



## Repertoriul jurisprudenței

HOTĂRÂREA CURȚII (Camera a opta)

7 august 2018\*

„Trimitere preliminară – Protecția consumatorilor – Directiva 2011/83/UE – Articolul 2 punctul 9 – Noțiunea «spațiu comercial» – Criterii – Contract de vânzare încheiat la standul deținut de un comerciant cu ocazia unui târg comercial”

În cauza C-485/17,

având ca obiect o cerere de decizie preliminară formulată în temeiul articolului 267 TFUE de Bundesgerichtshof (Curtea Federală de Justiție, Germania), prin decizia din 13 iulie 2017, primită de Curte la 10 august 2017, în procedura

**Verbraucherzentrale Berlin eV**

împotriva

**Unimatic Vertriebs GmbH,**

CURTEA (Camera a opta),

compusă din domnul J. Malenovský, președinte de cameră, și domnii M. Safjan (raportor) și D. Šváby, judecători,

avocat general: domnul H. Saugmandsgaard Øe,

grefier: domnul A. Calot Escobar,

având în vedere procedura scrisă,

luând în considerare observațiile prezentate:

- pentru Verbraucherzentrale Berlin eV, de R. Jahn, Rechtsanwalt;
- pentru Unimatic Vertriebs GmbH, de P. Rau, Rechtsanwalt;
- pentru guvernul belgian, de P. Cottin și de J. Van Holm, în calitate de agenți;
- pentru Comisia Europeană, de C. Hödlmayr și de N. Ruiz García, în calitate de agenți,

având în vedere decizia de judecare a cauzei fără concluzii, luată după ascultarea avocatului general,

pronunță prezenta

\* Limba de procedură: germana.

## Hotărâre

- 1 Cererea de decizie preliminară privește interpretarea articolului 2 punctul 9 din Directiva 2011/83/UE a Parlamentului European și a Consiliului din 25 octombrie 2011 privind drepturile consumatorilor, de modificare a Directivei 93/13/CEE a Consiliului și a Directivei 1999/44/CE a Parlamentului European și a Consiliului și de abrogare a Directivei 85/577/CEE a Consiliului și a Directivei 97/7/CE a Parlamentului European și a Consiliului (JO 2011, L 304, p. 64).
- 2 Această cerere a fost formulată în cadrul unui litigiu între Verbraucherzentrale Berlin eV, care este o asociație de consumatori (denumită în continuare „asociația”), pe de o parte, și Unimatic Vertriebs GmbH (denumită în continuare „Unimatic”), o societate de distribuție, pe de altă parte, privind informația referitoare la dreptul de retragere al consumatorului în cadrul unei vânzări încheiate cu ocazia unui târg comercial.

### Cadrul juridic

#### *Dreptul Uniunii*

- 3 Considerentele (4), (5), (7), (21), (22) și (37) ale Directivei 2011/83 enunță:
  - „(4) [...] Armonizarea anumitor aspecte în materie de contracte cu consumatorii negociate la distanță și în afara spațiilor comerciale este necesară pentru promovarea unei piețe interne reale a consumatorilor care să mențină echilibrul corect între un nivel ridicat de protecție a consumatorilor și competitivitatea întreprinderilor, asigurând în același timp respectarea principiului subsidiarității.
  - (5) [...] [A]rmonizarea completă a informațiilor destinate consumatorilor și a drepturilor de retragere din contractele la distanță și din cele negociate în afara spațiilor comerciale va contribui la un nivel ridicat de protecție a consumatorilor și la o mai bună funcționare a pieței interne [...]
  - [...]
  - (7) Armonizarea deplină a unor aspecte-cheie de reglementare ar trebui să crească în mod semnificativ securitatea juridică, atât pentru consumatori, cât și pentru comercianți. [...] În plus, consumatorii ar trebui să beneficieze de un nivel comun ridicat de protecție în întreaga Uniune.
  - [...]
  - (21) Un contract negociat în afara spațiilor comerciale ar trebui definit drept un contract încheiat în prezența fizică simultană a comerciantului și a consumatorului, într-un loc care nu este spațiul comercial al comerciantului, de exemplu la domiciliul sau la locul de muncă al consumatorului. În afara spațiilor comerciale, consumatorul poate fi supus unei presiuni psihologice potențiale sau poate fi confruntat cu un element de surpriză, indiferent dacă a solicitat sau nu vizita din partea comerciantului. Definiția unui contract negociat în afara spațiilor comerciale ar trebui să includă și situațiile în care consumatorul este abordat personal și individual în afara spațiilor comerciale, dar contractul este încheiat imediat după aceea, în spațiile comerciale ale comerciantului sau prin intermediul mijloacelor de comunicare la distanță. [...] Achizițiile efectuate în timpul unei excursii organizate de către comerciant în cadrul căreia produsele achiziționate sunt promovate și oferite spre vânzare ar trebui considerate contracte negociate în afara spațiilor comerciale.

(22) Spațiile comerciale ar trebui să includă localurile, indiferent sub ce formă se prezintă acestea (de exemplu, magazine, tarabe sau camioane) care sunt utilizate de comerciant drept loc permanent sau obișnuit de desfășurare a activității comerciale. Tarabele din piețe și standurile din târguri ar trebui considerate de asemenea spații comerciale dacă îndeplinesc această condiție. Spațiile pentru vânzarea cu amănuntul unde comerciantul își desfășoară activitatea în mod sezonier, de exemplu în timpul sezonului turistic într-o stațiune de ski sau pe litoral, ar trebui considerate spații comerciale întrucât comerciantul își desfășoară activitatea sa în spațiile respective în mod obișnuit. Spațiile accesibile publicului precum străzile, mallurile, plajele, infrastructurile sportive și transportul public, pe care comerciantul le utilizează în mod excepțional pentru activitățile sale comerciale, precum și locuințele particulare și locurile de muncă nu ar trebui considerate drept spații comerciale [...]

[...]

(37) [...] În ceea ce privește contractele negociate în afara spațiilor comerciale, consumatorul ar trebui să aibă dreptul de retragere datorită elementului surpriză și/sau presiunii psihologice potențiale. Retragerea din contract ar trebui să determine încetarea obligației părților contractante de a executa contractul.”

4 Potrivit articolului 2 din această directivă, intitulat „Definiții”:

„În sensul prezentei directive, se aplică următoarele definiții:

[...]

8. «contract negociat în afara spațiului comercial» înseamnă orice contract dintre un comerciant și un consumator:

- (a) încheiat în prezența fizică simultană a comerciantului și a consumatorului, într-un loc care nu este spațiul comercial al comerciantului;
- (b) pentru care consumatorului i s-a făcut o ofertă în aceleași circumstanțe ca cele menționate la litera (a);
- (c) încheiat în spațiile comerciale ale comerciantului sau prin orice mijloace de comunicare la distanță, imediat după ce consumatorul a fost abordat în mod personal și individual, într-un loc care nu este spațiul comercial al comerciantului, în prezența fizică simultană a acestuia și a consumatorului, sau
- (d) încheiat în cursul unei deplasări organizate de comerciant cu scopul sau efectul de a promova și a vinde consumatorului bunuri sau servicii;

9. «spațiu comercial» înseamnă:

- (a) orice unitate imobilă de vânzare cu amănuntul, în care comerciantul își desfășoară activitatea în permanență, sau
- (b) orice unitate mobilă de vânzare cu amănuntul, în care comerciantul își desfășoară activitatea în mod obișnuit;

[...]”

5 Articolul 5 din directiva menționată privește „[c]erințe[le] în materie de informare pentru alte contracte decât contractele negociate în afara spațiilor comerciale și contractele la distanță”.

- 6 Articolul 6 din aceeași directivă, intitulat „Cerințe de informare pentru contractele la distanță și cele negociate în afara spațiilor comerciale”, prevede la alineatul (1):

„Înainte ca un contract la distanță sau negociat în afara spațiilor comerciale sau orice ofertă similară să producă efecte obligatorii asupra consumatorului, comerciantul trebuie să îi furnizeze consumatorului următoarele informații în mod clar și inteligibil:

[...]

(h) în cazul în care există un drept de retragere, condițiile, termenele și procedurile de exercitare a dreptului respectiv, în conformitate cu articolul 11 alineatul (1), precum și formularul tipizat de retragere, prezentat în anexa I partea B;

[...]”

- 7 Articolul 7 din Directiva 2011/83, intitulat „Condiții de formă pentru contractele negociate în afara spațiilor comerciale”, prevede la alineatul (1):

„În cazul contractelor negociate în afara spațiului comercial, comerciantul transmite informațiile prevăzute la articolul 6 alineatul (1) consumatorului pe suport de hârtie sau, în cazul în care consumatorul este de acord, pe un alt suport durabil. Aceste informații sunt lizibile și redactate într-un limbaj simplu și inteligibil.”

- 8 Articolul 9 din această directivă, intitulat „Dreptul de retragere”, prevede la alineatul (1) următoarele:

„Cu excepția cazurilor prevăzute la articolul 16, consumatorul beneficiază de o perioadă de 14 zile pentru a se retrage dintr-un contract la distanță sau dintr-un contract negociat în afara spațiului comercial, fără a fi nevoit să justifice decizia de retragere și fără a suporta alte costuri decât cele prevăzute la articolul 13 alineatul (2) și la articolul 14.”

### ***Dreptul german***

- 9 Directiva 2011/83 a fost transpusă în dreptul german prin Gesetz zur Umsetzung der Verbraucherrechterichtlinie und zur Änderung des Gesetzes zur Regelung der Wohnungsvermittlung (Legea privind transpunerea Directivei privind drepturile consumatorilor și modificarea Legii privind agențiile imobiliare) din 20 septembrie 2013 (BGBl. 2013 I, p. 3642).

### **Litigiul principal și întrebările preliminare**

- 10 Unimatic este o societate de distribuție care comercializează bunuri printre altele cu ocazia târgului *Grüne Woche* (săptămâna verde), care are loc în fiecare an la Berlin (Germania). Din decizia de trimitere reiese că Unimatic își comercializează bunurile exclusiv în cadrul târgurilor.
- 11 La 22 ianuarie 2015, un client a comandat la standul deținut de Unimatic în cadrul acestui târg un aparat de curățat/aspirator cu aburi la prețul de 1 600 de euro. Unimatic nu l-a informat pe acest client cu privire la existența unui drept de retragere prevăzut de legislația germană, conform articolului 9 din Directiva 2011/83.
- 12 Asociația consideră că Unimatic ar fi trebuit să îl informeze pe clientul menționat cu privire la existența unui drept de retragere, din moment ce contractul de vânzare a fost încheiat în afara unui spațiu comercial.

- 13 În consecință, asociația a sesizat Landgericht Freiburg (Tribunalul Regional din Freiburg, Germania) cu o acțiune prin care solicita ca societății Unimatic să i se interzică să își vândă produsele fără informarea clienților cu privire la dreptul de retragere de care aceștia beneficiază.
- 14 Cererea asociației a fost respinsă de Landgericht Freiburg (Tribunalul Regional din Freiburg), același rezultat având și apelul declarat de aceasta la Oberlandesgericht Karlsruhe (Tribunalul Regional Superior din Karlsruhe, Germania).
- 15 În aceste condiții, asociația a formulat recurs la instanța de trimitere, Bundesgerichtshof (Curtea Federală de Justiție, Germania).
- 16 Instanța de trimitere consideră că textul Directivei 2011/83 nu indică criteriile care să permită să se aprecieze în ce măsură, într-un caz concret, comerciantul își desfășoară activitatea într-o unitate de vânzare cu amănuntul „în mod obișnuit”, în sensul articolului 2 punctul 9 litera (b) din această directivă.
- 17 În această privință, pe de o parte, având în vedere în special considerentul (22) al Directivei 2011/83, s-ar putea preconiza să se țină seama de faptul că comerciantul utilizează în mod obișnuit o anumită metodă de vânzare, cu alte cuvinte că acesta vinde în mod regulat, iar nu numai ocazional, produsele sale într-o unitate de vânzare cu amănuntul.
- 18 Pe de altă parte, această abordare ar avea drept consecință faptul că consumatorul care achiziționează un bun oferit la vânzare în cadrul unui târg de un comerciant, care dispune de un magazin „fix” în care comercializează în mod obișnuit acest bun și numai cu titlu ocazional la târguri, ar beneficia de dreptul de retragere prevăzut la articolul 9 din Directiva 2011/83, în timp ce vânzarea efectuată de un alt comerciant care își vinde în mod obișnuit bunurile la târguri și nu dispune de un magazin fix nu ar fi considerată ca fiind efectuată „în afara spațiului comercial” și, în consecință, nu ar fi însoțită de dreptul de retragere menționat.
- 19 Potrivit unei alte abordări, expusă de instanța de trimitere, elementul decisiv pentru a aprecia dacă contractul este încheiat în afara „spațiului comercial”, în sensul articolului 2 punctul 9 din Directiva 2011/83, nu ar fi modul în care comerciantul își organizează activitatea comercială. Această apreciere ar trebui să fie efectuată în raport cu natura bunului vândut. În cazul în care este vorba despre un bun căruia îi este specifică vânzarea la târguri, ar trebui să se considere că consumatorul trebuia să se aștepte, mergând la târgul respectiv, ca un astfel de bun să îi fie propus spre vânzare. În schimb, ar trebui să se acorde atenție protecției consumatorului atunci când este vorba despre alte tipuri de bunuri în privința cărora el nu se putea aștepta să îi fie propuse la acest târg. Această abordare s-ar întemeia pe finalitatea dreptului de retragere prevăzut de Directiva 2011/83, care constă în protejarea consumatorului împotriva încheierii precipitate a unui contract într-o situație de surpriză sau sub presiune psihologică.
- 20 În cadrul abordării vizate la punctul anterior, relevante ar fi așteptările și percepția consumatorului. În această privință, pe de o parte, ar fi posibil să se țină seama de așteptările consumatorului la momentul deciziei sale de a merge la târg, aceste așteptări întemeindu-se pe informațiile referitoare la bunurile sau serviciile care vor fi oferite acolo. Pe de altă parte, în scopul interpretării articolului 2 punctul 9 din Directiva 2011/83, ar trebui să fie avute în vedere mai degrabă împrejurările concrete în care contractul este încheiat cu ocazia unui târg.

21 În aceste condiții, Bundesgerichtshof (Curtea Federală de Justiție) a hotărât să suspende judecarea cauzei și să adreseze Curții următoarele întrebări preliminare:

„1) Un stand aflat într-o hală de expoziții și utilizat de un comerciant în scopul vânzării produselor sale în cadrul unui târg care se desfășoară anual și care durează numai câteva zile este o «unitate imobilă de vânzare cu amănuntul», în sensul articolului 2 punctul 9 litera (a) din Directiva 2011/83, sau o «unitate mobilă de vânzare cu amănuntul», în sensul articolului 2 punctul 9 litera (b) din Directiva 2011/83?

2) În cazul în care este vorba despre o unitate mobilă de vânzare cu amănuntul:

răspunsul la întrebarea dacă un comerciant își desfășoară activitatea în cadrul unor standuri de târg «în mod obișnuit» depinde de

- a) modul de organizare a activității comerciantului sau
- b) de aspectul dacă consumatorul trebuie să se aștepte la încheierea contractului privind produsele în discuție în cadrul târgului respectiv?

3) În cazul în care, pentru a se răspunde la a doua întrebare, este decisivă percepția consumatorului [întrebarea 2) litera b)]:

în ceea ce privește aspectul dacă consumatorul trebuie să se aștepte la faptul că, în cadrul târgului respectiv, se vor încheia contracte privind produsele în discuție, trebuie să se ia în considerare modul în care târgul se prezintă publicului sau modul în care târgul se prezintă consumatorului în mod efectiv la încheierea contractului?”

### **Cu privire la întrebările preliminare**

22 Prin intermediul întrebărilor formulate, care trebuie analizate împreună, instanța de trimitere solicită să se stabilească în esență dacă articolul 2 punctul 9 din Directiva 2011/83 trebuie interpretat în sensul că un stand precum cel în discuție în litigiul principal, deținut de un comerciant în cadrul unui târg comercial, în care acesta își desfășoară activitatea câteva zile pe an, este un „spațiu comercial”, în sensul acestei dispoziții.

23 Cu titlu introductiv, trebuie amintit că Directiva 2011/83 definește „spațiul comercial”, pe de o parte, la articolul său 2 punctul 9 litera (a) ca fiind orice unitate imobilă de vânzare cu amănuntul în care comerciantul își desfășoară activitatea în permanență și, pe de altă parte, la articolul său 2 punctul 9 litera (b), ca fiind orice unitate mobilă de vânzare cu amănuntul în care comerciantul își desfășoară activitatea în mod obișnuit.

24 Considerentul (22) al acestei directive precizează, în această privință, că spațiile comerciale ar trebui să includă localurile, indiferent sub ce formă se prezintă acestea, de exemplu, magazine, tarabe sau camioane, care sunt utilizate de comerciant drept loc permanent sau obișnuit de desfășurare a activității comerciale.

25 Astfel, legiuitorul Uniunii a prevăzut că spațiul comercial poate fi o unitate de vânzare cu amănuntul fie imobilă, fie mobilă, activitatea comerciantului fiind desfășurată în permanență sau în mod obișnuit.

26 Directiva 2011/83 nu definește ce trebuie să se înțeleagă prin activitate desfășurată „în permanență” sau „în mod obișnuit” și nici nu face trimitere la drepturile naționale în ceea ce privește sensul precis al acestor termeni.

- 27 Potrivit unei jurisprudențe constante a Curții, din cerința unei aplicări uniforme a dreptului Uniunii rezultă că, în măsura în care o dispoziție a acestuia nu conține nicio trimitere la dreptul statelor membre în ceea ce privește o anumită noțiune, aceasta din urmă trebuie să primească în întreaga Uniune o interpretare autonomă și uniformă, care trebuie stabilită ținând seama nu numai de textul dispoziției în cauză, ci și de obiectivul urmărit de reglementarea din care face parte această dispoziție (Hotărârea din 8 martie 2018, DOCERAM, C-395/16, EU:C:2018:172, punctul 20 și jurisprudența citată).
- 28 Prin urmare, noțiunile prevăzute la articolul 2 punctul 9 literele (a) și (b) din Directiva 2011/83 trebuie considerate, în scopul aplicării acestei directive, noțiuni autonome ale dreptului Uniunii care trebuie interpretate în mod uniform pe teritoriul tuturor statelor membre.
- 29 În această privință, în primul rând, trebuie să se constate că activitățile unui comerciant desfășurate la un stand precum cel în discuție în litigiul principal, care este instalat într-un târg pentru o perioadă de câteva zile pe parcursul unui an calendaristic, nu pot fi considerate ca fiind exercitate „în permanență”, în sensul obișnuit al acestei expresii.
- 30 În al doilea rând, în ceea ce privește expresia „în mod obișnuit”, trebuie arătat că, în sensul său uzual, această expresie poate fi înțeleasă ca făcând referire fie la o anumită constanță în timp a activității în cauză, fie la caracterul normal pe care îl capătă desfășurarea acestei activități în unitatea în cauză. În consecință, sensul acestei expresii în limbajul curent nu permite prin el însuși să i se dea de la bun început o interpretare univocă.
- 31 Nu este mai puțin adevărat că faptul că comerciantul își desfășoară activitățile în permanență sau în mod obișnuit într-un „spațiu comercial”, în sensul articolului 2 punctul 9 din Directiva 2011/83, determină întinderea protecției consumatorului prevăzută de această directivă.
- 32 Astfel, pe de o parte, articolele 6 și 7 din Directiva 2011/83 prevăd obligații de informare și obligații de formă privind „contractele negociate în afara spațiilor comerciale”, în sensul articolului 2 punctul 8 din această directivă. În plus, articolele 9-16 din aceasta îi acordă consumatorului un drept de retragere după încheierea unui astfel de contract și stabilesc condițiile și modalitățile exercitării acestui drept. Pe de altă parte, definiția noțiunii „contract negociat în afara spațiului comercial” face referire la noțiunea „spațiu comercial”, în sensul articolului 2 punctul 9 din directiva menționată.
- 33 Obiectivul dispozițiilor menționate la punctul anterior este expus, printre altele, în considerentul (21) al Directivei 2011/83, potrivit căruia, atunci când se află în afara spațiului comercial al comerciantului, consumatorul poate fi supus unei presiuni psihologice potențiale sau poate fi confruntat cu un element de surpriză, indiferent dacă a solicitat sau nu vizita din partea comerciantului. În această măsură, legiuitorul Uniunii a intenționat să includă și situațiile în care consumatorul este abordat personal și individual în afara spațiilor comerciale, dar contractul este încheiat imediat după aceea, în spațiile comerciale ale comerciantului sau prin intermediul mijloacelor de comunicare la distanță.
- 34 În consecință, dacă legiuitorul Uniunii a prevăzut protecția consumatorului, în ceea ce privește contractele negociate în afara spațiului comercial, în cazurile în care, la momentul încheierii contractului, consumatorul nu se află într-un spațiu ocupat în mod permanent sau obișnuit de comerciant, el a făcut acest lucru pentru că a considerat că, mergând spontan într-un asemenea spațiu, consumatorul menționat se poate aștepta să fie abordat de comerciant, astfel încât, dacă este cazul, el nu poate susține în mod valabil ulterior că a fost surprins de oferta acestui comerciant.
- 35 În plus, trebuie amintit că noțiunea „spațiu comercial” figura deja la articolul 1 alineatul (1) prima liniuță din Directiva 85/577/CEE a Consiliului din 20 decembrie 1985 privind protecția consumatorilor în cazul contractelor negociate în afara spațiilor comerciale (JO 1985, L 372, p. 31, Ediție specială, 15/vol. 1, p. 188), care a fost abrogată și înlocuită prin Directiva 2011/83.

- 36 Al patrulea considerent al Directivei 85/577 enunță că contractele încheiate în afara spațiilor comerciale ale comerciantului se caracterizează prin faptul că inițiativa negocierilor contractuale îi aparține, de obicei, comerciantului, iar consumatorul nu este pregătit pentru aceste negocieri, că nu se așteaptă la acestea și că, adeseori, consumatorul nu poate compara calitatea și prețul ofertei cu alte oferte. Acest considerent mai preciza că acest element surpriză există în general nu numai în contractele încheiate la domiciliul clientului, ci și în alte forme de contracte încheiate de comerciant în afara spațiilor comerciale.
- 37 În special având în vedere acest al patrulea considerent al Directivei 85/577, la punctele 34 și 37 din Hotărârea din 22 aprilie 1999, Travel Vac (C-423/97, EU:C:1999:197), Curtea a decis că noțiunea „spațiu comercial”, în sensul acestei directive, viza spațiile în care comerciantul își desfășoară în mod obișnuit activitățile și care sunt clar identificate ca locuri de vânzare către public.
- 38 În măsura în care din considerentul (22) al Directivei 2011/83 reiese că aceasta urmărește ca noțiunea „spațiu comercial” să acopere de asemenea locurile în care primirea de către consumator a unei oferte comerciale nu constituie un element de surpriză, concluziile care se degajă din acea hotărâre a Curții privind interpretarea Directivei 85/577 rămân pertinente pentru interpretarea acestei noțiuni în contextul Directivei 2011/83.
- 39 Având în vedere aceste considerații, precum și cele expuse la punctul 34 din prezenta hotărâre, expresia „în mod obișnuit”, în sensul articolului 2 punctul 9 litera (b) din Directiva 2011/83, trebuie înțeleasă ca făcând trimitere la caracterul normal al exercitării, în unitatea respectivă, a activității în cauză.
- 40 Această interpretare nu este repusă în discuție de împrejurarea că articolul 2 punctul 9 litera (a) din Directiva 2011/83 se referă, în ceea ce privește unitățile imobile, la activitățile de vânzare cu amănuntul care sunt desfășurate „în permanență”, iar nu „în mod obișnuit” de comerciantul în cauză. Astfel, în ceea ce privește asemenea unități, însuși faptul că activitatea în cauză este desfășurată în ele permanent va presupune în mod necesar că aceasta va avea un caracter „normal” sau „obișnuit” pentru consumator. Ținând seama de caracterul permanent pe care trebuie să îl aibă activitatea desfășurată în astfel de spații comerciale, consumatorul nu poate fi luat prin surprindere de tipul de ofertă pe care o va primi în aceste spații.
- 41 În ceea ce privește, mai precis, o situație precum cea în discuție în litigiul principal, în care un comerciant își desfășoară activitatea la un stand dintr-un târg comercial, trebuie amintit că, astfel cum enunță considerentul (22) al Directivei 2011/83, tarabele din piețe și standurile din târguri trebuie considerate spații comerciale dacă îndeplinesc această condiție.
- 42 Din respectivul considerent reiese de asemenea că magazinele pentru vânzarea cu amănuntul în care comerciantul își desfășoară activitatea în mod sezonier, de exemplu în timpul sezonului turistic într-o stațiune de ski sau pe litoral, trebuie considerate spații comerciale, întrucât comerciantul își desfășoară activitatea sa în spațiile respective în mod obișnuit. În schimb, spațiile accesibile publicului precum străzile, mallurile, plajele, infrastructurile sportive și transportul public, pe care comerciantul respectiv le utilizează în mod excepțional pentru activitățile sale comerciale, precum și locuințele particulare și locurile de muncă, nu trebuie considerate spații comerciale.
- 43 Având în vedere ceea ce precedă, pentru a determina, într-un anumit caz, dacă un stand dintr-un târg trebuie calificat drept „spațiu comercial”, în sensul articolului 2 punctul 9 din această directivă, trebuie să se țină seama de imaginea concretă pe care o are acest stand în ochii publicului, mai precis, dacă, din perspectiva unui consumator mediu, acesta se prezintă ca un loc în care comerciantul care îl ocupă își desfășoară activitățile, inclusiv sezoniere, în mod obișnuit, astfel încât un asemenea consumator se poate aștepta în mod rezonabil, mergând acolo, să fie abordat cu o ofertă comercială.



- 44 Este pertinentă, în această privință, percepția consumatorului mediu, cu alte cuvinte un consumator normal informat și suficient de atent și de avizat (a se vedea prin analogie Hotărârea din 30 aprilie 2014, Kásler și Káslerné Rábai, C-26/13, EU:C:2014:282, punctul 74, Hotărârea din 26 octombrie 2016, Canal Digital Danmark, C-611/14, EU:C:2016:800, punctul 39, precum și Hotărârea din 20 septembrie 2017, Andriciuc și alții, C-186/16, EU:C:2017:703, punctul 47).
- 45 În acest context, revine instanței naționale sarcina să aprecieze aparența pe care standul respectiv o oferă consumatorului mediu, ținând seama de ansamblul împrejurărilor de fapt în care se înscriu activitățile comerciantului și în special de informațiile furnizate în localurile târgului propriu-zis. Durata târgului în cauză nu este, în sine, determinantă în această privință, întrucât legiuitorul Uniunii a intenționat, astfel cum reiese din considerentul (22) al Directivei 2011/83, ca unitatea în care comerciantul își desfășoară activitatea cu titlu sezonier să fie susceptibilă să constituie un „spațiu comercial”, în sensul articolului 2 punctul 9 din această directivă.
- 46 Rezultă din ansamblul considerațiilor care precedă că trebuie să se răspundă la întrebările adresate că articolul 2 punctul 9 din Directiva 2011/83 trebuie interpretat în sensul că un stand precum cel în discuție în litigiul principal, deținut de un comerciant în cadrul unui târg comercial, în care acesta își desfășoară activitățile câteva zile pe an, este un „spațiu comercial”, în sensul acestei dispoziții, dacă, în lumina ansamblului împrejurărilor de fapt în care se înscriu aceste activități și în special a aparenței acestui stand și a informațiilor furnizate în spațiile târgului propriu-zis, un consumator normal informat și suficient de atent și de avizat putea în mod rezonabil să se aștepte ca acest comerciant să își desfășoare acolo activitățile și să îl abordeze în vederea încheierii unui contract, aspect a cărui verificare revine instanței naționale.

#### **Cu privire la cheltuielile de judecată**

- 47 Întrucât, în privința părților din litigiul principal, procedura are caracterul unui incident survenit la instanța de trimitere, este de competența acesteia să se pronunțe cu privire la cheltuielile de judecată. Cheltuielile efectuate pentru a prezenta observații Curții, altele decât cele ale părților menționate, nu pot face obiectul unei rambursări.

Pentru aceste motive, Curtea (Camera a opta) declară:

**Articolul 2 punctul 9 din Directiva 2011/83/UE a Parlamentului European și a Consiliului din 25 octombrie 2011 privind drepturile consumatorilor, de modificare a Directivei 93/13/CEE a Consiliului și a Directivei 1999/44/CE a Parlamentului European și a Consiliului și de abrogare a Directivei 85/577/CEE a Consiliului și a Directivei 97/7/CE a Parlamentului European și a Consiliului trebuie interpretat în sensul că un stand precum cel în discuție în litigiul principal, deținut de un comerciant în cadrul unui târg comercial, în care acesta își desfășoară activitățile câteva zile pe an, este un „spațiu comercial”, în sensul acestei dispoziții, dacă, în lumina ansamblului împrejurărilor de fapt în care se înscriu aceste activități și în special a aparenței acestui stand și a informațiilor furnizate în spațiile târgului propriu-zis, un consumator normal informat și suficient de atent și de avizat putea în mod rezonabil să se aștepte ca acest comerciant să își desfășoare acolo activitățile și să îl abordeze în vederea încheierii unui contract, aspect a cărui verificare revine instanței naționale.**

Semnături