchodníkem, který své zboží obvykle prodává na veletrzích a nemá stálý obchod, by nebyl považován za prodej uskutečněný „mimo obchodní prostory“, a proto by s sebou nenesl zmíněné právo na odstoupení od smlouvy.
- 19 Podle dalšího přístupu, který uvádí předkládající soud, není pro posouzení toho, zda je smlouva uzavřena mimo „obchodní prostory“ ve smyslu čl. 2 bodu 9 směrnice 2011/83, rozhodující způsob, jakým obchodník organizuje své obchodní činnosti. Toto posouzení má být podle předkládajícího soudu provedeno s ohledem na povahu prodávaného zboží. Pokud se jedná o zboží běžně prodávané na veletrzích, je podle názoru předkládajícího soudu třeba mít za to, že spotřebitel, který navštívil dotčený veletrh, musel očekávat, že mu takové zboží bude nabídnuto ke koupi. Naproti tomu je podle předkládajícího soudu třeba zajistit ochranu spotřebitele, pokud jde o ostatní druhy zboží, jejichž nabídku nemohl na tomto veletrhu očekávat. Tento přístup je založen na účelu práva na odstoupení od smlouvy upraveného směrnicí 2011/83, kterým je ochránit spotřebitele před unáhleným uzavřením smlouvy v situaci, kdy je překvapen nebo je vystaven psychologickému nátlaku.
- 20 Pro přístup uvedený v předchozím bodě jsou relevantní očekávání a vnímání spotřebitele. V tomto ohledu by bylo možné zohlednit očekávání spotřebitele v okamžiku jeho rozhodnutí navštívit veletrh, přičemž tato očekávání jsou založena na informacích o zboží nebo službách, které jsou na veletrhu nabízeny. Dále pro účely výkladu čl. 2 bodu 9 směrnice 2011/83 by bylo třeba spíše zohlednit konkrétní okolnosti, za kterých na veletrhu dochází k uzavření smlouvy.
- 21 Za těchto podmínek se Bundesgerichtshof (Spolkový soudní dvůr) rozhodl přerušit řízení a položit Soudnímu dvoru následující předběžné otázky:

„1) Jedná se v případě stánku umístěného ve veletržní hale, který obchodník používá během veletrhu, jenž se koná několik dnů v roce, za účelem prodeje svých výrobků, o ‚nemovitou maloobchodní prostorou‘ ve smyslu čl. 2 bodu 9 písm. a) směrnice 2011/83/EU, nebo o ‚movitou maloobchodní prostorou‘ ve smyslu čl. 2 bodu 9 písm. b) uvedené směrnice?

2) V případě, že se jedná o movitou maloobchodní prostorou:

Je třeba otázku, zda obchodník provozuje svou činnost na veletržních stáncích ‚obvykle‘, zodpovědět podle toho,

- a) jakým způsobem obchodník organizuje svou činnost, nebo
- b) podle toho, zda spotřebitel musí očekávat uzavření smlouvy o dotčeném zboží na předmětném veletrhu?

3) V případě, že odpověď na druhou otázku závisí na vnímání spotřebitele [druhá otázka písm. b)]:

je nutno vycházet u otázky, zda spotřebitel musí očekávat uzavření smlouvy o dotčeném zboží na předmětném veletrhu, z pohledu veřejnosti obecně a zkoumat, jak je veletrh prezentován uvedené veřejnosti, nebo z pohledu dotčeného spotřebitele a zkoumat, jak se veletrh při vyjádření vůle uzavřít smlouvu ve skutečnosti jeví tomuto spotřebiteli?“

K předběžným otázkám

- 22 Podstatou otázek předkládajícího soudu, které je třeba zkoumat společně, je, zda čl. 2 bod 9 směrnice 2011/83 musí být vykládán v tom smyslu, že takový stánek, jako je stánek dotčený ve věci v původním řízení, který obchodník využívá na veletrhu a na kterém provozuje svou činnost několik dní v roce, je „obchodní prostorou“ ve smyslu tohoto ustanovení.

- 23 Úvodem je třeba připomenout, že směrnice 2011/83 v čl. 2 bodu 9 písm. a) definuje „obchodní prostory“ jako veškeré nemovité maloobchodní prostory, kde obchodník trvale provozuje svou činnost, a v čl. čl. 2 bodu 9 písm. b) jako veškeré movité maloobchodní prostory, kde obchodník obvykle provozuje svou činnost.
- 24 Bod odůvodnění 22 této směrnice v tomto ohledu uvádí, že obchodní prostory by měly zahrnovat prostory v jakékoli podobě, například prodejny, stánky nebo nákladní automobily, které obchodníkovi slouží jako trvalé či obvyklé místo jeho obchodování.
- 25 Unijní normotvůrce tak stanovil, že obchodními prostorami mohou být maloobchodní prostory buďto nemovité, či movité, přičemž obchodník provozuje činnost trvale nebo obvykle.
- 26 Směrnice 2011/83 nedefinuje, co se rozumí pod pojmem činnost provozovaná „trvale“ nebo „obvykle“, ani neodkazuje na vnitrostátní právo, pokud jde o přesný význam těchto výrazů.
- 27 Podle ustálené judikatury Soudního dvora z požadavku na jednotné používání unijního práva vyplývá, že když určité jeho ustanovení neodkazuje na právo členských států, pokud jde o konkrétní pojem, musí být tento pojem vykládán autonomním a jednotným způsobem v celé Unii, přičemž tento výklad je třeba nalézt s přihlédnutím nejen ke znění dotčeného ustanovení, ale rovněž k jeho kontextu a cíli sledovanému právní úpravou, jejíž je toto ustanovení součástí (rozsudky ze dne 8. března 2018, DOCERAM, C-395/16, EU:C:2018:172, bod 20 a citovaná judikatura).
- 28 Pojmy uvedené v čl. 2 bodu 9 písm. a) a b) směrnice 2011/83 proto musí být pro účely použití této směrnice považovány za autonomní pojmy unijního práva, které musí být vykládány jednotně na území všech členských států.
- 29 V tomto ohledu je třeba na prvním místě konstatovat, že činnosti obchodníka provozované na takovém stánku, jako je stánek dotčený ve věci v původním řízení, který je umístěn na veletrhu po dobu několika dnů v kalendářním roce, nemohou být považovány za činnosti provozované „trvale“ v obvyklém smyslu tohoto výrazu.
- 30 Pokud jde na druhém místě o výraz „obvykle“, je třeba uvést, že tento výraz může být ve svém běžném smyslu chápán jako odkaz buďto na určitou časovou stálost dotčené činnosti, nebo jako odkaz na běžnou povahu této činnosti provozované v dotčených prostorách. Smysl tohoto výrazu v běžném jazyce tedy sám o sobě neumožňuje, aby byl bez dalšího podán jeho jednoznačný výklad.
- 31 Nic to nemění na tom, že to, zda obchodník provozuje svou činnost v „obchodních prostorách“ ve smyslu čl. 2 bodu 9 směrnice 2011/83 trvale nebo obvykle, určuje rozsah ochrany spotřebitele stanovené touto směrnicí.
- 32 Články 6 a 7 směrnice 2011/83 totiž stanoví požadavky na informace a formální požadavky na „smlouvy uzavřené mimo obchodní prostory“ ve smyslu čl. 2 bodu 8 této směrnice. Články 9 až 16 této směrnice kromě toho přiznávají spotřebiteli právo odstoupit od smlouvy v návaznosti na uzavření takové smlouvy a stanoví podmínky a postupy pro výkon tohoto práva. Definice „smlouvy uzavřené mimo obchodní prostory“ odkazuje na pojem „obchodní prostory“ ve smyslu čl. 2 bodu 9 uvedené směrnice.
- 33 Cíl ustanovení uvedených v předchozím bodě je uveden zejména v bodě 21 odůvodnění směrnice 2011/83, podle něhož v případě, že se spotřebitel nachází mimo obchodní prostory obchodníka, může být potenciálně vystaven psychologickému nátlaku nebo vůči němu může být využito momentu překvapení, bez ohledu na to, zda si návštěvu obchodníka vyžádal či nikoli. Unijní normotvůrce měl tedy v úmyslu zahrnout rovněž situace, kdy je spotřebitel osobně a individuálně osloven mimo obchodní prostory, avšak smlouva je uzavřena bezprostředně poté v obchodních prostorách obchodníka nebo s využitím jednoho z prostředků komunikace na dálku.

- 34 Z toho vyplývá, že pokud unijní normotvůrce upravil ochranu spotřebitele v souvislosti se smlouvami uzavřenými mimo obchodní prostory pouze pro případy, kdy se spotřebitel v okamžiku uzavření smlouvy nenachází v prostorách trvale nebo obvykle využívaných obchodníkem, učinil tak právě proto, že byl toho názoru, že pokud se uvedený spotřebitel do takových prostor dostaví z vlastní vůle, může očekávat, že jej obchodník osloví, takže později nemůže případně platně namítat, že byl překvapen nabídkou od tohoto obchodníka.
- 35 Je kromě toho třeba připomenout, že pojem „obchodní prostory“ byl obsažen již v čl. 1 odst. 1 první odrážce směrnice Rady 85/577/EHS ze dne 20. prosince 1985, o ochraně spotřebitele v případě smluv uzavřených mimo obchodní prostory (Úř. věst. 1985, L 372, s. 31), která byla zrušena a nahrazena směrnicí 2011/83.
- 36 Čtvrtý bod odůvodnění směrnice 85/577 uváděl, že pro smlouvy uzavřené mimo obchodní prostory obchodníka je charakteristické, že podnět ke smluvnímu jednání zpravidla pochází od obchodníka a spotřebitel není na smluvní jednání připraven nebo je neočekává, že spotřebitel často nemá možnost porovnat jakost a cenu nabídky s jinými nabídkami. Tento bod odůvodnění dále uváděl, že tento prvek překvapení je obecně spojen nejen se smlouvami sjednávanými před domovními dveřmi, ale rovněž s jinými typy smluv uzavíraných obchodníkem mimo jeho obchodní prostory.
- 37 Zejména s ohledem na čtvrtý bod odůvodnění směrnice 85/577 Soudní dvůr rozhodl v bodech 34 a 37 rozsudku ze dne 22. dubna 1999, Travel Vac (C-423/97, EU:C:1999:197), že pojem „obchodní prostory“ ve smyslu této směrnice zahrnuje prostory, ve kterých obchodník obvykle provozuje své činnosti a které jsou zřetelně označeny jako místa pro prodej určený veřejnosti.
- 38 Jelikož z bodu 22 odůvodnění směrnice 2011/83 vyplývá, že směrnice má pod pojmem „obchodní prostory“ zahrnovat rovněž místa, kde není překvapením, že spotřebitel je osloven s obchodní nabídkou, je závěr, který plyne z tohoto rozsudku Soudního dvora, týkající se výkladu směrnice 85/577, relevantní i pro účely výkladu téhož pojmu ve smyslu směrnice 2011/83.
- 39 S ohledem na tyto úvahy a na úvahy uvedené v bodě 34 tohoto rozsudku musí být pojem „obvykle“ ve smyslu čl. 2 bodu 9 písm. b) směrnice 2011/83 chápán jako odkaz na běžnou povahu této činnosti provozované v dotčených prostorách.
- 40 Tento výklad není zpochybněn okolností, že čl. 2 bod 9 písm. a) směrnice 2011/83 odkazuje, pokud jde o nemovité prostory, na obchodní činnosti provozované dotčeným obchodníkem „trvale“ a nikoliv „obvykle“. Pokud totiž jde o takové prostory, samotná skutečnost, že dotčená činnost je v nich provozována trvale, nutně znamená, že z pohledu spotřebitele se jedná o činnost „běžnou“ nebo „obvyklou“. Spotřebitel nemůže být vzhledem k trvalému charakteru činnosti provozované v těchto obchodních prostorách zaskočen tím, jaký druh nabídky v nich dostane.
- 41 Pokud jde konkrétněji o takovou situaci, jako je situace dotčená ve věci v původním řízení, kdy obchodník vykonává svou činnost na stánku na veletrhu, je třeba připomenout, jak je uvedeno v bodě 22 odůvodnění směrnice 2011/83, že stánky na trhu a veletržní stánky by měly být za obchodní prostory považovány v případě, že splňují tuto podmínku.
- 42 Z uvedeného bodu odůvodnění rovněž vyplývá, že maloobchodní prostory, kde obchodník svou činnost provozuje sezónně, například během turistické sezóny v lyžařském či přímořském letovisku, by za obchodní prostory považovány být měly, neboť v nich obchodník svou činnost provozuje obvykle. Za obchodní prostory by naopak neměla být považována veřejně přístupná místa, jako jsou ulice, nákupní střediska, pláže, sportovní zařízení a veřejná doprava, které obchodník pro své podnikání používá pouze výjimečně, ani soukromá obydlí nebo pracoviště.

- 43 S ohledem na výše uvedené je třeba za účelem určení, zda stánek na veletrhu musí být v uvedeném případě kvalifikován jako „obchodní prostora“ ve smyslu čl. 2 bodu 9 této směrnice, zohlednit, jak konkrétně působí vzhled tohoto stánku na veřejnost a konkrétně to, zda z pohledu průměrného spotřebitele působí takový stánek jako místo, kde obchodník, který jej využívá, obvykle provozuje své činnosti, včetně činností sezónních, takže takový spotřebitel může rozumně očekávat, že při návštěvě takového místa bude osloven s obchodní nabídkou.
- 44 V tomto ohledu je relevantní vnímání průměrného spotřebitele, tedy spotřebitele, který je běžně informovaný a přiměřeně pozorný a obezřetný (viz obdobně rozsudky ze dne 30. dubna 2014, Kásler a Káslerne Rábai, C-26/13, EU:C:2014:282, bod 74; ze dne 26. října 2016, Canal Digital Danmark, C-611/14, EU:C:2016:800, bod 39, a ze dne 20. září 2017, Andriociuc a další, C-186/16, EU:C:2017:703, bod 47).
- 45 V této souvislosti je na vnitrostátním soudu, aby posoudil, jak vzhled dotčeného stánku působí na průměrného spotřebitele, a přitom zohlednil všechny faktické okolnosti, za kterých obchodník provozuje činnosti a zejména zohlednil informace uváděné v prostorách samotného veletrhu. Doba trvání dotčeného veletrhu není sama o sobě v tomto ohledu určující, vzhledem k tomu, že úmyslem unijního normotvůrce bylo, jak vyplývá z bodu 22 odůvodnění směrnice 2011/83, aby prostory, v nichž obchodník provozuje svou činnost sezónně, mohly být „obchodními prostory“ ve smyslu čl. 2 bodu 9 této směrnice.
- 46 Ze všech předcházejících úvah vyplývá, že na položené otázky je třeba odpovědět tak, že čl. 2 bodu 9 této směrnice 2011/83 musí být vykládán v tom smyslu, že takový stánek, jako je stánek dotčený ve věci v původním řízení, který využívá obchodník na veletrhu a na kterém několik dní v roce provozuje své činnosti, je „obchodní prostorou“ ve smyslu tohoto ustanovení, pokud s ohledem na všechny faktické okolnosti, za kterých obchodník tyto činnosti provozuje, a zejména s ohledem na vzhled tohoto stánku a informace uváděné v prostorách samotného veletrhu, může běžně informovaný a přiměřeně pozorný a obezřetný spotřebitel rozumně očekávat, že obchodník v uvedených prostorách provozuje své činnosti a že jej osloví s nabídkou k uzavření smlouvy, což přísluší ověřit vnitrostátnímu soudu.

K nákladům řízení

- 47 Vzhledem k tomu, že řízení má, pokud jde o účastníky původního řízení, povahu incidenčního řízení vztahu ke sporu probíhajícímu před předkládajícím soudem, je k rozhodnutí o nákladech řízení příslušný uvedený soud. Výdaje vzniklé předložením jiných vyjádření Soudnímu dvoru než vyjádření uvedených účastníků řízení se nenahrazují.

Z těchto důvodů Soudní dvůr (osmý senát) rozhodl takto:

Článek 2 bod 9 směrnice Evropského parlamentu a Rady 2011/83/EU ze dne 25. října 2011 o právech spotřebitelů, kterou se mění směrnice Rady 93/13/EHS a směrnice Evropského parlamentu a Rady 1999/44/ES a zrušuje směrnice Rady 85/577/EHS a směrnice Evropského parlamentu a Rady 97/7/ES musí být vykládán v tom smyslu, že takový stánek, jako je stánek dotčený ve věci v původním řízení, který využívá obchodník na veletrhu a na kterém několik dní v roce provozuje své činnosti, je „obchodní prostorou“ ve smyslu tohoto ustanovení, pokud s ohledem na všechny faktické okolnosti, za kterých obchodník tyto činnosti provozuje, a zejména s ohledem na vzhled tohoto stánku a informace uváděné v prostorách samotného veletrhu, může běžně informovaný a přiměřeně pozorný a obezřetný spotřebitel rozumně očekávat, že obchodník v uvedených prostorách provozuje své činnosti a že jej osloví s nabídkou k uzavření smlouvy, což přísluší ověřit vnitrostátnímu soudu.

Podpisy.