



Συλλογή της Νομολογίας

ΑΠΟΦΑΣΗ ΤΟΥ ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΟΥ (όγδοο τμήμα)

της 7ης Αυγούστου 2018*

«Προδικαστική παραπομπή – Προστασία των καταναλωτών – Οδηγία 2011/83/ΕΕ – Άρθρο 2, σημείο 9 – Έννοια του “εμπορικού καταστήματος” – Κριτήρια – Σύμβαση πώλησεως συναφθείσα στο εκθεσιακό περίπτερο που διατηρεί έμπορος σε εμπορική έκθεση»

Στην υπόθεση C-485/17,

με αντικείμενο αίτηση προδικαστικής αποφάσεως δυνάμει του άρθρου 267 ΣΛΕΕ, που υπέβαλε το Bundesgerichtshof (Ανώτατο Ομοσπονδιακό Δικαστήριο, Γερμανία) με απόφαση της 13ης Ιουλίου 2017, η οποία περιήλθε στο Δικαστήριο στις 10 Αυγούστου 2017, στο πλαίσιο της δίκης

Verbraucherzentrale Berlin eV

κατά

Unimatic Vertriebs GmbH,

ΤΟ ΔΙΚΑΣΤΗΡΙΟ (όγδοο τμήμα),

συγκείμενο από τους J. Malenovský, πρόεδρο τμήματος, M. Safjan (εισηγητή) και D. Šváby, δικαστές,

γενικός εισαγγελέας: H. Saugmandsgaard Øe

γραμματέας: A. Calot Escobar

έχοντας υπόψη την έγγραφη διαδικασία,

λαμβάνοντας υπόψη τις παρατηρήσεις που υπέβαλαν:

- η Verbraucherzentrale Berlin eV, εκπροσωπούμενη από τον R. Jahn, Rechtsanwalt,
- η Unimatic Vertriebs GmbH, εκπροσωπούμενη από τον P. Rau, Rechtsanwalt,
- η Βελγική Κυβέρνηση, εκπροσωπούμενη από τον P. Cottin και την J. Van Holm,
- η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, εκπροσωπούμενη από τους C. Hödlmayr και N. Ruiz García,

κατόπιν της αποφάσεως που έλαβε, αφού άκουσε τον γενικό εισαγγελέα, να εκδικάσει την υπόθεση χωρίς ανάπτυξη προτάσεων,

εκδίδει την ακόλουθη

* Γλώσσα διαδικασίας: η γερμανική.

Απόφαση

- 1 Η αίτηση προδικαστικής αποφάσεως αφορά την ερμηνεία του άρθρου 2, σημείο 9, της οδηγίας 2011/83/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 25ης Οκτωβρίου 2011, σχετικά με τα δικαιώματα των καταναλωτών, την τροποποίηση της οδηγίας 93/13/ΕΟΚ του Συμβουλίου και της οδηγίας 1999/44/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου και την κατάργηση της οδηγίας 85/577/ΕΟΚ του Συμβουλίου και της οδηγίας 97/7/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου (ΕΕ 2011, L 304, σ. 64).
- 2 Η αίτηση αυτή υποβλήθηκε στο πλαίσιο ένδικης διαφοράς μεταξύ της Verbraucherzentrale Berlin eV, ένωσης καταναλωτών (στο εξής: ένωση), και της Unimatic Vertriebs GmbH (στο εξής: Unimatic), εταιρίας διανομής, όσον αφορά την ενημέρωση σχετικά με το δικαίωμα υπαναχωρήσεως του καταναλωτή στο πλαίσιο πωλήσεως συναφθείσας σε εμπορική έκθεση.

Το νομικό πλαίσιο

Το δίκαιο της Ένωσης

- 3 Στις αιτιολογικές σκέψεις 4, 5, 7, 21, 22 και 37 της οδηγίας 2011/83 διαλαμβάνονται τα εξής:
 - «(4) [...] Η εναρμόνιση ορισμένων πτυχών των εξ αποστάσεως και εκτός καταστήματος συναπτόμενων συμβάσεων είναι αναγκαία για την προαγωγή μιας πραγματικής εσωτερικής αγοράς των καταναλωτών που επιτυγχάνει τη σωστή ισορροπία μεταξύ υψηλού επιπέδου προστασίας των καταναλωτών και ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων, εξασφαλίζοντας παράλληλα την τήρηση της αρχής της επικουρικότητας.
 - (5) [...] [Η] πλήρης εναρμόνιση της ενημέρωσης του καταναλωτή και το δικαίωμα υπαναχώρησης σε εξ αποστάσεως συμβάσεις και συμβάσεις εκτός εμπορικών καταστημάτων θα συμβάλουν σε ένα υψηλό επίπεδο προστασίας των καταναλωτών και στην καλύτερη λειτουργία της εσωτερικής αγοράς [...]
 - [...]
 - (7) Η πλήρης εναρμόνιση ορισμένων βασικών ρυθμιστικών πτυχών θα πρέπει να αυξήσει σημαντικά την ασφάλεια δικαίου τόσο για τους καταναλωτές όσο και για τους εμπόρους. [...] Περαιτέρω, οι καταναλωτές θα πρέπει να απολαύουν υψηλό κοινό επίπεδο προστασίας σε ολόκληρη την Ένωση.
 - [...]
 - (21) Ως σύμβαση εκτός εμπορικού καταστήματος θα πρέπει να ορίζεται η σύμβαση που συνάπτεται με την ταυτόχρονη φυσική παρουσία του εμπόρου και του καταναλωτή, σε χώρο που δεν αποτελεί το εμπορικό κατάστημα του εμπόρου, παραδείγματος χάριν στο σπίτι ή στον χώρο εργασίας του καταναλωτή. Κατά τις συναλλαγές εκτός εμπορικών καταστημάτων, ο καταναλωτής μπορεί να είναι δυνητικά υπό ψυχολογική πίεση ή αντιμέτωπος με το στοιχείο του αιφνιδιασμού, ανεξάρτητα από το εάν ο καταναλωτής έχει ζητήσει την επίσκεψη του εμπόρου ή όχι. Ο ορισμός της σύμβασης εκτός εμπορικού καταστήματος θα πρέπει να περιλαμβάνει και καταστάσεις κατά τις οποίες ο έμπορος απευθύνεται προσωπικά και ατομικά σε συγκεκριμένο καταναλωτή εκτός εμπορικού καταστήματος, αλλά η σύμβαση συνάπτεται αμέσως μετά στο εμπορικό κατάστημα του εμπόρου ή με εξ αποστάσεως επικοινωνία. [...] Ως εκτός εμπορικού καταστήματος συναπτόμενες συμβάσεις θα πρέπει να θεωρούνται και οι αγορές που πραγματοποιούνται στη διάρκεια εκδρομής που οργανώνεται από τον έμπορο κατά τη διάρκεια της οποίας προωθούνται και προσφέρονται προς πώληση τα κτηθέντα προϊόντα.

(22) Τα εμπορικά καταστήματα θα πρέπει να περιλαμβάνουν εγκαταστάσεις σε οποιαδήποτε μορφή (όπως καταστήματα, πάγκοι αγορών ή φορτηγά) οι οποίες χρησιμεύουν ως μόνιμος ή συνήθης χώρος συναλλαγών για τον έμπορο. Οι πάγκοι σε λαϊκές αγορές και τα περίπτερα σε εκθέσεις θα πρέπει να θεωρούνται εμπορικά καταστήματα, εάν πληρούν την προϋπόθεση αυτή. Οι χώροι λιανικής πώλησης όπου ο έμπορος ασκεί τη δραστηριότητά του σε εποχική βάση, όπως παραδείγματος χάριν στη διάρκεια της τουριστικής περιόδου σε χιονοδρομικό ή παραθαλάσσιο θέρετρο, θα πρέπει να θεωρούνται εμπορικό κατάστημα εάν ο έμπορος ασκεί τη δραστηριότητά του στους εν λόγω χώρους σε συνήθη βάση. Οι χώροι στους οποίους έχει πρόσβαση το κοινό, όπως οδοί, εμπορικά κέντρα, παραλίες, αθλητικές εγκαταστάσεις και δημόσια μέσα μεταφοράς, που ο έμπορος χρησιμοποιεί εκτάκτως για τις επαγγελματικές του δραστηριότητες, καθώς και οι ιδιωτικές κατοικίες ή οι χώροι εργασίας, δεν θα πρέπει να θεωρούνται εμπορικά καταστήματα. [...]

[...]

(37) [...] Όσον αφορά τις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος, ο καταναλωτής θα πρέπει να έχει το δικαίωμα υπαναχώρησης εξαιτίας του δυνητικού στοιχείου του αιφνιδιασμού και/ή της ψυχολογικής πίεσης. Η υπαναχώρηση από τη σύμβαση θα πρέπει να τερματίζει την υποχρέωση των συμβαλλόμενων μερών για εκτέλεση της σύμβασης.»

4 Το άρθρο 2 της οδηγίας αυτής, το οποίο επιγράφεται «Ορισμοί», προβλέπει τα εξής:

«Για τους σκοπούς της παρούσας οδηγίας, ισχύουν οι ακόλουθοι ορισμοί:

[...]

8) “σύμβαση εκτός εμπορικού καταστήματος”: κάθε σύμβαση μεταξύ του εμπόρου και του καταναλωτή:

- α) η οποία συνάπτεται με ταυτόχρονη φυσική παρουσία του εμπόρου και του καταναλωτή σε χώρο που δεν είναι το εμπορικό κατάστημα του εμπόρου,
- β) για την οποία έγινε προσφορά από τον καταναλωτή κάτω από τις ίδιες συνθήκες που περιγράφονται στο στοιχείο α),
- γ) η οποία συνάπτεται στο εμπορικό κατάστημα του εμπόρου ή με χρήση οποιουδήποτε μέσου εξ αποστάσεως επικοινωνίας αμέσως μετά από προσωπική και ατομική επαφή με τον καταναλωτή σε χώρο που δεν είναι το εμπορικό κατάστημα του εμπόρου, με την ταυτόχρονη φυσική παρουσία του εμπόρου και του καταναλωτή, ή
- δ) η οποία συνάπτεται στη διάρκεια εκδρομής οργανωμένης από τον έμπορο με σκοπό ή αποτέλεσμα τη διαφήμιση και πώληση αγαθών ή υπηρεσιών στον καταναλωτή·

9) “εμπορικό κατάστημα”:

- α) κάθε ακίνητος χώρος λιανικής πώλησης, όπου ο έμπορος πραγματοποιεί τη δραστηριότητά του σε μόνιμη βάση, ή
- β) κάθε κινητός χώρος λιανικής πώλησης, όπου ο έμπορος πραγματοποιεί τη δραστηριότητά του σε συνήθη βάση·

[...]».

5 Το άρθρο 5 της εν λόγω οδηγίας αφορά τις «[υ]ποχρεώσεις ενημέρωσης για συμβάσεις άλλες από τις συναπτόμενες εξ αποστάσεως ή εκτός εμπορικού καταστήματος».

- 6 Το άρθρο 6 της ίδιας οδηγίας, το οποίο επιγράφεται «Απαιτήσεις ενημέρωσης για συμβάσεις εξ αποστάσεως και συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος», ορίζει, στην παράγραφο 1, τα εξής:

«Πριν δεσμευθεί ο καταναλωτής με σύμβαση συναπτόμενη εξ αποστάσεως ή εκτός εμπορικού καταστήματος ή με οποιαδήποτε αντίστοιχη προσφορά, ο έμπορος παρέχει στον καταναλωτή τις ακόλουθες πληροφορίες με ευκρινή και κατανοητό τρόπο:

[...]

η) όπου υπάρχει δικαίωμα υπαναχώρησης, τις προϋποθέσεις, την προθεσμία και τις διαδικασίες άσκησης του δικαιώματος σύμφωνα με το άρθρο 11, παράγραφος 1, καθώς και το υπόδειγμα του εντύπου υπαναχώρησης που παρατίθεται στο παράρτημα I τμήμα Β·

[...].».

- 7 Το άρθρο 7 της οδηγίας 2011/83, το οποίο επιγράφεται «Τυπικές απαιτήσεις για συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος», προβλέπει, στην παράγραφο 1, τα εξής:

«Όσον αφορά τις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος, ο έμπορος παρέχει τις πληροφορίες που προβλέπονται στο άρθρο 6, παράγραφος 1, στον καταναλωτή σε χαρτί ή, εάν συμφωνεί ο καταναλωτής, σε άλλο σταθερό μέσο. Οι πληροφορίες αυτές πρέπει να είναι ευανάγνωστες και διατυπωμένες σε απλή και κατανοητή γλώσσα.»

- 8 Το άρθρο 9 της οδηγίας αυτής, το οποίο επιγράφεται «Δικαίωμα υπαναχώρησης», ορίζει, στην παράγραφο 1, τα εξής:

«Εκτός εάν ισχύουν οι εξαιρέσεις που προβλέπονται στο άρθρο 16, ο καταναλωτής διαθέτει προθεσμία 14 ημερών για να υπαναχωρήσει από την εξ αποστάσεως σύμβαση ή τη σύμβαση εκτός εμπορικού καταστήματος χωρίς να αναφέρει τους λόγους και χωρίς καμία επιβάρυνση πέρα από τις προβλεπόμενες στο άρθρο 13, παράγραφος 2, και στο άρθρο 14.»

Το γερμανικό δίκαιο

- 9 Η οδηγία 2011/83 μεταφέρθηκε στο γερμανικό δίκαιο με τον Gesetz zur Umsetzung der Verbraucherrechterichtlinie und zur Änderung des Gesetzes zur Regelung der Wohnungsvermittlung (νόμο περί μεταφοράς της οδηγίας σχετικά με τα δικαιώματα των καταναλωτών στην εσωτερική έννομη τάξη και περί τροποποίησης του νόμου σχετικά με τη ρύθμιση των γραφείων μεσιτείας ακινήτων), της 20ής Σεπτεμβρίου 2013 (BGBl. 2013 I, σ. 3642).

Η διαφορά της κύριας δίκης και τα προδικαστικά ερωτήματα

- 10 Η Unimatic είναι εταιρία διανομής που διαθέτει στο εμπόριο αγαθά, μεταξύ άλλων, στο πλαίσιο της εκθέσεως Grüne Woche (πράσινη εβδομάδα), η οποία πραγματοποιείται ετησίως στο Βερολίνο (Γερμανία). Από την απόφαση περί παραπομπής προκύπτει ότι η Unimatic προβαίνει στην πώληση των αγαθών της αποκλειστικώς στο πλαίσιο εκθέσεων.
- 11 Στις 22 Ιανουαρίου 2015, ένας πελάτης παρήγγειλε στο εκθεσιακό περίπτερο που διατηρεί η Unimatic στη συγκεκριμένη έκθεση μια συσκευή καθαρισμού με ατμό/ηλεκτρική σκούπα έναντι τιμήματος 1 600 ευρώ. Η Unimatic δεν ενημέρωσε τον εν λόγω πελάτη σχετικά με την ύπαρξη δικαιώματος υπαναχώρησης που προβλέπεται από τη γερμανική νομοθεσία, σύμφωνα με το άρθρο 9 της οδηγίας 2011/83.

- 12 Η ένωση θεώρησε ότι η Unimatic όφειλε να έχει ενημερώσει τον εν λόγω πελάτη σχετικά με την ύπαρξη δικαιώματος υπαναχωρήσεως, καθόσον η σύμβαση πωλήσεως συνήφθη εκτός εμπορικού καταστήματος.
- 13 Κατά συνέπεια, η ένωση άσκησε ενώπιον του Landgericht Freiburg (πρωτοδικείου Φράιμπουργκ, Γερμανία) αγωγή με αίτημα να απαγορευθεί στην Unimatic να πωλεί τα προϊόντα της χωρίς να ενημερώνει τους καταναλωτές σχετικά με το δικαίωμα υπαναχωρήσεως του οποίου αυτοί απολαύουν.
- 14 Η αγωγή της ένωσης απορρίφθηκε από το Landgericht Freiburg (πρωτοδικείο Φράιμπουργκ), όπως επίσης απορρίφθηκε και η έφεση που άσκησε η εν λόγω ένωση ενώπιον του Oberlandesgericht Karlsruhe (εφετείου Καρλσρούης, Γερμανία).
- 15 Υπό τις συνθήκες αυτές, η ένωση άσκησε αναίρεση ενώπιον του αιτούντος δικαστηρίου, του Bundesgerichtshof (Ανωτάτου Ομοσπονδιακού Δικαστηρίου, Γερμανία).
- 16 Το αιτούν δικαστήριο εκτιμά ότι από το γράμμα των διατάξεων της οδηγίας 2011/83 δεν προκύπτουν τα κριτήρια που καθιστούν δυνατό να εκτιμηθεί κατά πόσον, σε μια συγκεκριμένη περίπτωση, ο έμπορος ασκεί τη δραστηριότητά του σε χώρο λιανικής πωλήσεως «σε συνήθη βάση», κατά την έννοια του άρθρου 2, σημείο 9, στοιχείο β', της οδηγίας αυτής.
- 17 Αφενός, υπό το πρίσμα, ιδίως, της αιτιολογικής σκέψεως 22 της οδηγίας 2011/83, θα μπορούσε, συναφώς, να ληφθεί υπόψη το γεγονός ότι ο έμπορος χρησιμοποιεί σε συνήθη βάση μια ορισμένη μέθοδο πωλήσεως, δηλαδή ότι πωλεί τακτικά, και όχι μόνο περιστασιακά, τα προϊόντα του σε έναν χώρο λιανικής πωλήσεως.
- 18 Αφετέρου, η προσέγγιση αυτή θα είχε ως συνέπεια ο καταναλωτής που αγοράζει αγαθό προσφερόμενο προς πώληση στο πλαίσιο εκθέσεως από έμπορο, ο οποίος διαθέτει «σταθερό» κατάστημα όπου εμπορεύεται συνήθως το ίδιο αγαθό, το οποίο μόνον περιστασιακά εμπορεύεται στο πλαίσιο εκθέσεων να έχει το δικαίωμα υπαναχωρήσεως που προβλέπεται στο άρθρο 9 της οδηγίας 2011/83, ενώ η πώληση που πραγματοποιείται από άλλον έμπορο που πωλεί συνήθως τα αγαθά του σε εκθέσεις και δεν διαθέτει σταθερό κατάστημα να μην θεωρείται πραγματοποιηθείσα «εκτός εμπορικού καταστήματος» και, επομένως, να μην συνοδεύεται από παροχή του εν λόγω δικαιώματος υπαναχωρήσεως.
- 19 Σύμφωνα με μια άλλη προσέγγιση, την οποία εξέθεσε το αιτούν δικαστήριο, ο τρόπος κατά τον οποίο ο έμπορος οργανώνει την εμπορική δραστηριότητά του δεν αποτελεί καθοριστικό στοιχείο προκειμένου να εκτιμηθεί αν η σύμβαση έχει συναφθεί εκτός «εμπορικού καταστήματος», κατά την έννοια του άρθρου 2, σημείο 9, της οδηγίας 2011/83. Η εν λόγω εκτίμηση θα πρέπει να διενεργείται με γνώμονα τη φύση του πωλούμενου αγαθού. Εάν πρόκειται για αγαθό που πωλείται κατά κανόνα σε εκθέσεις, θα πρέπει να θεωρηθεί ότι ο καταναλωτής όφειλε να αναμένει, μεταβαίνοντας στην εν λόγω έκθεση, ότι θα του προσφερόταν προς πώληση ένα τέτοιο αγαθό. Αντιθέτως, θα πρέπει να υπάρχει μέριμνα για την προστασία του καταναλωτή όσον αφορά τα λοιπά είδη αγαθών, τα οποία δεν μπορούσε να αναμένει ότι θα του προσφερθούν προς πώληση στη συγκεκριμένη έκθεση. Η προσέγγιση αυτή στηρίζεται στον σκοπό του προβλεπόμενου από την οδηγία 2011/83 δικαιώματος υπαναχωρήσεως, ο οποίος συνίσταται στην προστασία του καταναλωτή από την εσπευσμένη σύναψη συμβάσεως σε κατάσταση αιφνιδιασμού ή υπό ψυχολογική πίεση.
- 20 Στο πλαίσιο της προσεγγίσεως για την οποία γίνεται λόγος στην προηγούμενη σκέψη, κρίσιμες είναι οι προσδοκίες και η αντίληψη του καταναλωτή. Συναφώς, αφενός, θα ήταν δυνατόν να ληφθούν υπόψη οι προσδοκίες του καταναλωτή κατά το χρονικό σημείο της λήψεως της αποφάσεως να μεταβεί στην έκθεση, προσδοκίες στηριζόμενες στις πληροφορίες σχετικά με τα αγαθά ή τις υπηρεσίες που θα προσφέρονται κατά τη διάρκεια της εκθέσεως αυτής. Αφετέρου, για τους σκοπούς της ερμηνείας του άρθρου 2, σημείο 9, της οδηγίας 2011/83, θα ήταν περισσότερο ενδεδειγμένο να λαμβάνονται υπόψη οι συγκεκριμένες περιστάσεις υπό τις οποίες συνήφθη η σύμβαση στο πλαίσιο εκθέσεως.

21 Υπό τις συνθήκες αυτές, το Bundesgerichtshof (Ανώτατο Ομοσπονδιακό Δικαστήριο) αποφάσισε να αναστείλει την ενώπιόν του διαδικασία και να υποβάλει στο Δικαστήριο τα εξής προδικαστικά ερωτήματα:

«1) Αποτελεί το ευρισκόμενο σε αίθουσα εκθεσιακό περίπτερο, το οποίο χρησιμοποιείται από έμπορο κατά τη διάρκεια ολιγοήμερης, ετησίως πραγματοποιούμενης εκθέσεως προς τον σκοπό της πώλησεως των προϊόντων του, “ακίνητο χώρο λιανικής πώλησεως”, κατά την έννοια του άρθρου 2, σημείο 9, στοιχείο α΄, της οδηγίας 2011/83, ή “κινητό χώρο λιανικής πώλησεως”, κατά την έννοια του άρθρου 2, σημείο 9, στοιχείο β΄, της εν λόγω οδηγίας;

2) Σε περίπτωση που πρόκειται για κινητό χώρο λιανικής πώλησεως:

Πρέπει το ερώτημα αν ο έμπορος ασκεί τη δραστηριότητά του “σε συνήθη βάση” σε εκθεσιακά περίπτερα να απαντηθεί με γνώμονα

α) το πώς ο έμπορος οργανώνει τη δραστηριότητά του ή

β) το αν ο καταναλωτής πρέπει να αναμένει τη σύναψη συμβάσεως με αντικείμενο τα επίμαχα προϊόντα στη συγκεκριμένη έκθεση;

3) Σε περίπτωση που θεωρηθεί ότι κρίσιμη για την απάντηση που θα δοθεί στο δεύτερο ερώτημα είναι η αντίληψη του καταναλωτή (δεύτερο ερώτημα, στοιχείο β΄):

Είναι κρίσιμο για την απάντηση που θα δοθεί στο ερώτημα αν ο καταναλωτής πρέπει να αναμένει τη σύναψη συμβάσεως με αντικείμενο τα επίμαχα προϊόντα στη συγκεκριμένη έκθεση το πώς η έκθεση παρουσιάζεται στο κοινό ή το πώς παρουσιάζεται πράγματι η έκθεση στον καταναλωτή όταν αυτός προβαίνει στη δήλωση βουλήσεως περί συνάψεως της συμβάσεως;»

Επί των προδικαστικών ερωτημάτων

22 Με τα ερωτήματά του, που πρέπει να εξετασθούν από κοινού, το αιτούν δικαστήριο ζητεί, κατ’ ουσίαν, να διευκρινισθεί αν το άρθρο 2, σημείο 9, της οδηγίας 2011/83 πρέπει να ερμηνευθεί υπό την έννοια ότι εκθεσιακό περίπτερο όπως το επίμαχο στην κύρια δίκη, το οποίο διατηρεί έμπορος σε εμπορική έκθεση και στο οποίο αυτός ασκεί τις δραστηριότητές του για μερικές ημέρες ετησίως, αποτελεί «εμπορικό κατάστημα», κατά την έννοια της διατάξεως αυτής.

23 Προκαταρκτικώς, πρέπει να υπομνησθεί ότι η οδηγία 2011/83 ορίζει το «εμπορικό κατάστημα», αφενός, στο άρθρο 2, σημείο 9, στοιχείο α΄, ως κάθε ακίνητο χώρο λιανικής πώλησης, όπου ο έμπορος ασκεί τη δραστηριότητά του σε μόνιμη βάση και, αφετέρου, στο άρθρο 2, σημείο 9, στοιχείο β΄, ως κάθε κινητό χώρο λιανικής πώλησης, όπου ο έμπορος ασκεί τη δραστηριότητά του σε συνήθη βάση.

24 Συναφώς, στην αιτιολογική σκέψη 22 της οδηγίας αυτής διευκρινίζεται ότι τα εμπορικά καταστήματα θα πρέπει να περιλαμβάνουν εγκαταστάσεις σε οποιαδήποτε μορφή, όπως καταστήματα, πάγκους αγορών ή φορτηγά, οι οποίες χρησιμεύουν ως μόνιμος ή συνήθης χώρος συναλλαγών για τον έμπορο.

25 Συνεπώς, ο νομοθέτης της Ένωσης προέβλεψε ότι το εμπορικό κατάστημα μπορεί να είναι χώρος λιανικής πώλησεως είτε ακίνητος είτε κινητός, εφόσον η δραστηριότητα του εμπόρου ασκείται σε μόνιμη βάση ή σε συνήθη βάση.

26 Η οδηγία 2011/83 δεν ορίζει τι πρέπει να νοείται ως δραστηριότητα που ασκείται «σε μόνιμη βάση» ή «σε συνήθη βάση», ούτε παραπέμπει στα εθνικά δίκαια όσον αφορά την ακριβή έννοια των όρων αυτών.

- 27 Κατά πάγια νομολογία του Δικαστηρίου, από την απαίτηση περί ενιαίας εφαρμογής του δικαίου της Ένωσης συνάγεται ότι, όταν διάταξη του δικαίου της Ένωσης δεν περιέχει ρητή παραπομπή στο δίκαιο των κρατών μελών για τον προσδιορισμό μιας συγκεκριμένης έννοιας, η εν λόγω έννοια πρέπει να ερμηνεύεται κατά τρόπο αυτοτελή και ενιαίο σε ολόκληρη την Ένωση βάσει όχι μόνον του γράμματος της οικείας διατάξεως, αλλά και του πλαισίου στο οποίο αυτή εντάσσεται και του σκοπού της ρυθμίσεως της οποίας η εν λόγω διάταξη αποτελεί μέρος (απόφαση της 8ης Μαρτίου 2018, DOCERAM, C-395/16, EU:C:2018:172, σκέψη 20 και εκεί παρατιθέμενη νομολογία).
- 28 Επομένως, οι έννοιες περί των οποίων γίνεται λόγος στο άρθρο 2, σημείο 9, στοιχεία α' και β', της οδηγίας 2011/83 πρέπει να θεωρηθούν, για τους σκοπούς της εφαρμογής της οδηγίας αυτής, ως αυτοτελείς έννοιες του δικαίου της Ένωσης, που πρέπει να ερμηνεύονται κατά τρόπο ενιαίο στο έδαφος όλων των κρατών μελών.
- 29 Συναφώς, πρώτον, επιβάλλεται η διαπίστωση ότι οι δραστηριότητες εμπόρου που ασκούνται σε εκθεσιακό περίπτερο όπως το επίμαχο στην κύρια δίκη, το οποίο είναι εγκατεστημένο σε μια έκθεση για περίοδο μερικών ημερών κατά τη διάρκεια ενός ημερολογιακού έτους, δεν μπορούν να θεωρηθούν ασκούμενες «σε μόνιμη βάση», κατά τη συνήθη έννοια της εκφράσεως αυτής.
- 30 Δεύτερον, όσον αφορά την έκφραση «σε συνήθη βάση», πρέπει να επισημανθεί ότι, υπό τη συνήθη έννοιά της, η έκφραση αυτή μπορεί να γίνει αντιληπτή ως παραπέμπουσα είτε σε μια ορισμένη χρονική συνέχεια της επίμαχης δραστηριότητας είτε στον κανονικό χαρακτήρα της ασκήσεως της δραστηριότητας αυτής στον επίμαχο χώρο. Κατά συνέπεια, η έννοια της εκφράσεως αυτής στην καθομιλουμένη δεν μπορεί να οδηγήσει άνευ ετέρου σε μονοσήμαντη ερμηνεία της.
- 31 Γεγονός παραμένει ότι η άσκηση των δραστηριοτήτων του εμπόρου σε μόνιμη βάση ή σε συνήθη βάση σε «εμπορικό κατάστημα», κατά την έννοια του άρθρου 2, σημείο 9, της οδηγίας 2011/83, καθορίζει την έκταση της προβλεπόμενης από την οδηγία αυτή προστασίας του καταναλωτή.
- 32 Συγκεκριμένα, αφενός, τα άρθρα 6 και 7 της οδηγίας 2011/83 προβλέπουν απαιτήσεις ενημερώσεως και τυπικές απαιτήσεις για «συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος», κατά την έννοια του άρθρου 2, σημείο 8, της οδηγίας αυτής. Επιπλέον, τα άρθρα 9 έως 16 της οδηγίας αυτής παρέχουν στον καταναλωτή δικαίωμα υπαναχωρήσεως κατόπιν της συνάψεως μιας τέτοιας συμβάσεως και ορίζουν τις προϋποθέσεις και τον τρόπο ασκήσεως του εν λόγω δικαιώματος. Αφετέρου, ο ορισμός της «συμβάσεως εκτός εμπορικού καταστήματος» αναφέρεται στην έννοια του «εμπορικού καταστήματος», κατά το άρθρο 2, σημείο 9, της εν λόγω οδηγίας.
- 33 Ο σκοπός των διατάξεων για τις οποίες έγινε λόγος στην προηγούμενη σκέψη εκτίθεται, μεταξύ άλλων, στην αιτιολογική σκέψη 21 της οδηγίας 2011/83, σύμφωνα με την οποία, σε περίπτωση που ένας καταναλωτής βρίσκεται εκτός του εμπορικού καταστήματος του εμπόρου, ο εν λόγω καταναλωτής μπορεί να είναι δυνητικά υπό ψυχολογική πίεση ή αντιμέτωπος με το στοιχείο του αιφνιδιασμού, ανεξάρτητα από το εάν έχει ζητήσει την επίσκεψη του εμπόρου ή όχι. Στο μέτρο αυτό, ο νομοθέτης της Ένωσης θέλησε να καλύψει και περιπτώσεις στις οποίες ο έμπορος απευθύνεται προσωπικά και ατομικά σε συγκεκριμένο καταναλωτή εκτός εμπορικού καταστήματος, αλλά η σύμβαση συνάπτεται αμέσως μετά στο εμπορικό κατάστημα του εμπόρου ή με τη χρήση μέσου εξ αποστάσεως επικοινωνίας.
- 34 Εξ αυτών προκύπτει ότι η εκ μέρους του νομοθέτη της Ένωσης πρόβλεψη της προστασίας του καταναλωτή, όσον αφορά τις συμβάσεις εκτός εμπορικού καταστήματος, στην περίπτωση που, κατά το χρονικό σημείο της συνάψεως της συμβάσεως, ο καταναλωτής δεν βρίσκεται σε εμπορικό κατάστημα το οποίο κατέχει ο έμπορος σε μόνιμη βάση ή σε συνήθη βάση, οφείλεται στο ότι ο ως άνω νομοθέτης εκτίμησε ότι ο εν λόγω καταναλωτής, μεταβαίνοντας αυθόρμητα σε ένα τέτοιο εμπορικό κατάστημα, μπορεί να αναμένει ότι ο έμπορος ενδέχεται να απευθυνθεί σ' αυτόν, οπότε στη συνέχεια δεν μπορεί, αν παραστεί ανάγκη, να υποστηρίξει βασίμως ότι αιφνιδιάστηκε από την προσφορά του συγκεκριμένου εμπόρου.

- 35 Επιπλέον, πρέπει να υπομνησθεί ότι η έννοια του «εμπορικού καταστήματος» περιλαμβανόταν ήδη στο άρθρο 1, παράγραφος 1, πρώτη περίπτωση, της οδηγίας 85/577/ΕΟΚ του Συμβουλίου, της 20ής Δεκεμβρίου 1985, για την προστασία των καταναλωτών κατά τη σύναψη συμβάσεων εκτός εμπορικού καταστήματος (ΕΕ 1985, L 372, σ. 31), η οποία καταργήθηκε και αντικαταστάθηκε από την οδηγία 2011/83.
- 36 Στην τέταρτη αιτιολογική σκέψη της οδηγίας 85/577 διαλαμβάνεται ότι το ειδικό χαρακτηριστικό των συμβάσεων που συνάπτονται εκτός εμπορικού καταστήματος είναι ότι, κατά κανόνα, οι διαπραγματεύσεις αρχίζουν με πρωτοβουλία του εμπόρου, ενώ ο καταναλωτής είναι τελείως απροετοίμαστος, ότι καταλαμβάνεται εξαπίνης και ότι, συχνά, ο καταναλωτής δεν είναι σε θέση να συγκρίνει την ποιότητα καθώς και την τιμή της προσφοράς με άλλες προσφορές. Στην ως άνω αιτιολογική σκέψη διευκρινιζόταν, επιπροσθέτως, ότι γενικά αυτό το στοιχείο αιφνιδιασμού δεν υπάρχει μόνο στις συμβάσεις που συνάπτονται στο κατ' οίκον εμπόριο, αλλά και σε άλλες μορφές συμβάσεων, όταν τη σχετική πρωτοβουλία αναλαμβάνει ο έμπορος εκτός του εμπορικού του καταστήματος.
- 37 Λαμβάνοντας υπόψη, ιδίως, την ως άνω τέταρτη αιτιολογική σκέψη της οδηγίας 85/577, το Δικαστήριο, με τις σκέψεις 34 και 37 της αποφάσεως της 22ας Απριλίου 1999, *Travel Vac* (C-423/97, EU:C:1999:197), έκρινε ότι στην έννοια του «εμπορικού καταστήματος», κατά την εν λόγω οδηγία, περιλαμβάνονταν οι εγκαταστάσεις εντός των οποίων ο έμπορος ασκεί συνήθως τις δραστηριότητές του και οι οποίες σαφώς αναγνωρίζονται από το κοινό ως τόπος πωλήσεων.
- 38 Στο μέτρο που από την αιτιολογική σκέψη 22 της οδηγίας 2011/83 προκύπτει ότι η εν λόγω οδηγία αποσκοπεί επίσης να περιλάβει στην έννοια του «εμπορικού καταστήματος» και τους χώρους στους οποίους το γεγονός ότι ένας καταναλωτής γίνεται αποδέκτης εμπορικής προσφοράς δεν συνιστά στοιχείο αιφνιδιασμού, το συμπέρασμα το οποίο συνάγεται από την ως άνω απόφαση του Δικαστηρίου που αφορά την ερμηνεία της οδηγίας 85/577 διατηρεί τη σημασία του για τους σκοπούς της ερμηνείας της ίδιας έννοιας, κατά την οδηγία 2011/83.
- 39 Λαμβανομένων υπόψη των ως άνω εκτιμήσεων και εκείνων που εκτέθηκαν στη σκέψη 34 της παρούσας αποφάσεως, η έκφραση «σε συνήθη βάση», κατά την έννοια του άρθρου 2, σημείο 9, στοιχείο β', της οδηγίας 2011/83, πρέπει να γίνει αντιληπτή ως παραπέμπουσα στον κανονικό χαρακτήρα της ασκήσεως της επίμαχης δραστηριότητας στον συγκεκριμένο χώρο.
- 40 Η ως άνω ερμηνεία δεν κλονίζεται από το γεγονός ότι το άρθρο 2, σημείο 9, στοιχείο α', της οδηγίας 2011/83 αναφέρεται, όσον αφορά τους ακίνητους χώρους, στις εμπορικές δραστηριότητες που ασκούνται όχι «σε συνήθη βάση», αλλά «σε μόνιμη βάση» από τον οικείο έμπορο. Συγκεκριμένα, όσον αφορά τέτοιους χώρους, το ίδιο το γεγονός ότι η σχετική δραστηριότητα ασκείται στους χώρους αυτούς σε μόνιμη βάση συνεπάγεται, κατ' ανάγκην, ότι η εν λόγω δραστηριότητα θα προσλάβει «κανονικό» ή «συνήθη» χαρακτήρα για έναν καταναλωτή. Λαμβανομένου υπόψη του μόνιμου χαρακτήρα τον οποίο πρέπει να εμφανίζει η δραστηριότητα που ασκείται σε τέτοια εμπορικά καταστήματα, ο καταναλωτής δεν είναι δυνατόν να καταλαμβάνεται εξαπίνης από το είδος της προσφοράς που του απευθύνεται στους χώρους αυτούς.
- 41 Ειδικότερα, όσον αφορά κατάσταση όπως η επίμαχη στην κύρια δίκη, κατά την οποία έμπορος ασκεί τις δραστηριότητές του στο εκθεσιακό περίπτερο εμπορικής εκθέσεως, πρέπει να υπομνησθεί ότι, όπως εκτίθεται στην αιτιολογική σκέψη 22 της οδηγίας 2011/83, οι πάγκοι σε λαϊκές αγορές και τα περίπτερα σε εκθέσεις πρέπει να θεωρούνται εμπορικά καταστήματα, εάν πληρούν την προϋπόθεση αυτή.
- 42 Από την εν λόγω αιτιολογική σκέψη προκύπτει επίσης ότι οι χώροι λιανικής πωλήσεως όπου ο έμπορος ασκεί τη δραστηριότητά του σε εποχική βάση, όπως παραδείγματος χάριν στη διάρκεια της τουριστικής περιόδου σε χιονοδρομικό ή παραθαλάσσιο θέρετρο, πρέπει να θεωρούνται εμπορικό κατάστημα, εάν ο έμπορος αυτός ασκεί τη δραστηριότητά του στους εν λόγω χώρους σε συνήθη

βάση. Αντιθέτως, οι χώροι στους οποίους έχει πρόσβαση το κοινό, όπως οδοί, εμπορικά κέντρα, παραλίες, αθλητικές εγκαταστάσεις και δημόσια μέσα μεταφοράς, που ο εν λόγω έμπορος χρησιμοποιεί εκτάκτως για τις επαγγελματικές του δραστηριότητες, καθώς και οι ιδιωτικές κατοικίες ή οι χώροι εργασίας, δεν πρέπει να θεωρούνται εμπορικά καταστήματα.

- 43 Κατόπιν των ανωτέρω σκέψεων, προκειμένου να προσδιοριστεί, σε μια συγκεκριμένη περίπτωση, αν ένα περίπτερο σε έκθεση πρέπει να χαρακτηριστεί ως «εμπορικό κατάστημα», κατά την έννοια του άρθρου 2, σημείο 9, της οδηγίας αυτής, πρέπει να ληφθεί υπόψη με ποιον συγκεκριμένο τρόπο εμφανίζεται στο κοινό το εν λόγω εκθεσιακό περίπτερο και, ειδικότερα, κατά πόσον αυτό παρουσιάζεται, για τον μέσο καταναλωτή, ως ένας χώρος όπου ο έμπορος που εγκαθίσταται στο περίπτερο ασκεί τις δραστηριότητές του, περιλαμβανομένων και των εποχικών, σε συνήθη βάση, κατά τρόπον ώστε ο καταναλωτής αυτός να μπορεί ευλόγως να αναμένει, μεταβαίνοντας στο εν λόγω εκθεσιακό περίπτερο, ότι θα γίνει αποδέκτης εμπορικής προσφοράς.
- 44 Συναφώς, κρίσιμη είναι η αντίληψη του μέσου καταναλωτή, ήτοι του καταναλωτή που έχει τη συνήθη πληροφόρηση και είναι ευλόγως προσεκτικός και ενημερωμένος (βλ., κατ' αναλογία, αποφάσεις της 30ής Απριλίου 2014, Kásler και Káslerné Rábai, C-26/13, EU:C:2014:282, σκέψη 74, της 26ης Οκτωβρίου 2016, Canal Digital Danmark, C-611/14, EU:C:2016:800, σκέψη 39, καθώς και της 20ής Σεπτεμβρίου 2017, Andrić κ.λπ., C-186/16, EU:C:2017:703, σκέψη 47).
- 45 Στο πλαίσιο αυτό, εναπόκειται στο εθνικό δικαστήριο να εκτιμήσει πώς εμφανίζεται στον μέσο καταναλωτή το συγκεκριμένο εκθεσιακό περίπτερο, λαμβάνοντας υπόψη το σύνολο των πραγματικών περιστάσεων που πλαισιώνουν τις δραστηριότητες του εμπόρου και, ιδίως, τις πληροφορίες που παρέχονται στους χώρους της ίδιας της εκθέσεως. Η διάρκεια της επίμαχης εκθέσεως δεν είναι, αφ' εαυτής, καθοριστική ως προς το ζήτημα αυτό, δεδομένου ότι ο νομοθέτης της Ένωσης είχε την πρόθεση, όπως προκύπτει από την αιτιολογική σκέψη 22 της οδηγίας 2011/83, να υπάρχει η δυνατότητα να αποτελεί ο χώρος όπου ο έμπορος ασκεί τη δραστηριότητά του σε εποχική βάση «εμπορικό κατάστημα», κατά την έννοια του άρθρου 2, σημείο 9, της οδηγίας αυτής.
- 46 Από το σύνολο των ανωτέρω σκέψεων προκύπτει ότι στα υποβληθέντα ερωτήματα πρέπει να δοθεί η απάντηση ότι το άρθρο 2, σημείο 9, της οδηγίας 2011/83 πρέπει να ερμηνευθεί υπό την έννοια ότι εκθεσιακό περίπτερο όπως το επίμαχο στην κύρια δίκη, το οποίο διατηρεί έμπορος σε εμπορική έκθεση και στο οποίο αυτός ασκεί τις δραστηριότητές του για μερικές ημέρες ετησίως, αποτελεί «εμπορικό κατάστημα», κατά την έννοια της διατάξεως αυτής, εφόσον, υπό το πρίσμα του συνόλου των πραγματικών περιστάσεων που πλαισιώνουν τις δραστηριότητες αυτές, και ιδίως του τρόπου που εμφανίζεται το ως άνω εκθεσιακό περίπτερο και των πληροφοριών που παρέχονται στους χώρους της ίδιας της εκθέσεως, ένας καταναλωτής που έχει τη συνήθη πληροφόρηση και είναι ευλόγως προσεκτικός και ενημερωμένος μπορούσε ευλόγως να αναμένει ότι ο εν λόγω έμπορος ασκεί τις δραστηριότητές του στο ως άνω εκθεσιακό περίπτερο και απευθύνεται στον εν λόγω καταναλωτή προκειμένου να συνάψουν σύμβαση, πράγμα που εναπόκειται στο εθνικό δικαστήριο να εξακριβώσει.

Επί των δικαστικών εξόδων

- 47 Δεδομένου ότι η παρούσα διαδικασία έχει ως προς τους διαδίκους της κύριας δίκης τον χαρακτήρα παρεμπίπτοντος που ανέκυψε ενώπιον του αιτούντος δικαστηρίου, σ' αυτό εναπόκειται να αποφανθεί επί των δικαστικών εξόδων. Τα έξοδα στα οποία υποβλήθηκαν όσοι υπέβαλαν παρατηρήσεις στο Δικαστήριο, πλην των ως άνω διαδίκων, δεν αποδίδονται.

Για τους λόγους αυτούς, το Δικαστήριο (όγδοο τμήμα) αποφαινεται:

Το άρθρο 2, σημείο 9, της οδηγίας 2011/83/ΕΕ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 25ης Οκτωβρίου 2011, σχετικά με τα δικαιώματα των καταναλωτών, την τροποποίηση της οδηγίας 93/13/ΕΟΚ του Συμβουλίου και της οδηγίας 1999/44/ΕΚ του

Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου και την κατάργηση της οδηγίας 85/577/ΕΟΚ του Συμβουλίου και της οδηγίας 97/7/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, πρέπει να ερμηνευθεί υπό την έννοια ότι εκθεσιακό περίπτερο όπως το επίμαχο στην κύρια δίκη, το οποίο διατηρεί έμπορος σε εμπορική έκθεση και στο οποίο αυτός ασκεί τις δραστηριότητές του για μερικές ημέρες ετησίως, αποτελεί «εμπορικό κατάστημα», κατά την έννοια της διατάξεως αυτής, εφόσον, υπό το πρίσμα του συνόλου των πραγματικών περιστάσεων που πλαισιώνουν τις δραστηριότητες αυτές, και ιδίως του τρόπου που εμφανίζεται το ως άνω εκθεσιακό περίπτερο και των πληροφοριών που παρέχονται στους χώρους της ίδιας της εκθέσεως, ένας καταναλωτής που έχει τη συνήθη πληροφόρηση και είναι ευλόγως προσεκτικός και ενημερωμένος μπορούσε ευλόγως να αναμένει ότι ο εν λόγω έμπορος ασκεί τις δραστηριότητές του στο ως άνω εκθεσιακό περίπτερο και απευθύνεται στον εν λόγω καταναλωτή προκειμένου να συνάψουν σύμβαση, πράγμα που εναπόκειται στο εθνικό δικαστήριο να εξακριβώσει.

(υπογραφές)