



Judikatūras krājums

TIESAS SPRIEDUMS (astotā palāta)

2018. gada 7. augustā *

Lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu – Patērētāju tiesību aizsardzība – Direktīva 2011/83/ES – 2. panta 9. punkts – Jēdziens “uzņēmuma telpas” – Kritēriji – Pārdošanas līgums, kas noslēgts tirgotājam tirdzniecības gadatirgū piederošā stendā

Lietā C-485/17

par lūgumu sniegt prejudiciālu nolēmumu atbilstoši LESD 267. pantam, ko *Bundesgerichtshof* (Federālā augstākā tiesa, Vācija) iesniedza ar lēmumu, kas pieņemts 2017. gada 13. jūlijā un kas Tiesā reģistrēts 2017. gada 10. augustā, tiesvedībā

Verbraucherzentrale Berlin eV

pret

Unimatic Vertriebs GmbH.

TIESA (astotā palāta)

šādā sastāvā: palātas priekšsēdētājs J. Malenovskis [*J. Malenovský*], tiesneši M. Safjans [*M. Safjan*] (referents) un D. Švābi [*D. Šváby*],

ģenerāladvokāts: H. Saugmandsgors Ēe [*H. Saugmandsgaard Øe*],

sekretārs: A. Kalots Eskobars [*A. Calot Escobar*],

ņemot vērā rakstveida procesu,

ņemot vērā apsvērumus, ko sniedza:

- *Verbraucherzentrale Berlin eV* vārdā – *R. Jahn, Rechtsanwalt*,
- *Unimatic Vertriebs GmbH* vārdā – *P. Rau, Rechtsanwalt*,
- Beļģijas valdības vārdā – *P. Cottin* un *J. Van Holm*, pārstāvji,
- Eiropas Komisijas vārdā – *C. Hödlmayr* un *N. Ruiz García*, pārstāvji,

ņemot vērā pēc ģenerāladvokāta uzklausišanas pieņemto lēmumu izskatīt lietu bez ģenerāladvokāta secinājumiem,

pasludina šo spriedumu.

* Tiesvedības valoda – vācu.

Spriedums

- 1 Lūgums sniegt prejudiciālu nolēmumu ir par to, kā interpretēt Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 2011/83/ES (2011. gada 25. oktobris) par patērētāju tiesībām un ar ko groza Padomes Direktīvu 93/13/EEK un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvu 1999/44/EK un atceļ Padomes Direktīvu 85/577/EEK un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvu 97/7/EK (OV 2011, L 304, 64. lpp.), 2. panta 9. punktu.
- 2 Šis lūgums ir iesniegts strīdā starp *Verbraucherzentrale Berlin eV*, patērētāju apvienību (turpmāk tekstā – “apvienība”), un *Unimatic Vertriebs GmbH* (turpmāk tekstā – “Unimatic”), izplatīšanas sabiedrību, par informāciju, kas attiecas uz patērētāja atteikuma tiesībām saistībā ar pārdevumu, par kuru lūgums ir noslēgts tirdzniecības gadatirgū.

Atbilstošās tiesību normas

Savienības tiesības

- 3 Direktīvas 2011/83 4., 5., 7., 21., 22. un 37. apsvērumā ir noteikts:
 - “(4) [...] Ir jāsaskaņo konkrēti patērētāju distances un ārpus uzņēmuma telpām noslēgto līgumu aspekti, lai patērētājiem izveidotu reālu iekšējo tirgu, atrodot pareizo samēru starp augstu patērētāju aizsardzības līmeni un uzņēmumu konkurētspēju, vienlaikus nodrošinot subsidiaritātes principa ievērošanu.
 - (5) [...] [P]atērētāju informācijas un atteikuma tiesību pilnīga saskaņošana attiecībā uz distances līgumiem un ārpus uzņēmuma telpām noslēgtiem līgumiem sekmēs augstu patērētāju aizsardzības līmeni un iekšējā tirgus labāku darbību [...]
 - [..]
 - (7) Regulējuma galveno aspektu pilnīgai saskaņošanai vajadzētu būtiski stiprināt juridisko noteiktību gan patērētājiem, gan tirgotājiem. [...] Turklāt patērētājiem būtu jānodrošina patērētāju tiesību aizsardzība vienmērīgi augstā līmenī visā Savienībā.
 - [..]
 - (21) Ārpus uzņēmuma telpām noslēgts līgums būtu jādefinē kā līgums, kas noslēgts, tirgotājam un patērētājam vienlaikus fiziski klātesot kādā vietā ārpus tirgotāja uzņēmuma telpām, piemēram, patērētāja mājās vai darbavietā. Atrodoties ārpus uzņēmuma telpām, patērētājs var just iespējamu psiholoģisku spiedienu vai var saskarties ar pārsteiguma faktoru neatkarīgi no tā, vai viņš ir vai nav lūdzis tirgotāja apmeklējumu. Ārpus uzņēmuma telpām noslēgta līguma definīcijā būtu jāietver arī situācijas, kurās ārpus uzņēmuma telpām pie patērētāja vērsas personiski un individuāli, bet līgums tiek noslēgts tūlīt pēc tam tirgotāja uzņēmuma telpās vai izmantojot distances saziņas līdzekļus. [...] Pirkumi, kuri veikti tirgotāja organizētas ekskursijas laikā, kurā viņš reklamē un piedāvā pārdošanai preces, būtu jāuzskata par ārpus uzņēmuma telpām noslēgtiem līgumiem.
 - (22) Par uzņēmuma telpām būtu jāuzskata arī ikviena veida telpas (piemēram, veikali, stendi vai kravas automašīnas), kuras tirgotājs izmanto kā pastāvīgu vai parastu vietu uzņēmējdarbības veikšanai. Tirgus būdas un stendi gadatirgos būtu jāuzskata par uzņēmuma telpām, ja tās atbilst šim nosacījumam. Mazumtirdzniecības telpas, kurās tirgotājs veic sezonālu uzņēmējdarbību, piemēram, tūrisma sezonas laikā slēpošanas vai pludmales kūrortā, būtu jāuzskata par uzņēmuma

telpām, jo tirgotājs uzņēmējdarbību šajās telpās veic regulāri. Sabiedriskas vietas, proti, ielas, iepirkšanās centri, pludmales, sporta nodarbību ēkas un sabiedriskais transports, ko tirgotājs savai uzņēmējdarbībai izmanto ārkārtas gadījumos, kā arī privāti mājokļi vai darbavietas nebūtu jāuzskata par uzņēmuma telpām. [..]

[..]

(37) [..] Attiecībā uz ārpus uzņēmuma telpām noslēgtiem līgumiem patērētājam vajadzētu būt atteikuma tiesībām, jo pastāv iespējams pārsteiguma faktors un/vai psiholoģisks spiediens. Atteikumam no līguma būtu jāizbeidz līgumslēdzēju pušu līguma pildīšanas pienākuma izpilde.”

4 Šīs direktīvas 2. pantā “Definīcijas” ir noteikts:

“Šajā direktīvā piemēro šādas definīcijas:

[..]

8) “ārpus uzņēmuma telpām noslēgts līgums” ir jebkurš starp tirgotāju un patērētāju noslēgts līgums, kas:

- a) noslēgts, fiziski klātesot tirgotājam un patērētājam vietā, kas nav tirgotāja uzņēmējdarbības telpās;
- b) kura piedāvājumu patērētājs izteicis tādos pašos apstākļos, kā minēts a) apakšpunktā;
- c) kas noslēgts tirgotāja uzņēmuma telpās vai izmantojot jebkurus distances saziņas līdzekļus tūlīt pēc tam, kad patērētājs ticis personīgi un individuāli uzrunāts vietā, kas nav tirgotāja uzņēmuma telpas, vienlaikus fiziski klātesot tirgotājam un patērētājam;
- d) kas noslēgts ekskursijas laikā, ko tirgotājs organizē ar mērķi patērētājam reklamēt un pārdot preces vai pakalpojumus;

9) “uzņēmuma telpas” ir:

- a) jebkuras nepārvietojamas mazumtirdzniecības telpas, kurās tirgotājs veic pastāvīgu darbību;
- b) jebkuras pārvietojamas mazumtirdzniecības telpas, kurās tirgotājs parasti veic darbību;

[..].”

5 Minētās direktīvas 5. pants attiecas uz “informēšanas prasībām līgumiem, kas nav distances līgumi vai ārpus uzņēmuma telpām noslēgti līgumi”.

6 Šīs pašas direktīvas 6. panta “Informēšanas prasības distances līgumiem un ārpus uzņēmuma telpām noslēgtiem līgumiem” 1. punktā ir noteikts:

“Pirms patērētājs ir uzņēmies ārpus uzņēmuma telpām noslēgta līguma vai distances līguma, vai arī jebkāda tamlīdzīga piedāvājuma saistības, tirgotājs skaidrā un saprotamā veidā patērētājam sniedz šādu informāciju:

[..]

h) ja pastāv atteikuma tiesības – nosacījumi, termiņš un kārtība atteikuma tiesību izmantošanai saskaņā ar 11. panta 1. punktu, kā arī I pielikuma B daļā dotais atteikuma veidlapas paraugs;

[..].”

- 7 Direktīvas 2011/83 7. panta “Formālās prasības ārpus uzņēmuma telpām noslēgtiem līgumiem” 1. punktā ir paredzēts:

“Attiecībā uz ārpus uzņēmuma telpām noslēgtiem līgumiem tirgotājs 6. panta 1. punktā paredzēto informāciju patērētājam sniedz papīra formā vai, ja patērētājs tam piekrīt, uz kāda cita pastāvīga informācijas nesēja. Šāda informācija ir salasāma, vienkāršā un skaidri saprotamā valodā.”

- 8 Šīs direktīvas 9. panta “Atteikuma tiesības” 1. punkts ir formulēts šādi:

“Izņemot, ja piemēro 16. pantā minētos izņēmumus, patērētājs 14 dienu laikā var atteikties no distances līguma vai ārpus uzņēmuma telpām noslēgta līguma, nesniedzot nekādu pamatojumu un sedzot tikai tās izmaksas, kas paredzētas 13. panta 2. punktā un 14. pantā.”

Vācijas tiesības

- 9 Direktīva 2011/83 Vācijas tiesībās tika transponēta ar 2013. gada 20. septembra *Gesetz zur Umsetzung der Verbraucherrechtlinie und zur Änderung des Gesetzes zur Regelung der Wohnungsvermittlung* (Likums par direktīvas par patērētāju tiesībām transponēšanu un par grozījumiem Likumā nekustamā īpašuma aģentūru regulēšanai) (*BGBI.* 2013 I, 3642. lpp.).

Pamatlieta un prejudiciālie jautājumi

- 10 *Unimatic* ir izplatīšanas sabiedrība, kas pārdod preces it īpaši gadatirgū *Grüne Woche* (zaļā nedēļa), kurš katru gadu norisinās Berlīnē (Vācija). No iesniedzējtiesas lēmuma izriet, ka *Unimatic* savas preces pārdod tikai gadatirgos.
- 11 2015. gada 22. janvārī kāds klients *Unimatic* piederošajā stendā šajā gadatirgū pasūtīja tvaika tīrītāju/putekļsūcēju par 1600 EUR. *Unimatic* šo klientu neinformēja par atteikuma tiesībām, kas ir paredzētas Vācijas tiesību aktos saskaņā ar Direktīvas 2011/83 9. pantu.
- 12 Apvienība uzskatīja, ka *Unimatic* bija jāinformē minētais klients par atteikuma tiesībām, jo tas bija noslēdzis pirkuma līgumu ārpus uzņēmuma telpām.
- 13 Līdz ar to apvienība vērsās *Landgericht Freiburg* (Freiburgas apgabaltiesa, Vācija) ar lūgumu aizliegt *Unimatic* pārdot savas preces, ja tā patērētājiem nesniedz informāciju par atteikuma tiesībām, kas viņiem ir.
- 14 Apvienības lūgums *Landgericht Freiburg* (Freiburgas apgabaltiesa) tika noraidīts tāpat kā apelācijas sūdzība, ko šī apvienība bija iesniegusi *Oberlandesgericht Karlsruhe* (Federālās zemes Augstākā tiesa Karlsrūē, Vācija).
- 15 Šādos apstākļos apvienība iesniedza pieteikumu pārskatīt nolēmumu iesniedzējtiesā – *Bundesgerichtshof* (Federālā augstākā tiesa, Vācija).
- 16 Iesniedzējtiesa uzskata, ka Direktīvas 2011/83 noteikumu tekstā nav norādīti kritēriji, kas ļauj novērtēt, kādā mērā konkrētā gadījumā tirgotājs mazumtirdzniecības telpās “parasti” veic savu darbību šīs direktīvas 2. panta 9. punkta b) apakšpunkta izpratnē.
- 17 Šajā ziņā, no vienas puses, ņemot vērā it īpaši Direktīvas 2011/83 22. apsvērumu, būtu jāņem vērā, ka tirgotājs parasti izmanto zināmu pārdošanas metodi, proti, ka tas regulāri, nevis tikai reizēm, savas preces pārdod mazumtirdzniecības telpās.

- 18 No otras puses, šīs pieejas sekas ir tādas, ka patērētājam, kas iegādājas precī, kuru gadatirgū pārdošanai piedāvā tirgotājs, kam ir “stacionārs” veikals, kurā tas šo pašu precī parasti pārdod, un kas tikai reizēm to pārdod gadatirgos, ir atteikuma tiesības, kuras ir paredzētas Direktīvas 2011/83 9. pantā, savukārt pārdevums, ko ir īstenojis cits tirgotājs, kurš parasti savas preces pārdod gadatirgos un kuram nav stacionāra veikala, netiek uzskatīts par tādu, kas ir veikts “ārpus uzņēmuma telpām” un tādējādi ar to nav saistītas minētās atteikuma tiesības.
- 19 Saskaņā ar citu iesniedzējtiesas pausto pieeju, lai noskaidrotu, vai līgums ir noslēgts ārpus “uzņēmuma telpām” Direktīvas 2011/83 2. panta 9. punkta izpratnē, noteicošais nav veids, kādā stigmatizētais organizē savu komercdarbību. Šis vērtējums esot jāveic, ņemot vērā pārdotās preces raksturu. Ja runa ir par precī, ko parasti pārdod gadatirgos, ir jāuzskata, ka patērētājam, ierodoties attiecīgajā gadatirgū, ir jābūt gatavam, ka šāda prece viņam tiks piedāvāta pārdošanai. Savukārt patērētājs esot jāaizsargā saistībā ar citiem preču veidiem, saistībā ar kuriem viņš nevar būt gatavs, ka tās viņam tiks piedāvātas šajā gadatirgū. Šī pieeja ir balstīta uz Direktīvā 2011/83 paredzēto atteikuma tiesību mērķi aizsargāt patērētāju pret pārsteidzīgu līguma noslēgšanu negaidītā situācijā vai psiholoģiska spiediena ietekmē.
- 20 Iepriekšējā punktā paredzētās pieejas ietvaros būtiskas ir patērētāja vēlmes un viņa uztvere. Šajā ziņā, pirmkārt, ir iespējams ņemt vērā patērētāja vēlmes brīdī, kad viņš pieņem lēmumu ierasties gadatirgū, jo šīs vēlmes ir pamatotas ar informāciju par precēm vai pakalpojumiem, kas tajā tiks piedāvāti. Otrkārt, lai interpretētu Direktīvas 2011/83 2. panta 9. punktu, drīzāk būtu jāņem vērā konkrēti apstākļi, kuros līgums gadatirgū ir noslēgts.
- 21 Šādos apstākļos *Bundesgerichtshof* (Federālā augstākā tiesa) nolēma apturēt tiesvedību un uzdot Tiesai šādus prejudiciālus jautājumus:

“1) Vai gadatirgus stends, kas atrodas zālē un ko tirgotājs dažas dienas gadā notiekoša gadatirgus laikā izmanto savu preču pārdošanai, ir “nepārvietojama mazumtirdzniecības telpa” Direktīvas 2011/83 2. panta 9. punkta a) apakšpunkta izpratnē vai “pārvietojama mazumtirdzniecības telpa” minētās direktīvas 2. panta 9. punkta b) apakšpunkta izpratnē?

2) Ja runa ir par pārvietojamu mazumtirdzniecības telpu:

vai uz jautājumu, vai tirgotājs “parasti” veic darbību gadatirgu stendos, ir jāatbild atkarībā no tā,

a) kā tirgotājs organizē savu darbību, vai no tā,

b) vai patērētājam ir jābūt gatavam tam, ka līgums par attiecīgajām precēm tiks noslēgts konkrētajā gadatirgū?

3) Ja atbildē uz otro jautājumu svarīgs ir patērētāja viedoklis (otrā jautājuma b) daļa):

vai jautājumā, vai patērētājam ir jābūt gatavam tam, ka līgums par konkrētajām precēm tiks noslēgts attiecīgajā gadatirgū, ir būtiski, kā gadatirgus tiek prezentēts sabiedrībā, vai arī ir būtiski, kā, piekīrot noslēgt pirkuma līgumu, gadatirgu faktiski uztver patērētājs?”

Par prejudiciālajiem jautājumiem

- 22 Uz dodot jautājumus, kas ir jāizskata kopā, iesniedzējtiesa būtībā vēlas uzzināt, vai Direktīvas 2011/83 2. panta 9. punkts ir interpretējams tādējādi, ka tāds stends kā pamatlietā aplūkots, kurš tirdzniecības gadatirgū pieder tirgotājam un kurā tas veic darbību dažas dienas gadā, ir “uzņēmuma telpas” šīs tiesību normas izpratnē.

- 23 Vispirms ir jāatgādina, ka Direktīvā 2011/83 “uzņēmuma telpas” ir definētas, pirmkārt, tās 2. panta 9. punkta a) apakšpunktā kā jebkuras nepārvietojamas mazumtirdzniecības telpas, kurās tirgotājs veic pastāvīgu darbību, un, otrkārt, tās 2. panta 9. punkta b) apakšpunktā kā jebkuras pārvietojamas mazumtirdzniecības telpas, kurās tirgotājs parasti veic darbību.
- 24 Šīs direktīvas 22. apsvērumā šajā ziņā ir precizēts, ka par uzņēmuma telpām ir jāuzskata jebkura veida telpas, piemēram, veikali, stendi vai kravas automašīnas, kuras tirgotājs izmanto kā pastāvīgu vai parastu vietu uzņēmējdarbības veikšanai.
- 25 Tādējādi Savienības likumdevējs ir paredzējis, ka uzņēmuma telpas var būt gan nepārvietojamas, gan pārvietojamas mazumtirdzniecības telpas, kurās tirgotājs veic pastāvīgu darbību vai parasti veic darbību.
- 26 Direktīvā 2011/83 nav definēts, kas ir jāsaprot ar “pastāvīgi” veiktu darbību vai “parasti” veiktu darbību, un nav arī atsauces uz valsts tiesībām saistībā ar precīzu šo jēdzienu nozīmi.
- 27 Saskaņā ar Tiesas pastāvīgo judikatūru no prasības par Savienības tiesību vienveidīgu piemērošanu izriet, ka tad, ja Savienības tiesību normā nav atsauces uz dalībvalstu tiesībām saistībā ar kādu īpašu jēdzienu, šis jēdziens visā Savienībā ir jāinterpretē autonomi un vienveidīgi, ņemot vērā ne tikai attiecīgās tiesību normas tekstu, bet arī tās kontekstu un tiesiskā regulējuma, kurā šī tiesību norma ietilpst, mērķi (spriedums, 2018. gada 8. marts, *DOCERAM*, C-395/16, EU:C:2018:172, 20. punkts un tajā minētā judikatūra).
- 28 Tādējādi Direktīvas 2011/83 2. panta 9. punkta a) un b) apakšpunktā paredzētie jēdzieni šīs direktīvas piemērošanas nolūkā ir jāuzskata par autonomiem Savienības tiesību jēdzieniem, kas ir interpretējami vienveidīgi visās dalībvalstīs.
- 29 Šajā ziņā, pirmkārt, ir jākonstatē, ka tirgotāja darbības, ko tas veic tādā stendā kā pamatlietā aplūkotais, kurš gadatirgū ir ierīkots uz vairākām dienām kalendārajā gadā, nevar uzskatīt par “pastāvīgi” veiktām šī jēdziena parastajā nozīmē.
- 30 Otrkārt, runājot par jēdzienu “parasti”, ir jānorāda, ka šo jēdzienu tā parastajā nozīmē var saprast kā tādu, kas attiecas vai nu uz zināmu attiecīgās darbības pastāvīgumu laikā, vai arī uz parasto raksturu, kāds piemīt šīs darbības veikšanai attiecīgajās telpās. Tādējādi šī jēdziena nozīme ikdienas valodā pati par sevi neļauj uzreiz sniegt nepārprotamu tā interpretāciju.
- 31 No tā izriet – tas, ka tirgotājs savu darbību veic pastāvīgi vai parasti “uzņēmuma telpās” Direktīvas 2011/83 2. panta 9. punkta izpratnē, nosaka šajā direktīvā paredzētās patērētāja aizsardzības apjomu.
- 32 Pirmkārt, Direktīvas 2011/83 6. un 7. pantā ir paredzēti pienākumi sniegt informāciju un formāli pienākumi saistībā ar “līgumiem ārpus uzņēmuma telpām” šīs direktīvas 2. panta 8. punkta izpratnē. Turklāt tās 9.–16. pantā patērētājam ir piešķirtas atteikuma tiesības pēc šāda līguma noslēgšanas un ir paredzēti šo tiesību īstenošanas nosacījumi un kārtība. Otrkārt, “ārpus uzņēmuma telpām noslēgta līguma” definīcijā ir atsauce uz jēdzienu “uzņēmuma telpas” minētās direktīvas 2. panta 9. punkta izpratnē.
- 33 Iepriekšējā punktā paredzēto noteikumu mērķis ir izklāstīts Direktīvas 2011/83 21. apsvērumā, saskaņā ar kuru tad, ja patērētājs atrodas ārpus tirgotāja uzņēmuma telpām, viņš var just iespējamu psiholoģisku spiedienu vai var saskarties ar pārsteiguma faktoru neatkarīgi no tā, vai viņš ir vai nav lūdzis tirgotāja apmeklējumu. Šādā mērā Savienības likumdevējs ir vēlējis arī paredzēt situācijas, kurās ārpus uzņēmuma telpām pie patērētāja vēršas personiski un individuāli, bet līgums tiek noslēgts tūlīt pēc tam tirgotāja uzņēmuma telpās vai izmantojot distances saziņas līdzekļus.

- 34 No tā izriet, ka tad, ja patērētāju aizsardzību saistībā ar ārpus uzņēmuma telpām noslēgtiem līgumiem Savienības likumdevējs ir paredzējis gadījumos, kad līguma noslēgšanas brīdī patērētājs neatrodas uzņēmuma telpās, kuras pastāvīgi vai parasti aizņem tirgotājs, tas tā ir tāpēc, ka likumdevējs uzskatīja, ka, negaidīti ierodoties šādās telpās, minētais patērētājs var būt gatavs, ka tirgotājs viņam izteiks piedāvājumu, līdz ar to attiecīgā gadījumā pēc tam nav pamata apgalvot, ka šī tirgotāja piedāvājums viņu pārsteidza nesagatavotu.
- 35 Turklāt ir jāatgādina, ka jēdziens “uzņēmuma telpas” bija ietverts jau Padomes Direktīvas 85/577/EEK (1985. gada 20. decembris) par patērētāja aizsardzību attiecībā uz līgumiem, kas noslēgti ārpus uzņēmuma telpām (OV 1985, L 372, 31. lpp.), kura tika atcelta un aizstāta ar Direktīvu 2011/83, 1. panta 1. punkta pirmajā ievilkumā.
- 36 Direktīvas 85/577 ceturtajā apsvērumā bija noteikts, ka līgumiem, kas ir noslēgti ārpus tirgotāja uzņēmuma telpām, ir raksturīgs tas, ka sarunu vešanas iniciatīvu parasti pauž tirgotājs un patērētājs nekādā veidā nav sagatavojies šīm sarunām, viņš ir ticis pārsteigts nesagatavots un bieži vien viņš nespēj salīdzināt piedāvājuma kvalitāti, kā arī cenu ar citiem piedāvājumiem. Šajā apsvērumā vēl bija precizēts, ka šis pārsteiguma elements parasti pastāv ne vien tirdzniecības aģentu slēgtajos līgumos, bet arī citu formu līgumos, kas ir noslēgti ar tirgotāju ārpus tā uzņēmuma telpām.
- 37 Tieši ņemot vērā šo Direktīvas 85/577 ceturto apsvērumu, 1999. gada 22. aprīļa sprieduma *Travel Vac* (C-423/97, EU:C:1999:197) 34. un 37. punktā Tiesa nosprieda, ka jēdziens “uzņēmuma telpas” šīs direktīvas izpratnē attiecas uz uzņēmumiem, kuros tirgotājs parasti veic savu darbību un kuri skaidri ir norādīti kā publiskas tirdzniecības vietas.
- 38 Tā kā no Direktīvas 2011/83 22. apsvēruma izriet, ka ar jēdzienu “uzņēmuma telpas” tajā ir paredzēts apzīmēt arī telpas, kurās tas, ka patērētājs saņem komercpiedāvājumu, neveido pārsteiguma elementu, informācija, kas izriet no šī Tiesas sprieduma par Direktīvas 85/577 interpretāciju, joprojām ir nozīmīga, lai varētu interpretēt šo pašu jēdzienu Direktīvas 2011/83 izpratnē.
- 39 Ņemot vērā šos apsvērumus un šī sprieduma 34. punktā paustos apsvērumus, jēdziens “parasti” Direktīvas 2011/83 2. panta 9. punkta b) apakšpunkta izpratnē ir jāsaprot kā tāds, kas paredz atsauci uz parasto raksturu, kāds piemīt attiecīgās darbības veikšanai konkrētās telpās.
- 40 Šo interpretāciju neatspēko tas, ka Direktīvas 2011/83 2. panta 9. punkta a) apakšpunktā saistībā ar nepārvietojamām mazumtirdzniecības telpām ir atsaucē uz uzņēmējdarbību, ko attiecīgais tirgotājs veic nevis “parasti”, bet “pastāvīgi”. Runājot par šādām telpām, pats fakts, ka attiecīgā darbība tajās tiek veikta pastāvīgi, noteikti nozīmē, ka no patērētāja viedokļa tai piemīt “normāls” vai “parasts” raksturs. Ņemot vērā pastāvīgo raksturu, kādam ir jāpiemīt darbībai, kas tiek veikta šādās uzņēmuma telpās, tā piedāvājuma veids, kuru patērētājs tajās varētu saņemt, viņu nevar pārsteigt nesagatavotu.
- 41 Konkrētāk, runājot par tādu situāciju kā pamatlietā aplūkotā, kad tirgotājs savu darbību veic tirdzniecības gadatirgus stendā, ir svarīgi atgādināt, kā tas ir norādīts Direktīvas 2011/83 22. apsvērumā, ka tirgus būdas un stendi gadatirgos ir jāuzskata par uzņēmuma telpām, ja tās atbilst šim nosacījumam.
- 42 No minētā apsvēruma arī izriet, ka mazumtirdzniecības telpas, kur tirgotājs veic savu sezonālo uzņēmējdarbību, piemēram, slēpošanas vai pludmales kūrorts tūrisma sezonas laikā, ir jāuzskata par uzņēmuma telpām, jo šis tirgotājs parasti veic darbību šajās telpās. Savukārt sabiedriskas vietas, proti, ielas, iepirkšanās centri, pludmales, sporta nodarbību ēkas un sabiedriskais transports, ko minētais tirgotājs savai uzņēmējdarbībai izmanto ārkārtas gadījumos, kā arī privāti mājokļi vai darbavietas nav jāuzskata par uzņēmuma telpām.

- 43 Ņemot vērā iepriekš izklāstīto, lai konkrētā gadījumā noskaidrotu, vai gadatirgus stands ir kvalificējams kā “uzņēmuma telpas” šīs direktīvas 2. panta 9. punkta izpratnē, ir jāņem vērā, kādu tēlu šis stands konkrēti rada no sabiedrības viedokļa, un, konkrētāk, vai no vidusmēra patērētāja viedokļa tas izskatās kā vieta, kur tirgotājs, kas tajā darbojas, parasti veic savu uzņēmējdarbību, tostarp sezonālu, līdz ar to šāds patērētājs, ierodoties tajā, var saprātīgi sagaidīt, ka viņam tiks izteikts komerc piedāvājums.
- 44 Šajā ziņā nozīme ir vidusmēra patērētāja, proti, samērā informēta, uzmanīga un apdomīga patērētāja uztverei (pēc analogijas skat. spriedumus, 2014. gada 30. aprīlis, *Kásler un Káslerné Rábai*, C-26/13, EU:C:2014:282, 74. punkts; 2016. gada 26. oktobris, *Canal Digital Danmark*, C-611/14, EU:C:2016:800, 39. punkts, kā arī 2017. gada 20. septembris, *Andriiciuc u.c.*, C-186/16, EU:C:2017:703, 47. punkts).
- 45 Šādā kontekstā valsts tiesai ir jānovērtē tēls, ko attiecīgais stands rada vidusmēra patērētājam, ņemot vērā visus faktiskos apstākļus, kuri raksturo tirgotāja darbības, un it īpaši informāciju, kas tiek sniegta paša gadatirgus telpās. Attiecīgā gadatirgus ilgumam pašam par sevi šajā ziņā nav izšķirošas nozīmes, jo Savienības likumdevējs, kā tas izriet no Direktīvas 2011/83 22. apsvēruma, ir vēlējis, lai uzņēmums, kurā tirgotājs veic savu sezonālo uzņēmējdarbību, varētu veidot “uzņēmuma telpas” šīs direktīvas 2. panta 9. punkta izpratnē.
- 46 No visiem iepriekš izklāstītajiem apsvērumiem izriet, ka uz uzdotajiem jautājumiem ir jāatbild, ka Direktīvas 2011/83 2. panta 9. punkts ir interpretējams tādējādi, ka tāds stands kā pamatlietā aplūkotais, kurš tirdzniecības gadatirgū pieder tirgotājam un kurā tas veic savu darbību dažas dienas gadā, ir “uzņēmuma telpas” šīs tiesību normas izpratnē, ja, ņemot vērā visus ar šīm darbībām saistītos faktiskos apstākļus un it īpaši šī stenda izskatu un informāciju, kas tiek sniegta paša gadatirgus telpās, samērā informēts, uzmanīgs un apdomīgs patērētājs var saprātīgi sagaidīt, ka šis tirgotājs tajā veic savu darbību un viņam izsaka piedāvājumu, lai noslēgtu līgumu, un tas ir jāpārbauda valsts tiesai.

Par tiesāšanās izdevumiem

- 47 Attiecībā uz pamatlietas pusēm šī tiesvedība ir stadija procesā, kuru izskata iesniedzējtiesa, un tā lemj par tiesāšanās izdevumiem. Izdevumi, kas radušies, iesniedzot apsvērumus Tiesai, un kas nav minēto pušu izdevumi, nav atlīdzināmi.

Ar šādu pamatojumu Tiesa (astotā palāta) nospriež:

Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvas 2011/83/ES (2011. gada 25. oktobris) par patērētāju tiesībām un ar ko groza Padomes Direktīvu 93/13/EEK un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvu 1999/44/EK un atceļ Padomes Direktīvu 85/577/EEK un Eiropas Parlamenta un Padomes Direktīvu 97/7/EK, 2. panta 9. punkts ir interpretējams tādējādi, ka tāds stands kā pamatlietā aplūkotais, kurš tirdzniecības gadatirgū pieder tirgotājam un kurā tas veic savu darbību dažas dienas gadā, ir “uzņēmuma telpas” šīs tiesību normas izpratnē, ja, ņemot vērā visus ar šīm darbībām saistītos faktiskos apstākļus un it īpaši šī stenda izskatu un informāciju, kas tiek sniegta paša gadatirgus telpās, samērā informēts, uzmanīgs un apdomīgs patērētājs var saprātīgi sagaidīt, ka šis tirgotājs tajā veic savu darbību un viņam izsaka piedāvājumu, lai noslēgtu līgumu, un tas ir jāpārbauda valsts tiesai.

[Paraksti]