



Zbiór Orzeczeń

POSTANOWIENIE TRYBUNAŁU (szósta izba)

z dnia 17 grudnia 2019 r.*

Odesłanie prejudycjalne – Ochrona konsumentów – Dyrektywa 2011/83/UE – Artykuł 2 pkt 8 lit. c) oraz art. 2 pkt 9 – Umowa zawierana poza lokalem przedsiębiorstwa – Pojęcie „lokalu przedsiębiorstwa” – Umowa zawarta na stoisku wystawienniczym targów bezpośrednio po tym, jak przedsiębiorca nawiązał kontakt z konsumentem znajdującym się w przestrzeni wspólnej hali wystawienniczej

W sprawie C-465/19

mającej za przedmiot wnioszek o wydanie, na podstawie art. 267 TFUE, orzeczenia w trybie prejudycjalnym, złożony przez Amtsgericht Straubing (sąd rejonowy w Straubingu, Niemcy) postanowieniem z dnia 12 czerwca 2019 r., które wpłynęło do Trybunału w dniu 19 czerwca 2019 r., w postępowaniu:

B & L Elektrogeräte GmbH

przeciwko

GC,

TRYBUNAŁ (szósta izba),

w składzie: M. Safjan, prezes izby (sprawozdawca), L. Bay Larsen i C. Toader, sędziowie,

rzecznik generalny: H. Saugmandsgaard Øe,

sekretarz: A. Calot Escobar,

postanowiwszy, po zapoznaniu się ze stanowiskiem rzecznika generalnego, orzec w formie postanowienia z uzasadnieniem, zgodnie z art. 99 regulaminu postępowania przed Trybunałem,

wydaje następujące

Postanowienie

- 1 Wniosek o wydanie orzeczenia w trybie prejudycjalnym dotyczy wykładni art. 2 pkt 8 lit. c) oraz art. 2 pkt 9 dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE z dnia 25 października 2011 r. w sprawie praw konsumentów, zmieniającej dyrektywę Rady 93/13/EWG i dyrektywę 1999/44/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz uchylającej dyrektywę Rady 85/577/EWG i dyrektywę 97/7/WE Parlamentu Europejskiego i Rady (Dz.U. 2011, L 304, s. 64).

* Język postępowania: niemiecki.

- 2 Wniosek ten został złożony w ramach sporu między B & L Elektrogeräte GmbH i GC w przedmiocie zawarcia między tymi stronami, na targach, umowy sprzedaży odkurzacza parowego.

Ramy prawne

Prawo Unii

- 3 Motywy 21 i 22 dyrektywy 2011/83 mają następujące brzmienie:

„(21) Umowa zawierana poza lokalem przedsiębiorstwa powinna być definiowana jako umowa zawarta przy jednoczesnej fizycznej obecności przedsiębiorcy i konsumenta w miejscu, które nie jest lokalem przedsiębiorstwa danego przedsiębiorcy, na przykład w domu konsumenta lub w jego miejscu pracy. Poza lokalem przedsiębiorstwa konsument może być narażony na potencjalną presję psychologiczną lub na element zaskoczenia, niezależnie od tego, czy wizyta przedsiębiorcy była przez konsumenta zamówiona, czy też nie. Definicja umowy zawieranej poza lokalem przedsiębiorstwa powinna obejmować również sytuacje, w których osobisty i indywidualny kontakt z konsumentem nawiązywany jest poza lokalem przedsiębiorstwa, ale sama umowa zostaje natychmiast po tym zawarta w lokalu przedsiębiorstwa danego przedsiębiorcy lub za pomocą środków porozumiewania się na odległość. [...] Za umowy zawierane poza lokalem przedsiębiorstwa należy uznać zakupy dokonywane podczas wycieczki zorganizowanej przez przedsiębiorcę, w czasie której nabyte produkty są promowane i oferowane do sprzedaży.

(22) Lokal przedsiębiorstwa powinien obejmować wszelkie lokale niezależnie od ich formy (takie jak sklepy, stoiska lub samochody ciężarowe), które służą przedsiębiorcy za stałe lub zwyczajowe miejsce prowadzenia działalności. Stoiska handlowe i wystawiennicze powinny być traktowane jak lokal przedsiębiorstwa, jeżeli spełniają ten warunek. Miejsce prowadzenia działalności detalicznej, w którym przedsiębiorca prowadzi działalność sezonową, na przykład w sezonie turystycznym w kurorcie narciarskim lub nadmorskim, należy uznać za lokal przedsiębiorstwa, ponieważ przedsiębiorca wykonuje swoją działalność w tym miejscu zwyczajowo. Za lokal przedsiębiorstwa nie należy uznawać miejsc dostępnych publicznie, takich jak ulice, centra handlowe, plaże, obiekty sportowe i środki transportu publicznego, w których przedsiębiorca prowadzi działalność wyjątkowo, ani też prywatnych domów lub miejsc pracy. [...]”.

- 4 Artykuł 2 tej dyrektywy, zatytułowany „Definicje”, stanowi:

„Na użytek niniejszej dyrektywy stosuje się następujące definicje:

[...]

8) »umowa zawierana poza lokalem przedsiębiorstwa« oznacza każdą umowę między przedsiębiorcą i konsumentem:

- a) zawartą przy jednoczesnej fizycznej obecności przedsiębiorcy i konsumenta, w miejscu, które nie jest lokalem przedsiębiorstwa danego przedsiębiorcy;

[...]

- c) zawartą w lokalu przedsiębiorstwa danego przedsiębiorcy lub przy pomocy jakichkolwiek środków porozumiewania się na odległość bezpośrednio po tym, jak osobiście i indywidualnie nawiązano kontakt z konsumentem w miejscu, które nie jest lokalem przedsiębiorstwa danego przedsiębiorcy, przy jednoczesnej fizycznej obecności przedsiębiorcy i konsumenta; lub

[...]

9) »lokal przedsiębiorstwa« oznacza:

- a) jakiegokolwiek miejsca prowadzenia działalności detalicznej będące nieruchomościami, w których przedsiębiorca prowadzi swoją działalność na stałe; lub
- b) jakiegokolwiek miejsca prowadzenia działalności detalicznej będące ruchomościami, w których przedsiębiorca prowadzi zwyczajowo swoją działalność;

[...]».

5 Artykuł 9 wspomnianej dyrektywy, zatytułowany „Prawo do odstąpienia od umowy”, przewiduje w ust. 1:

„Z zastrzeżeniem przypadków, gdy zastosowanie mają wyjątki przewidziane w art. 16, konsumentowi przysługuje prawo do odstąpienia od umowy w przypadku umowy zawieranej na odległość lub umowy zawieranej poza lokalem przedsiębiorstwa przez okres 14 dni, bez podawania jakichkolwiek powodów i bez ponoszenia jakichkolwiek kosztów innych niż koszty przewidziane w art. 13 ust. 2 i art. 14”.

Prawo niemieckie

6 Dyrektywa 2011/83 została transponowana do niemieckiego porządku prawnego przez Gesetz zur Umsetzung der Verbraucherrechtlinie und zur Änderung des Gesetzes zur Regelung der Wohnungsvermittlung (ustawę w sprawie transpozycji dyrektywy dotyczącej praw konsumentów i zmiany ustawy o regulacji działalności agencji nieruchomości) z dnia 20 września 2013 r. (BGBl. 2013 I, s. 3642).

Postępowanie główne i pytanie prejudycjalne

7 B & L Elektrogeräte jest spółką z siedzibą w Niemczech, która sprzedaje odkurzacze parowe, między innymi na targach.

8 Jak wynika z postanowienia odsyłającego, GC i jego żona byli obecni na targach, które odbywały się w Straubingu (Niemcy). Znajdowali się oni w alei jednej z hal wystawienniczych tych targów, przed stoiskiem B & L Elektrogeräte, kiedy pracownik tej spółki nawiązał z nimi kontakt ze swojego stoiska lub w alei, aby przekonać ich do zakupu odkurzacza.

9 Na zaproszenie pracownika wspomnianej spółki GC i jego żona weszli do wnętrza stoiska i zawarli umowę sprzedaży odkurzacza.

10 Po jakimś czasie GC poinformował B & L Elektrogeräte, że nie chce „utrzymać” tej umowy. Uznał on, że zgodnie z prawem niemieckim przysługuje mu prawo do odstąpienia od umowy i że nie został o tym prawie poinformowany w momencie zawierania umowy.

11 B & L Elektrogeräte pozwało GC do sądu odsyłającego, Amtsgericht Straubing (sądu rejonowego w Straubingu, Niemcy), o zapłatę ceny uzgodnionej w umowie.

12 Sąd odsyłający uważa, że stoisko zajmowane przez B & L Elektrogeräte na tych targach należy uznać za „lokal przedsiębiorstwa” w rozumieniu art. 2 pkt 9 dyrektywy 2011/83 w wykładni nadanej mu przez Trybunał w wyroku z dnia 7 sierpnia 2018 r., Verbraucherzentrale Berlin (C-485/17, EU:C:2018:642).

13 Sąd ten stwierdza, że wspomniane stoisko, które znajdowało się w jednej z hal wystawienniczych targów, nie było przestrzenią zamkniętą, ale otwartą, a konsumenci, którzy, jak GC i jego żona, pozostają nieruchomi na środku alei hali wystawienniczej, przed stoiskiem sprzedawcy, powinni byli liczyć się z tym, że sprzedawca nawiąże z nimi kontakt.

14 Sąd ten uściśla jednak, że w zawisłej przed nim sprawie wspomnianej alei w sposób oczywisty nie można uznać za lokal przedsiębiorstwa, ponieważ nie służyła przedsiębiorcy do wykonywania jego działalności, lecz umożliwiała dostęp do wszystkich stoisk przedsiębiorców znajdujących się w tej hali. Sąd odsyłający zastanawia się, czy skoro motyw 22 dyrektywy 2011/83 wyjaśnia, że przestrzeń publiczna, w której przedsiębiorca prowadzi działalność wyjątkowo, co do zasady nie stanowi „lokalu przedsiębiorstwa” w rozumieniu art. 2 pkt 9 tej dyrektywy, stan faktyczny tej sprawy nie odpowiada sytuacji, o której mowa w tym motywie.

15 Co za tym idzie, jeżeli umowa sprzedaży zostaje zawarta w sytuacji gdy konsument i przedsiębiorca znajdują się, odpowiednio, poza lokalem przedsiębiorstwa i w nim, co odpowiadałoby stanowi faktycznemu sprawy zawisłej przed sądem odsyłającym, chodziłoby tu, zdaniem tego sądu, o „umowę zawieraną poza lokalem przedsiębiorstwa” w rozumieniu art. 2 pkt 8 lit. c) dyrektywy 2011/83, a konsumentowi przysługiwałoby prawo do odstąpienia od umowy.

16 W tych okolicznościach Amtsgericht Straubing (sąd rejonowy w Straubingu) postanowił zawiesić postępowanie i zwrócić się do Trybunału z następującym pytaniem prejudycjalnym:

„Czy w sytuacji gdy przedsiębiorca znajdujący się na targach na stoisku sprzedaży albo przed nim, które to stoisko stanowi lokal przedsiębiorstwa w rozumieniu art. 2 pkt 9 dyrektywy [2011/83], nawiązuje kontakt z konsumentem, który stoi w hali targowej na targach konsumenckich w przejściu przed stoiskiem sprzedaży i nie komunikuje się z przedsiębiorcą, a następnie umowa zostaje zawarta na stoisku sprzedaży, umowę tę należy traktować jako umowę zawartą poza lokalem przedsiębiorstwa w rozumieniu art. 2 pkt 8 lit. c) [tej] dyrektywy [...], co skutkuje istnieniem prawa do odstąpienia na podstawie [jej] art. 9 [...]?”.

W przedmiocie pytania prejudycjalnego

17 Zgodnie z art. 99 regulaminu postępowania przed Trybunałem jeżeli odpowiedź na pytanie prejudycjalne można wywieść w sposób jednoznaczny z orzecznictwa lub nie pozostawia ona żadnych uzasadnionych wątpliwości, Trybunał może w każdej chwili, na wniosek sędziego sprawozdawcy i po zapoznaniu się ze stanowiskiem rzecznika generalnego, orzec w formie postanowienia z uzasadnieniem.

18 Przepis ten należy zastosować w niniejszej sprawie.

19 Poprzez swoje pytanie sąd odsyłający zmierza co do istoty do ustalenia, czy art. 2 pkt 8 dyrektywy 2011/83 w związku z jej art. 2 pkt 9 należy interpretować w ten sposób, że umowa zawarta między przedsiębiorcą a konsumentem na stoisku prowadzonym przez przedsiębiorcę na targach, bezpośrednio po tym, jak przedsiębiorca nawiązał kontakt z konsumentem znajdującym się we wspólnej dla wielu stoisk alei hali wystawienniczej targów, stanowi umowę „zawieraną poza lokalem przedsiębiorstwa” w rozumieniu tego przepisu.

20 Tytułem wstępu należy przypomnieć, że dyrektywa 2011/83 definiuje „umowę zawieraną poza lokalem przedsiębiorstwa” po pierwsze, w art. 2 pkt 8 lit. a) jako każdą umowę między przedsiębiorcą a konsumentem zawartą przy jednoczesnej fizycznej obecności przedsiębiorcy i konsumenta, w miejscu, które nie jest lokalem przedsiębiorstwa danego przedsiębiorcy, a po drugie, w art. 2 pkt 8 lit. c) tej dyrektywy jako każdą umowę między przedsiębiorcą a konsumentem zawartą w lokalu przedsiębiorstwa danego przedsiębiorcy lub przy pomocy jakichkolwiek środków porozumiewania się na odległość bezpośrednio po tym, jak osobiście i indywidualnie nawiązano kontakt z konsumentem w miejscu, które nie jest lokalem przedsiębiorstwa danego przedsiębiorcy, przy jednoczesnej fizycznej obecności przedsiębiorcy i konsumenta.

- 21 Co się tyczy pojęcia „lokal przedsiębiorstwa”, jest ono zdefiniowane w art. 2 pkt 9 wspomnianej dyrektywy jako obejmujące jakiegokolwiek miejsca prowadzenia działalności detalicznej będące nieruchomościami, w których przedsiębiorca prowadzi swoją działalność na stałe, lub jakiegokolwiek miejsca prowadzenia działalności detalicznej będące ruchomościami, w których przedsiębiorca prowadzi zwyczajowo swoją działalność.
- 22 W tym względzie Trybunał orzekł już, że jeden z celów dyrektywy 2011/83 został wskazany między innymi w jej motywie 21, zgodnie którym w sytuacji gdy konsument znajduje się poza lokalem przedsiębiorstwa danego przedsiębiorcy, może on być narażony na potencjalną presję psychologiczną lub na element zaskoczenia, niezależnie od tego, czy wizyta przedsiębiorcy była przez konsumenta zamówiona, czy też nie. W tym zakresie prawodawca Unii miał również na myśli sytuacje, w których osobisty i indywidualny kontakt z konsumentem nawiązywany jest poza lokalem przedsiębiorstwa, ale sama umowa zostaje natychmiast po tym zawarta w lokalu przedsiębiorstwa danego przedsiębiorcy lub za pomocą środków porozumiewania się na odległość (wyrok z dnia 7 sierpnia 2018 r., Verbraucherzentrale Berlin, C-485/17, EU:C:2018:642, pkt 33).
- 23 Wynika z tego, że jeśli prawodawca Unii przewidział ochronę konsumenta w odniesieniu do umów zawieranych poza lokalem przedsiębiorstwa w sytuacji gdy w chwili zawarcia umowy konsument nie znajduje się w lokalu zajmowanym na stałe lub zwyczajowo przez przedsiębiorcę, to uczynił tak dlatego, że uznął, iż udając się spontanicznie do takiego lokalu, rzeczony konsument może liczyć się z tym, że ów przedsiębiorca zechce nawiązać z nim kontakt, co oznacza, że w danym wypadku konsument ten nie może następnie skutecznie utrzymywać, iż został zaskoczony ofertą tego przedsiębiorcy (wyrok z dnia 7 sierpnia 2018 r., Verbraucherzentrale Berlin, C-485/17, EU:C:2018:642, pkt 34).
- 24 Jeżeli chodzi, konkretnie rzecz ujmując, o sytuację, w której dany przedsiębiorca prowadzi swoją działalność na stoisku wystawienniczym na targach, należy przypomnieć, że zgodnie z motywem 22 dyrektywy 2011/83 stoiska handlowe i wystawiennicze należy traktować jak lokal przedsiębiorstwa, jeżeli służą przedsiębiorcy za stałe lub zwyczajowe miejsce prowadzenia działalności (zob. podobnie wyrok z dnia 7 sierpnia 2018 r., Verbraucherzentrale Berlin, C-485/17, EU:C:2018:642, pkt 41).
- 25 Ze wspomnianego motywu wynika również, że za lokal przedsiębiorstwa nie należy natomiast uznawać miejsc dostępnych publicznie, takich jak ulice, centra handlowe, plaże, obiekty sportowe i środki transportu publicznego, w których rzeczony przedsiębiorca prowadzi działalność wyjątkowo, ani też prywatnych domów lub miejsc pracy (zob. podobnie wyrok z dnia 7 sierpnia 2018 r., Verbraucherzentrale Berlin, C-485/17, EU:C:2018:642, pkt 42).
- 26 W szczególności w świetle tych rozważań Trybunał orzekł w wyroku z dnia 7 sierpnia 2018 r., Verbraucherzentrale Berlin (C-485/17, EU:C:2018:642), iż art. 2 pkt 9 dyrektywy 2011/83 należy interpretować w ten sposób, że stoisko wystawiennicze prowadzone przez przedsiębiorcę na targach, na którym to stoisku ów przedsiębiorca wykonuje swoją działalność przez kilka dni w roku, jest „lokal przedsiębiorstwa” w rozumieniu tego przepisu, jeżeli w świetle wszystkich okoliczności faktycznych związanych z tą działalnością, a zwłaszcza wyglądu tego stoiska i informacji przekazanych w pomieszczeniach samych targów, konsument, który jest właściwie poinformowany oraz dostatecznie uważny i rozsądny, może racjonalnie liczyć się z tym, że ów przedsiębiorca prowadzi tam swoją działalność i nawiązuje z nim kontakt w celu zawarcia umowy, co podlega weryfikacji przez sąd krajowy.
- 27 W niniejszej sprawie z postanowienia odsyłającego wynika, że sporna w postępowaniu przed sądem odsyłającym umowa została zawarta między GC, konsumentem, a B & L Elektrogeräte, przedsiębiorcą, na stoisku prowadzonym przez tego ostatniego na targach, które to stoisko zostało uznane przez sąd odsyłający za „lokal przedsiębiorstwa” w rozumieniu art. 2 pkt 9 dyrektywy 2011/83, zgodnie z wykładnią dokonaną przez Trybunał w wyroku z dnia 7 sierpnia 2018 r., Verbraucherzentrale Berlin (C-485/17, EU:C:2018:642).

- 28 W tych okolicznościach należy ocenić, czy fakt, że umowa ta została zawarta bezpośrednio po tym, jak przedsiębiorca nawiązał kontakt z konsumentem, który znajdował się w alei wspólnej dla różnych stoisk w hali wystawienniczej targów, pozwala jednak uznać, że wspomniana umowa jest umową zawieraną „poza lokalem przedsiębiorstwa” w rozumieniu art. 2 pkt 8 dyrektywy 2011/83.
- 29 W tym względzie należy stwierdzić, że alei wspólnej dla różnych stoisk w hali wystawienniczej, w której znajdowało się stoisko B & L Elektrogeräte, nie można uznać za „lokal przedsiębiorstwa” w rozumieniu art. 2 pkt 9 dyrektywy 2011/83, ponieważ umożliwiała ona dostęp do wszystkich stoisk przedsiębiorców obecnych w tej hali.
- 30 Ta okoliczność faktyczna ustalona przez sąd odsyłający odpowiada założeniu, o którym mowa w motywie 22 dyrektywy 2011/83, zgodnie z którym publicznie dostępnych przestrzeni, takich jak ulice i centra handlowe, nie należy uznawać za „lokal przedsiębiorstwa”.
- 31 W tych okolicznościach należy zauważyć, że umowa między przedsiębiorcą a konsumentem zawarta w lokalu przedsiębiorstwa bezpośrednio po tym, jak przedsiębiorca nawiązał osobiście i indywidualnie kontakt z konsumentem w miejscu, które nie jest lokalem przedsiębiorstwa, takim jak aleja wspólna dla różnych stoisk w hali wystawienniczej targów, przy jednoczesnej fizycznej obecności przedsiębiorcy i konsumenta, jest umową zawieraną „poza lokalem przedsiębiorstwa” zgodnie z art. 2 pkt 8 lit. c) dyrektywy 2011/83.
- 32 Jak bowiem zostało przypomniane w pkt 22 niniejszego postanowienia, w sytuacji gdy konsument znajduje się poza lokalem przedsiębiorstwa danego przedsiębiorcy, może on być narażony na potencjalną presję psychologiczną lub na element zaskoczenia, niezależnie od tego, czy wizyta przedsiębiorcy była przez konsumenta zamówiona, czy też nie. W motywie 21 dyrektywy 2011/83 stwierdza się, że w ten sposób prawodawca Unii zamierzał również objąć sytuacje, w których kontakt z konsumentem jest nawiązywany osobiście i indywidualnie poza lokalem przedsiębiorstwa, ale umowa jest zawierana bezpośrednio potem, w lokalu przedsiębiorstwa tego przedsiębiorcy.
- 33 Ten element zaskoczenia jest obecny w sytuacji takiej jak będąca przedmiotem postępowania przed sądem odsyłającym, w której konsument znajduje się w hali targów stanowiącej wspólną przestrzeń dla różnych stoisk znajdujących w tej hali, tak że w tym kontekście jedynie stoisko owego przedsiębiorcy stanowi jego lokal przedsiębiorstwa, i w której ten przedsiębiorca nawiązał kontakt z konsumentem w celu zawarcia, bezpośrednio po tym, umowy na jego stoisku. Umowę taką należy zatem uznać za „umowę zawieraną poza lokalem przedsiębiorstwa” w rozumieniu art. 2 pkt 8 lit. c) dyrektywy 2011/83.
- 34 Z całości powyższych rozważań wynika, że na zadane pytanie należy odpowiedzieć, iż art. 2 pkt 8 dyrektywy 2011/83 w związku z jej art. 2 pkt 9 należy interpretować w ten sposób, że umowa zawarta między przedsiębiorcą a konsumentem na stoisku prowadzonym przez przedsiębiorcę na targach, bezpośrednio po tym, jak przedsiębiorca nawiązał kontakt z konsumentem znajdującym się we wspólnej dla wielu stoisk alei hali wystawienniczej targów, stanowi umowę „zawieraną poza lokalem przedsiębiorstwa” w rozumieniu tego przepisu.

W przedmiocie kosztów

- 35 Dla stron w postępowaniu głównym niniejsze postępowanie ma charakter incydentalny, dotyczy bowiem kwestii podniesionej przed sądem odsyłającym, do niego zatem należy rozstrzygnięcie o kosztach.

Z powyższych względów Trybunał (szósta izba) orzeka, co następuje:

Artykuł 2 pkt 8 dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE z dnia 25 października 2011 r. w sprawie praw konsumentów, zmieniającej dyrektywę Rady 93/13/EWG i dyrektywę 1999/44/WE Parlamentu Europejskiego i Rady oraz uchylającej dyrektywę Rady 85/577/EWG i dyrektywę 97/7/WE Parlamentu Europejskiego i Rady, w związku z jej art. 2 pkt 9 należy interpretować w ten sposób, że umowa zawarta między przedsiębiorcą a konsumentem na stoisku prowadzonym przez przedsiębiorcę na targach, bezpośrednio po tym, jak przedsiębiorca nawiązał kontakt z konsumentem znajdującym się we wspólnej dla wielu stoisk alei hali wystawienniczej targów, stanowi umowę „zawieraną poza lokalem przedsiębiorstwa” w rozumieniu tego przepisu.

Podpisy